

# Die nächste Welle Respect



**ZU BEGINN DIESER SAISON LANCIERTEN DIE «PAT SCHAFHAUSER-STIFTUNG» UND «COOL AND CLEAN» DIE RESPECT-KAMPAGNE. MIT DEM ZIEL, DEN EISHOCKEY-NACHWUCHS AUF MEHR RESPEKT AUF UND NEBEN DEM EIS ZU SENSIBILISIEREN. DEM KONZEPT UND DEN WORTEN VOM SEPTEMBER SIND MITTLERWEILE AUCH DIE TATEN GEFOLGT.**

Text: Andy Maschek  
 Grafiken: National League

Im ersten Jahr standen und stehen bei dieser Kampagne «Respect my Head» (on the Ice) und «Drink with Respect» (off the Ice) im Mittelpunkt, wobei sich die «Pat Schafhauser-Stiftung» um den ersten und «cool and clean» um den zweiten Bereich kümmern. Die Lancierung der Kampagne wurde durch viele schöne Worte begleitet, gleichzeitig waren aber an vielen Orten auch Zweifel vorhanden, ob den Worten auch handfeste Taten folgen werden. Die sind nun tatsächlich gefolgt – in einem Wellensystem, wie Ueli Schwarz, Geschäftsführer der «Pat Schafhauser-Stiftung», es nennt. «In einer ersten Welle haben die einzelnen Klubs das Riesenposter unterschrieben und so ein Commitment abgegeben. Das stand symbolisch für: Ja, wir sind dabei», sagt Schwarz. «In einer zweiten Welle lieferten wir die Inhalte, und die dritte Welle ist der Besuch unserer Botschafter bei den Klubs.»

### GROSSE REICHWEITE

Alle Nachwuchsmannschaften der Klubs aus der NL A, NLB und der 1. Liga machen bei der Kampagne mit und erhielten laut Schwarz zuerst einen «Batzen», gingen damit aber auch Pflichten ein. So empfangen sie einmal pro Jahr einen «cool and clean»-Botschafter und sie mussten ihre Nachwuchsmannschaften und Trainer bei «cool and clean» registrieren. Auf diesem Weg wurde das

Ziel der Kampagne verfolgt, alle Nachwuchstrainer als Botschaftsübermittler einzusetzen. «Wir haben mittlerweile eine umfangreiche Datenbank aufgebaut», erklärt Reto Balmer von «cool and clean». «Aktuell umfasst sie 409 Teams und 1000 Nachwuchstrainer. Wenn wir davon ausgehen, dass jede Mannschaft über 25 Spieler verfügt, erreichen wir 10000 Nachwuchsspieler.» Und ungefähr ebenso viele Eishockey-Haushalte, die auf die Themen der Kampagne sensibilisiert werden sollen. Denn unter dem Informationsmaterial, das den Trainern für ihre Teams gestellt wurde, war auch ein Flyer für die Eltern. Was ist eine Hirnerschütterung? Wie wird im Training und im Match die Gefahr von Hirnerschütterungen minimiert? Welche Begleitscheinungen sind ernst zu nehmen? Ist ein Arztbesuch notwendig? Was ist ein guter Helm? Wozu dient ein Zahnschutz? Diese Fragen und viele mehr werden kurz und prägnant beantwortet. Damit auch die Eltern der potenziellen Stars von morgen über die heimtückische Verletzung Hirnerschütterung bestens im Bild sind. «Die Eltern und auch die Spieler sollen wissen, dass es nach einer Hirnerschütterung einen richtigen Weg zurück gibt», sagt Ueli Schwarz. «Aber auf dem Weg kann man Fehler machen. Die Sensibilisierung ist uns sehr wichtig, und sie soll auch jugendgerecht erfolgen.»

### TRAINER-RÜCKSACK FÜLLEN

Aber auch die Trainer werden rund um das Thema «Respect» tief informiert. In einer speziellen Trainer-

Informationen zur Kampagne und Registrierungsmöglichkeiten finden sie unter: [www.coolandclean.ch](http://www.coolandclean.ch)

Broschüre werden verschiedene Aspekte der Hirnerschütterungen beleuchtet. «Diese Broschüre soll den Trainern helfen, den persönlichen Rucksack zu füllen», erklärt Ueli Schwarz. So sollen der Zugang zum Thema eröffnet und aktuelle Behandlungsstrategien aufgezeigt werden. Gleichzeitig haben die Trainer auch eine Cartoon-Serie erhalten, wo gängige Spielsituationen abgebildet sind, die vom Spieler Respekt erfordern. Immer nach dem Motto: Stop it! Gerade die Erziehung zu respektvollem Verhalten ist das grosse Ziel der Präventionskampagne. «Der Spieler muss lernen, dass Attacken gegen den Kopf und in den Rücken des Gegners unnötige und gravierende

### INHALTE DES KITS

- Trainerbroschüre (mit fundiertem Hintergrundwissen zum Thema Hirnerschütterung)
- Powerpointpräsentation für eine Teamsitzung zum Thema
- BandenCheckUp: Übersicht der Symptome einer Hirnerschütterung
- Return-to-Play-Plan für die stufenweise Rückkehr in den Spielbetrieb
- Elternflyer inkl. Hinweise zu Helm und Zahnschutz
- Cartoon-Serie mit unerwünschten Spielsituationen
- Flyer zum Thema Alkohol im Jugendalter
- Kleber für die Helme der Spieler

Verletzungen zur Folge haben können. Dieser erzieherischen Aufgabe müssen sich alle Trainer und Nachwuchsverantwortlichen stellen». Die Cartoons können ein geeignetes Hilfsmittel sein, um diese Aufgabe wahrzunehmen. Die Unterlagen zur Kampagne stehen in allen drei Landessprachen zur Verfügung und die Trainer können sie so einsetzen, wie sie wollen.

