



Wie man in den Wald schreit,
so hallt es zurück.

HANS KNAUSS

Motivator, Kommentator, Testimonial

WIE DER FALL NACH UNTEN ZUM SPRUNG NACH OBEN WERDEN KANN

Die Karriere von **Ex-Skirennstar Hans Knauß** lässt selbst den hartgesottensten Manager erblassen: triumphale Siege, schmerzhaft, denkbar knappe Niederlagen und ungerechtfertigte Betrugsvorwürfe. Heute motiviert der 44-Jährige mit seinen Erfahrungen Angestellte und Geschäftsführer und ist ORF-Co-Kommentator. Ihm ist gelungen, was kaum jemand schafft – er ist auch nach seiner aktiven Zeit als Sportler als Testimonial und Werbeträger erfolgreich. Im Gespräch erzählt er, was ihn antreibt. Und wie man andere antreibt.

Wir treffen Hans Knauß zum Interview im Falkensteiner-Hotel in Schladming, seinem Heimatort. Knauß spaziert durch die Tür und schüttelt unsere Hände. „Servas griäß euch, wie geht’s denn?“ In den Bergen ist man generell per Du und diese Regel gelte bitteschön auch in Schladming, erklärt uns der 44-Jährige. Gut, dann führen wir das Interview natürlich gerne in der Du-Form.

Mal ehrlich: Hättest du vor mehr als zehn Jahren gedacht, heute noch Interviews zu geben? Nach der Sperre wegen eines verunreinigten Vitaminpräparates hast du 2005 deine Karriere beendet und damals nach eigenen Angaben völlig mit der Medienwelt abgeschlossen.

KNAUSS_Damals habe ich komplett damit aufgehört, Interviews zu geben und mich relativ aus der Öffentlichkeit zurückgezogen, ich hatte nicht eine Minute das Gefühl, dass mir das abgeht. Was die Zukunft bringen würde, wusste ich nicht, trotzdem habe ich mich darauf gefreut. Nach diversen kleineren Tätigkeiten kam dann der Anruf vom ORF, man wollte mich als Co-Kommentator. Das Leben nimmt eben seinen Lauf. Dass ich auch heute noch als Werbeträger für Gösser, Audi oder Sport 2000 tätig bin, hätte ich selbst nicht geglaubt.

Damals warst du am Höhepunkt deiner Karriere und konntest deinen Beruf von einem Tag auf den anderen nicht mehr ausüben – ohne Eigenverschulden. Wie geht man mit so einer Situation um?

KNAUSS_Rein aus sportlicher Sicht war es meine schwerste Zeit. Es war ein Albtraum. Ich war sicher immer einer der fairsten Sportler im Business, und dann hat es mich wegen so einem Blödsinn erwischt, das tat schon weh. Es hat lange gedauert, bis ich alles wieder ins richtige Eck gestellt habe. Heute bin ich aber der Meinung, dass dieses erzwungene Karriereende für mich ein besserer Ausstieg für das weitere Leben war als ein Doppel-Olympiasieg.

Wie bitte?

KNAUSS_Natürlich war es anfangs wie ein Schlag ins Gesicht für mich. Aber ich wurde von der Vorsätzlichkeit sofort frei gesprochen und nach dreieinhalb Jahren gab es einen außergerichtlichen Vergleich mit dem Hersteller des Vitaminpräparates zu meinen Gunsten. Der Prozess hat sich in die Länge gezogen, aber man lernt auch viel dabei. Heute stehe ich durch die Schwierigkeiten besser im Leben als je zuvor.

Du hältst Vorträge in Unternehmen, erzählst vor versammelten Abteilungen von deinem Leben und deinen Lektionen daraus. Probleme also am besten als Chance betrachten – ein Ratschlag für deine Zuhörer?

KNAUSS_Es schadet nicht, auch die andere Seite kennenzulernen und zu sehen, wie manche Leute darauf reagieren, dann weiß man seine eigene Familie und den Freundeskreis viel stärker zu schätzen, sein restliches Leben lang. Egal ob im

Sport oder in der Wirtschaft, es gibt schon Menschen, die einen nur benutzen. Wenn es dann bergab geht, lernt man diese kennen. Für mich war dieser Knackpunkt eine sehr wertvolle Erfahrung.

