

«Nach dem Wettkampf beginnt das Medienspiel»



Carmen Epp, 8. Juli 2016, 17:29

Mit 14 Weltcupsiegen und drei Europameistertiteln zählt Max Heinzer zur Weltspitze der Degenfechter. Demnächst steht er an den Olympischen Spielen in Rio im Einsatz. Im Gespräch mit der MEDIENWOCHE erzählt der 29-Jährige Innerschweizer, wieso er Medienanfragen immer persönlich bearbeitet, welche Fragen von Journalisten ihn nerven und wie er sich einmal als Kolumnist ins Fettnäpfchen geschrieben hat.

Ende Juni im Sportcenter Dierikon, Kanton Luzern. Max Heinzer erscheint mit einer grossen Trainingstasche zum Gespräch. Anderthalb Stunden hat er Zeit, dann ist Training angesagt. Der mehrfache Weltcupsieger und Hoffnungsträger für die Olympischen Spiele in Rio kommt jeden Donnerstag hierher zum Training. Für einmal hat er nicht seinen Degen dabei, sondern ein Racket. Beim Badminton würden ähnliche Bewegungsmuster trainiert wie beim Fechten, sagt er. «Ausserdem fechte ich, seit ich fünf Jahre alt bin. Da bin ich froh, auch mal was anderes zu machen als Fechten, Ausdauer- und Krafttraining.»

MEDIENWOCHE: Auf meine Interviewanfrage, eingetippt ins Presseformular auf Ihrer Website, hat sich nicht etwa ein PR-Manager, sondern Sie sich persönlich gemeldet. Bearbeiten Sie alle Medienanfragen selber?

Max Heinzer: Das mag Sie vielleicht überraschen, aber in einer Randsportart wie Fechten ist das durchaus üblich. Für mich kam es bisher nicht infrage, ein professionelles Management anzustellen. Zum einen wäre das nicht ganz günstig. Zum anderen wäre ich «nur» mit den vier bis fünf Stunden Training pro Tag auch unterfordert. Ausserdem finde ich den Aspekt von Medienarbeit und Selbstvermarktung sehr spannend.

Dann werden Sie dieses Interview auch ohne Berater gegenlesen?

Nein. Bei wichtigen Interviews oder wenn ich mich zu einem Thema äussere, in dem ich nicht Profi bin, berate ich mich jeweils mit Urs Lauffer. Er ist Präsident der Fritz-Gerber-Stiftung für begabte junge Menschen, die mich seit Langem unterstützt und für die ich heute in

einem 20-Prozent-Pensum Gesuche von jungen Sportlern prüfe. Urs Lauffer ist ein ausgewiesener Kommunikationsexperte und hat mir angeboten, mich bei wichtigen Medienauftritten auf freundschaftlicher Basis zu beraten. Mit ihm werde ich dann auch dieses Interview besprechen.

Anders als bei den meisten Ihrer Medienanfragen wird es in diesem Interview nicht in erster Linie um Ihren Sport gehen. Wieso haben Sie trotzdem zugesagt?

Wieso nicht? Die Frage impliziert, dass ich nur über Sport berichten kann. Dem ist aber nicht so. Ich habe durchaus auch noch andere Interessen, auch wenn ich in diesen Bereichen nicht Profi bin. Ihre Anfrage hat mich auch deshalb gereizt, weil es mal um etwas anderes geht als um die 0815-Fragen, die mir sonst gestellt werden. Medien und Kommunikation interessieren mich. Als ich an der Universität Basel Sport studiert habe, hätte ich beinahe Kommunikationswissenschaften im Nebenfach belegt. Nach zwei, drei Vorlesungen habe ich dann aber bemerkt, dass der Lesestoff mein Zeitbudget mit Studium und Training gesprengt hätten.

Nun haben Sie mit Sportjournalisten zu tun. Denen haftet der Ruf an, immer dieselben langweiligen Fragen stellen. Wie erleben Sie das?