### ALKOHOL UND JUGENDSCHUTZ

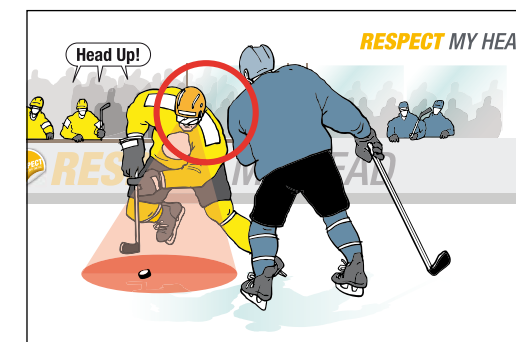
Bei «Respect on the Ice» unter dem Lead der «Pat Schafhauser-Stiftung» geht es darum, Hirnerschütterungen so gut wie möglich zu verhindern, wobei in dieser Saison der Aspekt «Du sollst nicht Täter sein» im Vordergrund steht. Es ist gut möglich, dass in Zukunft auch die andere Sichtweise betrachtet wird: «Du sollst nicht unnötiges Opfer sein». Bei «Respect off the Ice» unter der Führung von «cool and clean» stehen «Drink with Respect» und der Jugendschutz (kein Alkoholverkauf an Minderjährige) im Mittelpunkt. So werden Fragen rund um den Alkohol thematisiert und beantwortet. Zum Beispiel: Wie schnell wird Alkohol vom Körper aufgenommen? Was hat die Wirkung von Alkohol mit dem Alter des Konsumenten zu tun? Hat Alkoholkonsum einen Einfluss auf die Gehirnentwicklung? Was für Auswirkungen hat Alkoholkonsum in jungen Jahren? Wie geht man verantwortungsvoll mit Alkohol um? Zudem erhielten alle Klubs der Nationalleague spezifisch für sie produziertes Kennzeichnungsmaterial, um in ihren Stadien auf den Jugendschutz hinzuweisen.

Das Echo auf die «Respect»-Kampagne, die im ersten Jahr mit den Initialaufwänden sowohl die «Pat Schafhauser-Stiftung» als auch «cool and clean» einen hohen fünfstelligen Betrag kostet, sei gut, sagen Ueli Schwarz und Reto Balmer. Auch kommen die Präsentationen bei den Klubs gut an, wie Balmer erklärt: «Wir besuchen mit unseren Botschaftern die 22 Klubs der National League, im Idealfall während einer Trainerschulung. Die Präsentation dauert 30 bis 45 Minuten, anschliessend ergibt sich meistens eine rege Diskussion mit diversen Vorschlägen für die Zukunft. Die Klubs und Trainer haben das Material im Dezember bekommen und vielleicht mal durchgelesen. Mit unserer Präsenz vor Ort erreichen wir eine noch bessere Sensibilisierung und eine Vertiefung des Themas. Das ist für uns eine ideale Plattform – auch weil die Trainer sehr interessiert sind.» Das zeige sich beispielsweise auch daran, dass immer wieder «Respect»-Kleber nachbestellt werden und heute schon viele Nachwuchsspieler diese auf dem Helm tragen. «Wir bilden uns nicht ein, dass es wegen dieser Kampagne keine Hirnerschütterungen mehr gibt. Diese können in einer schnellen, dynamischen und harten Sportart wie Eishockey immer passieren. Daher ist es zentral wichtig Hirnerschütterungen zu erkennen und richtig damit umzugehen. Es geht aber in erster Linie darum, respektlose, unnötige und gesundheitsgefährdende Attacken im Zweikampf zu bekämpfen. Kein Trainer darf sich der Erziehung zu Respekt entziehen!»

### DIE PAT SCHAFHAUSER STIFTUNG BEZWECKT...

- ... die finanzielle und moralische Unterstützung von persönlichen Notlagen, die als Folge des Ausübens des Eishockeysports entstanden sind.
- ... die Finanzierung von Projekten, die für die Prävention von Unfällen im Eishockeysport, für die Sensibilisierung der Gefahren, für die Rehabilitation von Unfallfolgen aus dem Eishockeysport und allgemein für die Förderung der Gesundheit geeignet sind.
- ... die Unterstützung von anderen Projekten, die dem Eishockeysport bzw. der Förderung der Gesundheit nahe stehen, gemäss Entscheid des Stiftungsrates.
- ... die Organisation karitativer Anlässe für Kinder, die auf Grund ihrer körperlichen Konstitution Sport im Allgemeinen und den Eishockeysport im Besonderen nicht leistungsmässig ausüben können (Bewegungscamps für Kids).

Die Stiftung generiert ihre Mittel über Spenden. Wenn Sie die Bemühungen und Aktivitäten der Stiftung mit einer Zuwendung unterstützen wollen, können Sie das gerne machen- die Stiftung dankt Ihnen herzlich!  
**UBS-Konto 235-623828.01L (Clearing 235)**



# Stop it!