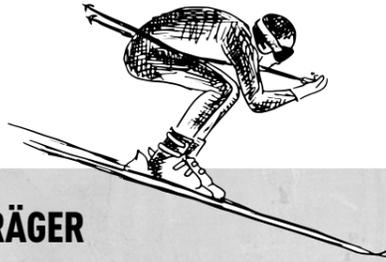
Welche Parallelen siehst du zwischen dem Sport und der Wirtschaft?

KNAUSS_In beiden Bereichen ist es wichtig, sich Ziele zu setzen. Allerdings ist diese Zielsetzung als Sportler meist viel eindeutiger und klarer als bei anderen Berufsgruppen, man arbeitet viele Jahre auf konkrete Dinge hin.

Extreme „Alles oder Nichts“-Situationen sind im Sport nichts Ungewöhnliches. Über Sieg oder Niederlage wird in Sekunden entschieden. In der Wirtschaft eher ungewöhnlich – inwiefern lassen sich deine persönlichen Erfahrungen aus dem Sport übertragen?

KNAUSS_Auf jeden Fall muss die Vorbereitung passen – sowohl im Sport als auch in der Wirtschaft. Ohne die passende mentale Einstellung wird es schwer. Wahnsinnig wichtig ist das richtige Bauchgefühl, auf das man sich nur durch intensive Vorbereitung verlassen kann. Immer nur hinterfragen wird aber auch nicht funktionieren. In der Wirtschaft gibt es ebenso keine Entscheidung ohne Restrisiko. Wenn man sich aber einmal entschieden hat, sollte man den Weg durchziehen.

Den eigenen Weg durchziehen: Als Spitzensportler muss man seine Schwächen ständig überwinden, um auf



SPORTLER ALS WERBETRÄGER

Zu den langfristigsten Partnern von Hans Knauß zählt die Biermarke Gösser – und damit die Brau Union. Nach welchen Kriterien werden Werbeträger ausgewählt? „Unsere Philosophie ist: Wir machen Sponsoring mit Personen oder Gebieten, die Bier-affin sind“, sagt Markus Liebl, Generaldirektor der Brau Union. „Der Fokus liegt eindeutig auf Sportarten, die mit Bier eng verbunden sind, also Fußball und Skisport, Hochkultur passt da weniger.“ Wichtig sei ein Zusammenhang zwischen der Person und dem Produkt. Liebl: „Wir würden logischerweise niemanden als Bier-Testimonial nehmen, der kein Bier trinkt, ein Testimonial muss authentisch sein.“ Grund für die erfolgreiche Karriere von Knauß als Testimonial sei sein hoher Sympathiewert und die Authentizität.

In den USA, seit jeher Vorreiter für Trends in der Werbebranche, laufen 25 Prozent aller Kampagnen mit Prominenten, in Europa sind es etwa zwölf Prozent. „Die Amerikaner haben da einen wesentlich stärkeren Zugang, man kann auch beobachten, dass immer mehr Testimonials verwendet werden“, sagt Rainer Reichl, Geschäftsführer von Oberösterreichs größter Werbeagentur, Reichl&Partner. Er beobachtet einen Trend zu länderübergreifenden Kampagnen mit sogenannten „Super-Celebrities“. So sicherte sich Nike Golf-Star McIlroy um angeblich rund 250 Millionen Dollar.

Richtige Auswahl wichtig

In Deutschland und Österreich kommen etwa die Hälfte aller prominenten Testimonials aus dem Sportbereich, „Sportler verfügen über einen hohen Bekanntheitsgrad, hohe Sympathiewerte, das erleichtert einen Imagetransfer von der Person auf die Marke“, sagt Reichl. Der Sport habe eine enorme Reichweite, Sportler würden an ihre Grenzen gehen und die auch oft überschreiten. „Solche Emotionen brauchen wir, noch dazu steht Sport für Werte wie Gesundheit, Dynamik und Jugend, diese Werte sind bei den Menschen beliebt“, sagt er. In welchen Fällen empfiehlt er Unternehmen, auf prominente Werbeträger zurückzugreifen? „Da gibt es keine Faustregel“, sagt Reichl, „wichtig ist aber die Glaubwürdigkeit. Konsumenten merken schnell, ob im Hintergrund der Kampagne eine Wahrheit steckt, oder ob das alles aufgesetzt ist“.