Ich halte den Ruf für unberechtigt. Es geht im Sport immer um Sieg oder Niederlage und da ist es naheliegend, dass oft dieselben Fragen gestellt werden. Wenn ein Kampf schlecht lief, wird man gefragt, wieso er schlecht lief. Und wenn man gewonnen hat, will man wissen, was gut geklappt hat. Da liegt in der Natur der Sache, nicht an den Journalisten. Was mich mehr nervt sind Journalisten, die schlecht vorbereitet sind.

Wie äussert sich das?

Indem ich bei jedem Gespräch quasi von vorne anfangen und dem Journalisten erst die Regeln des Fechtens erklären muss. Oder wenn ich gefragt werde, wieso ich mit dem Fechten angefangen habe oder wie viele Weltcups ich schon gewonnen habe – Dinge also, die man ganz einfach googlen könnte zur Vorbereitung. Da löscht's mir manchmal schon ein bisschen ab, zumal ich mich für meinen Sport und meinen Wettkampf immer gut vorbereite und das dann eigentlich auch von meinen Interviewpartnern erwarte. Ich bleibe dann aber meist cool und professionell. Zum Glück kommt das inzwischen nur noch selten vor. Im Vergleich zu früher sind die allermeisten Journalisten, mit denen ich zu tun habe, heute gut informiert, was den Fechtsport angeht. Noch vor fünf, zehn Jahren musste ich öfters bei null anfangen als heute.

Sonst noch Fragen, die Sie nerven – und ich dann besser nicht stellen sollte?

Eine weitere Frage, die immer wieder kommt, ist: Und was machen Sie sonst noch so ausser Fechten? Es kann sich irgendwie niemand so recht vorstellen, dass das tatsächlich mein Beruf ist. Aber ich trainiere wahrscheinlich nicht weniger als beispielsweise ein Roger Federer – und ihn würde ja auch niemand fragen, was er nebenbei noch arbeitet. Aber als Randsportler ist man sich das gewöhnt, da rege ich mich mich gar nicht mehr so auf. Die Frage stellen ausserdem nicht nur Journalisten, sondern auch Freunde von Freunden, die mich nicht gut kennen.

Apropos Freunde: Sie haben aktuell rund 10'000 Fans auf Facebook ...

Meinen Berechnungen zufolge sollten es morgen oder übermorgen 11'000 sein *lacht*.

Ganz schön viele für einen Vertreter einer Randsportart! Wie schaffen Sie das?

Ich finde die Zahl auch sehr hoch und bin stolz darauf. Allerdings investiere ich auch Zeit in meinen Facebook-Auftritt und probiere, das gut zu machen. Andere Athleten bewirtschaften ihr Profil nur nach guten Kämpfen, ich poste auch, wenn ich verloren habe. Ausserdem achte ich darauf, dass ich regelmässig etwas poste, sodass die Leute, die mir folgen, wissen, dass sie immer mal wieder ein Update von mir kriegen. Schliesslich beantworte ich alle Nachrichten, die mir via Facebook gesendet haben. Was allerdings auch Nachteile haben kann.

Wieso?

Ich kriege manchmal Nachrichten von Athleten aus aller Welt, die mich fragen, wie sie trainieren sollen. Oder sie schicken mir Videos von ihren Trainings und wollen Tipps, auch zum Trainingsmaterial. Einmal hat mir ein Fan aus der Türkei geschrieben, dass er gerne eine Autogrammkarte hätte für seinen Sohn – auf Türkisch! Dank Google Translator habe ich seinen Wunsch entziffern können und ihm dann auch geantwortet. Das ist dann manchmal schon ein bisschen too much und vielleicht bin ich da auch etwas zu nett, wenn ich alles beantworte. Aber das ist sicher auch mit ein Grund, wieso ich so viele Fans habe und die Kurve ständig nach oben geht. Das ist aber auch das Coole am Fechten, da ist man den Leuten näher. Und 11'000 sind ja trotzdem noch einigermaßen überschaubar.

