

Olympische Gedanken

Drei Fragen, drei Experten, drei Perspektiven: Kann China den Charakter der Völkerverständigung ausleben? Wie beeinflusst die Pandemie den sportlichen Erfolg? Überwiegen Vorfreude oder Skepsis?

Heidelberg, 03.02.2022

Auch kurz vor der Eröffnung der Olympischen Winterspiele in China bleibt das Großevent umstritten: Menschenrechtsverletzungen, eingeschränkte Meinungsfreiheit, Corona-Restriktionen, Aspekte der Nachhaltigkeit, zweifelhafte Fairness. Inwieweit kann man bei diesen Themen dem eigentlichen Olympischen Gedanken noch gerecht werden?

Wir haben drei Experten befragt, wie sie auf diese besonderen Olympischen Spiele blicken: Prof. Dr. Markus Breuer, Prorektor der SRH Hochschule Heidelberg und Geschäftsführer des Arbeitskreises Sportökonomie e. V., Prof. Dr. Frank Musolesi, Dekan der Fakultät für Angewandte Psychologie und Leiter des Studiengangs Sportpsychologie, sowie Prof. Hanns Michael Hölz, Präsident von Snowboard Germany und Professor an der SRH Hochschule Heidelberg im Studiengang BWL. So haben wir drei unterschiedliche Perspektiven eingefangen:

Herr Prof. Breuer, welche immensen Herausforderungen stellt sich China bei der Ausrichtung der Spiele? Wird es dem Land gelingen, den Charakter der Völkerverständigung auszuleben?

„China verfolgt mit der Ausrichtung der Spiele das Ziel, an Soft Power zu gewinnen, wie es andere Staaten – bspw. Katar – in gleicher Weise tun. Ob diese Strategie erfolgreich ist, hängt aber nicht nur von der chinesischen Regierung ab, sondern insbesondere auch von der Weltöffentlichkeit. Wenn die Olympischen Spiele in Peking nur als Sportereignis gesehen werden und die lokale Organisation beispielsweise für die perfekte Durchführung gelobt wird, sind die Ziele Chinas erreicht. Wenn die Weltöffentlichkeit die Spiele aber als Anlass nimmt, Menschenrechtsverletzungen und andere problematische Aspekte noch stärker zu thematisieren, dann wird das Kalkül der Staatsführung auch nicht aufgehen. Olympia kann als Instrument genutzt werden, um politischen Druck auszuüben, und jeder von uns muss sich überlegen, welche Stellung man beziehen möchte.“

Herr Prof. Musolesi, was bedeutet eine olympische Beteiligung in China für die Sportler:innen unter Corona-Bedingungen? Wie beeinflusst die Pandemie den Erfolg im Sport?

„In psychologischer Hinsicht sind die Olympischen Winterspiele in Peking eine enorme Belastung für die teilnehmenden Sportlerinnen und Sportler. Auf der einen Seite freuen sich die Athleten auf den Wettkampf. Viele haben ihre Karriere darauf ausgerichtet, einmal an Olympischen Spielen teilzunehmen. Auf der anderen Seite haben wir das Corona-Virus, das sich mit großer Wahrscheinlichkeit wettbewerbsverzerrend auswirken wird. Insbesondere die Null-Covid-Strategie der chinesischen Führung lässt befürchten, dass über Quarantäneregeln massiv in die Wettbewerbe und damit in die Medaillenvergabe eingegriffen wird. Statt Freude und Zuversicht könnten sich Misstrauen und Angst über die Spiele legen.“

**Herr Prof. Hölz, nach den vielen Diskussionen und den sicherlich begründeten Bedenken:
Welches Gefühl überwiegt so kurz vor Beginn: Vorfreude oder Skepsis?**

„Um Emotionen freizusetzen, muss man sich von den Dingen lösen, die diese einschränken. Wenn man sich andauernd mit Problemen und Bedenken auseinandersetzt, kommt man nicht zu einer guten Abwägung zwischen Freiheit und Verantwortung. Ich sage oft: Sport wird auch entschieden in den 20 cm zwischen dem linken und dem rechten Ohr. Und wenn im Kopf die Belastung zu groß ist wegen des Umfeldes, der politischen Situation, der aktuellen Gesundheitsthemen im Umfeld der Pandemie – dann kann man als Athletin oder Athlet nicht wie beabsichtigt performen! Dennoch glaube ich, dass es ganz enorm wichtig ist, dass wir natürlich Meinung und Kritik zu Menschenrechten, Nachhaltigkeit und sportlich fairen Spielen äußern und sie an den Stellen platzieren, wo sie notwendig ist. Aber dann im Wettbewerb zu sagen: `Jetzt konzentrieren wir uns auf den Sport, sind dankbar und stolz dabei zu sein und haben Spaß dabei´, das sind die Faktoren, von denen ich glaube, dass sie unsere Athletinnen und Athleten in deren Disziplin wirklich voranbringen und zum sportlichen Erfolg führen.“

Für ausführlichere Interviewanfragen stehen die drei Experten gerne den Medien zur Verfügung. Bitte wenden Sie sich dazu an janna.vongreiffenstern@srh.de.

SRH Hochschule Heidelberg

Als eine der ältesten und bundesweit größten privaten Hochschulen bieten wir rund 40 innovative Studiengänge in den Bereichen Informatik, Medien und Design, Wirtschaft, Ingenieurwesen und Architektur, Sozial-, Rechts- und Therapiewissenschaften sowie Psychologie an. Neben sechs Fakultäten zählen auch die Heidelberger Akademie für Psychotherapie (HAP), das Institut für Wissenschaftliche Weiterbildung und Personalentwicklung (IWP) sowie ein hochschuleigenes Forschungsinstitut und das Gründer-Institut zur Hochschule dazu. Dabei stehen wir für innovative Lehre: Das deutschlandweit einzigartige Studienmodell, das CORE-Prinzip (Competence Oriented Research and Education), wurde 2018 vom Stifterverband der Deutschen Wissenschaft und der Volkswagenstiftung mit dem Genius Loci-Preis für Lehrexzellenz ausgezeichnet. Rund 3.600 Studierende bereiten sich hier kompetenzorientiert auf ihr Berufsleben vor. Die SRH Hochschule Heidelberg ist staatlich anerkannt und wurde vom Wissenschaftsrat akkreditiert. Wir sind Teil eines starken Netzwerks von insgesamt acht SRH Hochschulen, als deren Gesellschafterin die SRH Higher Education GmbH fungiert.

SRH | Gemeinsam für Bildung und Gesundheit

Die 1966 als „Stiftung Rehabilitation Heidelberg“ gegründete SRH ist heute eines der größten Bildungs- und Gesundheitsunternehmen Deutschlands mit bundesweit rund 80 Standorten. Hauptsitz der SRH ist Heidelberg. Als Stiftung mit führenden Angeboten in den Bereichen Bildung und Gesundheit begleiten wir Menschen auf ihren individuellen Lebenswegen. Unserer Leidenschaft fürs Leben folgend, helfen wir ihnen aktiv bei der Gestaltung ihrer Zukunft, hin zu einem selbstbestimmten Leben. Mit fast 17.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und 1,2 Mio. Kunden erwirtschaften wir einen Umsatz von ca. 1,25 Mrd. Euro (2020).