Dennoch bergen solche Engagements erhebliche Risiken und Tücken. Die Marke profitiere nicht nur von den Sportlern, sie trage auch den Schaden, wenn etwas schiefgeht. „Es gilt, genau abzuwägen, welche Sportler tatsächlich für eine Kampagne infrage kommen“, sagt Reichl. Besonders problematisch wird es, wenn der Werbeträger plötzlich negative Schlagzeilen macht.

Als Hans Knauß wegen des verunreinigten Vitaminpräparates gesperrt wurde, war ein Ende der Zusammenarbeit für die Brau Union nicht denkbar. „Wir haben uns auf höchster Ebene darüber unterhalten und waren uns damals einig, dass wir weiter zu ihm stehen, auch weil wir die Vorkommnisse so interpretiert haben, dass die Ursache nicht bei ihm selbst lag“, sagt Liebl. Auch als Sturm Graz zwischenzeitlich von der Bundesliga in die Erste Liga abstieg, blieb man dem Klub mit der Marke Puntigamer als Sponsor treu. „Nicht jedes Problem muss gleich negative Konsequenzen nach sich ziehen, so ist es ja auch im Umgang mit den Mitarbeitern“, sagt Liebl.



Sportler gehen an ihre Grenzen. Solche Emotionen brauchen wir in der Werbung.

RAINER REICHL

Geschäftsführer, Reichl und Partner



hohem Niveau erfolgreich zu sein. Wie geht man damit um – und was waren deine Schwächen beim Skifahren?

KNAUSS_Überwinden ist der falsche Ausdruck, man muss an seinen Schwächen arbeiten. Wenn ich gemerkt habe, dass mein linker Fuß momentan schwächer ist als der rechte, dann hab ich ihn so lange trainiert, bis er keine Schwachstelle mehr war.

Wie gelingt diese Selbstdisziplin?

KNAUSS_Ich habe immer die lästigsten Dinge am Anfang gemacht, das mache ich auch heute noch so und rate es auch anderen. Ungute Telefonate führen, unguete Dinge erledigen, wenn man das gleich anpackt, hat man eine Ruhe und kann sich auf andere Dinge konzentrieren.

Konzentriert man sich jetzt als Sportler monatelang auf einen Wettbewerb und verliert, ist meist nicht alles vorbei, man kann die Niederlage abhaken und auf die nächsten Veranstaltungen hinarbeiten. Als Unternehmer bedroht eine Niederlage im schlimmsten Fall den Fortbestand der eigenen Firma.

KNAUSS_Die Verantwortung ist natürlich schon eine andere als im Spitzensport, es hängen ja oft Arbeitsplätze und Menschen mit dran. Als Unternehmer geht es um mehr als nur den persönlichen Erfolg. Das ist auch das Geile im Sport: Alles was du machst, machst du für dich. Jedes Gewicht, das du hebst, jeden Schritt, den du machst, du kommst deinem persönlichen Ziel immer näher.

Sportler werden für ihren Erfolg gefeiert, stehen im Mittelpunkt. Bei



Misserfolge stehen sie aber schnell mal alleine da, werden ignoriert oder sogar öffentlich kritisiert. Das kennt man auch aus der Wirtschaft – wie schafft man es in einer Krise, selbstbewusst zu bleiben und nicht an sich selbst zu zweifeln?

KNAUSS_Indem man sich persönlich Ziele für sich selbst setzt, und nicht für andere. Ich glaube, dass viele Menschen zu sehr auf ihr Umfeld schauen, darauf, was über sie geredet wird. Viele Menschen trauen sich nicht, gewisse Dinge zu machen, weil sie Angst davor haben, zu verlieren, oder dass jemand was Schlechtes über sie sagen könnte. Das war bei mir nie so. Wenn ich etwas tun will, dann probier ich es einfach. Wir beschäftigen uns viel zu sehr damit, was andere von uns denken.