Auf Ihrer Facebook-Seite streamen Sie regelmässig Fechtkämpfe live, zuletzt an der EM in Polen. Welche Überlegung steckt dahinter?

Ich will meinen Fans damit einen Mehrwert bieten. Fechten live als Wettkampf gibt es praktisch nie am Fernsehen zu sehen, ausser an den Olympischen Spielen oder an Weltmeisterschaften. Da ist Facebook eine coole Möglichkeit, schnell, mit wenig Aufwand und gratis eine grosse Reichweite zu erreichen. So können meine Fans meine Kämpfe verfolgen, in den Kommentaren Fragen stellen oder mich anfeuern, was auch rege gemacht wird.

Machen Sie mit diesen Live-Streams nicht die Journalisten überflüssig, wenn die Zuschauer Ihre Kämpfe schauen können und die – wie Sie andeuten – auch noch kommentiert würden?

Nein. Ich glaube, das Gegenteil ist der Fall. Wenn ich beispielsweise einen Fussballmatch schaue, finde ich es trotzdem noch spannend, am nächsten Tag zu lesen, welche Note der «Blick» den Spielern gibt. Wenn man etwas live gesehen hat, liest man umso mehr, was später darüber geschrieben wurde. Deshalb denke ich, dass meine Live-Streams das Interesse an einer journalistischen Berichterstattung eher grösser machen als kleiner.

Wenn man einen Wettkampfbericht von Ihnen in einer Zeitung liest, war der betreffende Journalist dann jeweils vor Ort? Oder schaut er sich allenfalls auch den Live-Stream an und berichtet dann auf dieser Grundlage?

Das hängt oft von der Grösse eines Turniers ab. Je grösser, desto eher sind auch Schweizer Journalisten vor Ort. Meist ist ein Vertreter der «Sportinformation» vor Ort, der direkt nach dem Wettkampf anruft und die Meldung dann verbreitet. Oder die Journalisten aus der Schweiz rufen mich an. Was ich allerdings auch schon festgestellt habe, ist, dass sehr viele Medien direkt Statements von meiner Facebook-Seite benützen. So haben die «Basler Zeitung», die NZZ oder auch schon der «Tages-Anzeiger» zum Beispiel schon mal einen ganzen Artikel publiziert alleine anhand der Aussagen und Fotos, die ich auf Facebook geladen habe.

Dann nehmen Sie mit Ihrer Facebook-Seite den Journalisten quasi die Arbeit ab?

Vielleicht, ja. Es bringt aber auch für mich Vorteile. Dadurch, dass die Journalisten wissen, dass ich meistens eine Stunde nach einem Turnier die wichtigsten Infos auf meiner Seite poste, kann ich mich auch selber davor schützen, dass ich mit Anrufen bombardiert werde, während ich noch in der Dopingkontrolle bin oder bei der Siegerehrung. Und gerade

bei Turnieren in Übersee mit grosser Zeitverschiebung wäre das Risiko wahrscheinlich gross, dass die Resultate, die mitten in der Nacht Schweizerzeit gefallen sind, in der Schweizer Presse gar nicht vermeldet werden, wenn ich nichts posten würde. So beginnt für mich nach dem Wettkampf das Medienspiel. Das gehört für einen Vertreter einer Randsportart denke ich einfach dazu, wenn er will, dass seine Sportart präsent wird oder bleibt.

Abgesehen von Medienauftritten als Sportler sind Sie auch schon in Homestories oder an Anlässen aufgetreten, die nicht in erster Linie mit Ihrem Sport zu tun haben. Wieso?