Stichwort Erfolg – dein Spitzname war „Hundertstel-Hansi“, weil du so oft um wenige Hundertstelsekunden Goldmedaillen verpasst hast. Ärgert dich das heute noch?

KNAUSS_Ab und zu habe ich schon noch diese Momente, wo ich mir denke, warum hab ich damals nicht gewonnen? Aber es wird schon seinen Grund gehabt haben. Ich bin zufrieden, sportlich gesehen macht es mich richtig glücklich, dass ich in drei Disziplinen gewinnen konnte.

Diese Siege sind schon lange her, genauso wie deine aktive Karriere

als Sportler, abgesehen von deiner Tätigkeit als Kamerafahrer. Sportler sind als Werbeträger und Testimonials beliebt, meist aber nur bis zum Rücktritt, nur wenigen gelingt es so wie dir, auch nach der Karriere noch so erfolgreich zu sein. Warum?

KNAUSS_Ich habe immer darauf geschaut, dass die menschliche Basis stimmt, und dass ich für Produkte werbe, die zu mir passen. Ich bin überzeugt davon: Wie man in den Wald schreit, so hallt es auch zurück.

Wie sieht heute ein typischer Tag im Leben von Hans Knauß aus?

KNAUSS_Das ist sehr unterschiedlich. Normalerweise stehe ich gegen sieben Uhr auf, frühstücke dann ausgiebig, danach check ich meist meine E-Mails und telefoniere eine Stunde. Später wird trainiert, gegen Mittag hole ich meine Kinder von der Schule ab, wenn ich in Schladming bin. Einmal am Tag möchte ich mit ihnen zumindest etwas machen, das ist mir sehr wichtig. Das funktioniert natürlich nicht immer, wenn ich auf Reisen bin. Meine Tage haben selten den gleichen Rhythmus, darüber bin ich total froh. Vor einem „9 to 5-Tag“ hätte ich ein bisschen Angst. Gerne arbeite ich mal für Werbespots einige Tage durch, danach geht man es dann wieder etwas lockerer an. >

WARTEN AM SKILIFT – BALD VERGANGENHEIT?

Kürzere Wartezeiten beim Lift in Skigebieten, auf Events, Messen und Veranstaltungen oder in Freizeitparks: Das **Linzer Startup QGO** hat ein System entwickelt, mit dem Besucherströme analysiert werden können. „Auf Pisten bekommen die Skifahrer etwa Informationen, wo die kürzesten Anstellzeiten und geringsten Pistenauslastungen sind, andererseits kann das Skigebiet mit diesen Informationen die Besucher gezielt lenken, die Unfallhäufigkeit an den Pisten reduzieren, zukünftige Bauvorhaben besser planen und wichtige Statistiken abrufen“, sagt Jakob Schröger von QGO. Wie funktioniert das? „Das System ist kamera-basiert. Über die Kameras können wir die Besucherströme und Anstellzeiten analysieren und Informationen dementsprechend verwalten“, sagt Schröger. Momentan ist das System in Skigebieten etwa in Sölden, den Dolomiten und in der Slowakei im Einsatz. Zukünftig will man versuchen, das System noch umfangreicher zu gestalten, sodass in Zukunft auch Freizeitparks, Snow-Parks, Restaurants und andere Locations analysiert werden können. Mittlerweile ist die Erfindung in mehreren Ländern Europas im Einsatz. „In Zukunft wollen wir noch internationaler werden“, sagt Schröger. www.queue-go.com



Du bist Werbeträger für Gösser, Sport 2000, Zgonc, Fischer und Audi. Gibt es auch Unternehmen, für die du nicht werben würdest? Wo ist die Grenze?

KNAUSS_Nicht nur das Produkt muss passen, auch das Unternehmen, ich bin in enger Verbundenheit mit meinen Partnern. Besonders stolz bin ich auf meine längste Partnerschaft, jene mit Gösser. Wir arbeiten seit 1998 zusammen, das sind bodenständige Leut'.