Ich fühle mich überhaupt nicht als Star und muss mich drum auch nicht abschirmen von irgendeinem Rummel. Wenn mich also die «Schweizer Illustrierte» zu einem Zirkus einlädt oder zu den Swiss Indoors in die VIP-Lounge, ist das schon cool und dann sage ich auch zu, wenn es mich interessiert. An solchen Anlässen lernt man auch immer wieder spannende Leute kennen. Und wenn dann dort Fotos gemacht werden, die irgendwo publiziert werden, ist das halt Part of the Game und sorgt auch dafür, dass mein Gesicht und damit auch der Fechtssport in den Köpfen der Leute präsent bleibt. Bei solchen Anlässen aber gilt, genau so wie für Repräsentationsaufgaben für meine Sponsoren, dass sie in meinen Wettkampf- und Trainingsplan passen müssen, sonst sage ich ab. Und die eine Homestory in der «Schweizer Illustrierten» hat sich so ergeben und für meine damalige Freundin und mich so gepasst.

Ausserdem treten Sie auch regelmässig als Vertreter Ihres Sponsors Jaguar in Erscheinung, zum Beispiel am Autosalon in Genf oder an Anlässen an der Costa Brava. Absolvieren Sie das als Pflichtprogramm?

Nicht nur. Klar gehört das dazu, wenn man eine Partnerschaft eingeht, dass der Sponsor dann auch eine Gegenleistung will vom Athleten und das mache ich auch gerne. Zumal man auch dort wieder neue Leute kennenlernt und das eine spannende Abwechslung zum Trainingsalltag ist. Ausserdem empfinde ich die Partnerschaft mit Jaguar als sehr sinnvoll. Ich fahre seit zweieinhalb Jahren selber Jaguar, mache jährlich 30'000 Kilometer, ist also mein tagtäglich Begleiter. Jaguar ist individuell, speziell, ein bisschen elitär und schnell, genauso wie das Fechten. Insofern passt die Marke auch zum Fechtssport.

Ein paar «Medienhighlights» haben Sie auf ihrer Website publiziert, alles wohlwollende Porträts, Interviews und Wettkampfberichte. Wird denn auch mal was Negatives über Sie berichtet?

Klar. Wenn ich bei einem Turnier eine schlechte sportliche Leistung

erbracht habe, wird das natürlich auch vermeldet. Ansonsten erinnere ich mich nur an eine Schlagzeile im «Blick», über die ich nicht sehr happy war. Da hatte ich im Vorfeld vom Weltcup in Qatar schriftlichen Kontakt mit einem Journalisten. Eine seiner Fragen lautete, wieso der Weltcup ausgerechnet in Qatar stattfindet. Darauf habe ich geantwortet, dass das wahrscheinlich daran liegen würde, dass die dort sehr finanzkräftig sind, und in einem Nebensatz erwähnt, dass das ausserdem das Turnier mit dem höchsten Preisgeld sei. Dann erschien am Tag des Turniers im «Blick» ein grosses Jubel-Bild von mir mit der Schlagzeile «Heinzer will Kohle». Das hat mich ziemlich genervt, weil das überhaupt nicht die Botschaft war und auch gar nicht mir entspricht. Wenn ich reich werden möchte, hätte ich mir eine andere Sportart ausgesucht. Das war aber auch die einzige negative Erfahrung mit dem «Blick», die machen das sonst wirklich toll und räumen dem Fechten auch immer viel Platz ein, was ich sehr schätze.

Gab es darauf negative Rückmeldungen?

Nein. Ich habe den Spiess umgedreht und meinen Sponsoren ein PDF des Artikels geschickt mit einer Erklärung, wie der zustande gekommen ist. Meiner Familie und meinen Freunden musste ich nichts erklären, die wissen, dass ich nicht so bin. Es gibt natürlich immer Leute, die mich nur aus den Medien kennen und dort den Eindruck kriegen, ich sei arrogant. Obwohl es viele Gründe gibt, wieso ich das eben gerade nicht bin. Aber mir geht es ja auch oft so, dass ich mir eine Meinung bilde über Menschen, über die ich irgendwo gelesen habe, obwohl ich weiss, dass man das nicht tun sollte. Ich denke, das ist menschlich und sollte man sich auch nicht zu sehr zu Herzen nehmen.

Die besagte «Blick»-Schlagzeile ist die einzig negative Erfahrung mit Medienauftritten bisher?

Nein. Die andere habe ich mir jedoch selber eingebrockt.

Inwiefern?

Ich wurde vom «Rigi Anzeiger» vor fünf Jahren angefragt, eine Kolumne zu schreiben und habe mich entschieden, mein Hobby, das Fischen, zum Thema zu machen. Da habe ich unter anderem geschrieben, dass es im Zugersee immer mehr Kormorane hat und immer weniger Fische. Das war ein Fehler und gab viele negative Reaktionen, vor allem von Vogelfreunden. Dabei habe ich mir nichts Böses gedacht und einfach frei von meinem Fischerherzen geschrieben. Eine Organisation hat mich dann zu einer Vogelzählung eingeladen, die ich auch gerne mitgemacht habe. Aus dieser Erfahrung habe ich aber gelernt, dass ich mich besser nicht zu Themen äussere, in denen ich nicht Profi bin.

Zum Beispiel?

Politik und Religion gehören auch dazu. Das sind zwar Themen, die mich persönlich interessieren, zu denen ich mich aber nicht öffentlich äussern werde. Zurückhaltend gehe ich auch mit Infos aus meinem Privatleben um. Ich publiziere zwar mal hie und da ein Foto von Familienmitgliedern auf Facebook, wie neulich, als ich Onkel geworden bin. Dies aber nur nach Rücksprache und gut überlegt.

Durch Ihre Medienpräsenz sind Sie offenbar auch den Frauen positiv aufgefallen. Wenn man nach Ihnen googlet, kommt als dritte Möglichkeit «Max Heinzer Freundin» ...

Stimmt, das habe ich auch schon probiert. Ist das wirklich so, dass das die Suchanfragen sind, die am häufigsten eingegeben werden bei Google?

Ja. Offenbar scheint es zu interessieren, ob die Freundin, mit der Sie mal in der «Schweizer Illustrierten» zu sehen waren, noch aktuell ist?

Das ist seit anderthalb Jahren nicht mehr aktuell, nein. Und wie ich bereits erwähnt habe, möchte ich zu meinem Privatleben auch nicht viel sagen. Nächste Frage?

Welche Medien nutzen Sie persönlich?

Ich lese jeden Morgen immer zuerst die Headlines von «Blick» oder «20 Minuten» auf meinem Smartphone, als erstes immer den Sport. Am Wochenende nehme ich dann auch mal eine gedruckte Zeitung zur Hand, durch meine Verwurzelung in der Zentralschweiz vor allem lokale Blätter.

Schon bald reisen Sie an die Olympischen Spiele nach Rio. Wie sieht Ihr Medienfahrplan bis dahin aus?

Diese Woche habe ich fünf Interviews, heute Nachmittag noch eines mit «Le Matin» in Bern. Sonst ergibt sich mein Medienfahrplan aus den Anfragen, die vielleicht noch kommen werden. In erster Linie werde ich mich aber auf mein Training und die Vorbereitung auf Rio konzentrieren und dann wohl auch die eine oder andere Anfrage absagen müssen. Ein paar Tage vor Rio wird es eine Medienkonferenz geben, in Rio selber liegt der Fokus dann voll und ganz auf dem Wettkampf. Wie es danach weiter geht mit dem Medieninteresse, hängt dann wohl vom Ausgang der Olympischen Spiele ab.



Max Heinzer erledigt alle Medienanfragen persönlich.



«Ein bisschen elitär»: Max Heinzer sieht sich ein bisschen wie sein Werbepartner «Jaguar».



Heinzer in der Vorwärtsbewegung: seine Kämpfe zeigt der Degenfechter live auf Facebook.