Laut einer Studie gehören Sportler zu den beliebtesten Testimonials. Warum glaubst du, ist das so?

KNAUSS_Weil der Sport ehrlich ist. Es gibt nichts Ehrlicheres als bei einem Riesentorlauf im Ziel anzukommen, abzuschwingen, die Zeit zu sehen. Da gibt's nur eine direkte Abrechnung. Kein „Hätti-Wari“, keine Ausreden. Das ist der große Pluspunkt des Sports: Er ist transparent und unverfälscht, und das checken die Leute natürlich auch. Ich habe mich selbst nie angelogen, auch wenn ich mal meine Leistung nicht voll erbracht habe.

Beobachtet man dich bei deinen Terminen, im Fernsehen oder jetzt gerade hier in diesem Moment: Du wirkst ständig bestens gelaunt und zufrieden. Bist du tatsächlich so glücklich, oder hast du auch öfters schlechte Tage, an denen du dich verstellen musst, um den Anforderungen als Testimonial und Werbeträger gerecht zu werden?

KNAUSS_Eigentlich habe ich total selten schlechte Tage. Es ist grundsätzlich so: So wie wir unser Leben in Mitteleuropa und Österreich leben dürfen, haben wir doch ein unglaubliches Glück, dass uns der Storch hier runterfallen hat lassen. Ich habe mich nie verstellen müssen, wenn ich das müsste, würde ich leiden. Grundsätzlich sehe ich schon alles sehr positiv. Nicht aufgesetzt sein und ein ehrliches Leben führen, das ist für mich das Wichtigste, und für mich persönlich auch mein Erfolgsrezept._

Lebenslauf Hans Knauß

1971 Geburt in Schladming. Der Skisport wird ihm praktisch in die Wiege gelegt: Sein Vater arbeitete als Liftangestellter, alle seine Geschwister üben den Sport aus, Bruder Bernhard Knauß ist fünffacher Profi-Weltmeister.

1984-86 Knauß zeigt früh Talent und wird viermal österreichischer Schulmeister.

1992/93 Erstes Weltcuprennen, mit Platz 28 gibt es gleich Weltcuppunkte

1994 Erster Weltcup-Podestplatz

1995/96 Knauß steigt zur Weltspitze auf, gewinnt mit dem Riesentorlauf von Alta Badia sein erstes Rennen, kurz darauf gewinnt er auch den Super-G von Valloire. Zahlreiche Triumphe folgen.

1998 Pech im Glück statt Glück im Unglück: Knauß gewinnt zwar bei den Olympischen Winterspielen in Nagano zeitgleich mit Didier Cuche seine erste Silbermedaille, verpasst aber im Riesentorlauf eine weitere um nur zwei Hundertstelsekunden.

1999 Bei der Weltmeisterschaft im Super-G wird Knauß dritter, auf den ersten Platz fehlt aber erneut nur eine Hundertstel Sekunde. Knauß wird mittlerweile „Hundertstel-Hansi“ genannt. Im selben Jahr gewinnt er auf der Streif in Kitzbühl.

2001 Nach einer Verletzung findet Knauß wieder zur Form zurück, arbeitet sich an die Weltspitze heran.

2004 Bei einer Dopingprobe wird ein erhöhter Wert des anabolen Steroids Nandrolon nachgewiesen, Knauß wird gesperrt, schuld ist ein verunreinigtes Vitaminpräparat.

2005 Seine Berufung wird abgelehnt, die Sperre bleibt bis nach den Winterspielen 2006 aufrecht, Knauß tritt zurück

Seit 2005 Knauß arbeitet als Co-Kommentator und Kamerafahrer für den ORF, ist weiterhin als Testimonial tätig

2008 Knauß einigt sich außegerichtlich mit dem Vitaminpräparat-Hersteller aus den USA auf Schadensersatz

**JETZT
FÜR 2016
BUCHEN!**

**WERBUNG,
DIE INS AUGE
STICHT.**

WWW.USP-AUSSENWERBUNG.AT