

SCHÖNFELDER: "Rückbesinnung auf die alten Stärken..."

Rainer Schönfelder ist nicht mehr, was man einen Slalomspezialisten nennt. Er jedenfalls will sich als solcher nicht mehr tituliert und verstanden wissen. Der Vektor seiner Entwicklung zeigt längst in eine andere Richtung: „Ein kompletterer Skifahrer werden, denn der Sieg im Gesamtweltcup in den kommenden Jahren ist greifbar.“ Und doch: „Gerade im Slalom sehe ich für mich noch großes Optimierungspotential – unter dieser Prämisse fahre ich nach und in Zagreb.“

Den größten Teil seiner Weltcupkarriere atmete Rainer Schönfelder selbstverständlich die dünne Luft der absoluten Slalom-Topstars. 2004, als Weltcupsieger, war er das Maß aller Läufer im „no risc, no fun!“-Segment. Seither? Ist viel passiert. „Sehr viel an Entwicklung in eine neue Richtung, sehr viel an Erweiterung auch auf schnelle Disziplinen und daraus neue Zielsetzungen“, summiert Rainer Schönfelder. Und: „Ja, natürlich bin ich dort oder da vielleicht auch Umwege gegangen“, sagt er.

Und jetzt, wo die Saat auskeimt und das große Ziel Rainer Schönfelders, irgendwann die große Weltcup-Kugel in Händen zu halten, Kontur bekommt? Schönfelder: „Jetzt erkenne ich, dass es an der Zeit ist, dem Slalom neu zu begegnen: Aus der großen Liebe ist tiefe Freundschaft geworden. Es ist, auch wenn ich den Slalom durch die vielen Disziplinen, die ich heute fahre, in anderem Zusammenhang zu sehen habe, hier noch sehr viel Optimierungspotential“, weiß er.

Dann nämlich, wenn er sich mit alten Stärken wieder neu verbinde! „Es geht um Rückbesinnung, um Antworten auf diese Frage: Was habe ich zu meiner besten Zeit anders gemacht und was davon ist für mich jetzt noch anwendbar?“

Und das sei die Prämisse für ihn, um nach und in Zagreb zu fahren: „Da ist jetzt jedes Rennen wieder ein neuer Entwicklungsschritt nach vorne, auch wenn ich teilweise auf die Vergangenheit zugreife.“

„Heimatgefühle“ in Zagreb beflügeln...

Slalom am Rand der Großstadt: Ja, das hat viel von Rainer Schönfelders Zukunftsvision eines attraktiven Rennsports! Und weil sein wichtigster Partner, die Hypo Group Alpe Adria, nicht nur Kitzbühel, sondern auch das Highlight in Zagreb und die Rennen Anfang März in Kranjska Gora sponsert, weiß er um die besondere Qualität eines Wir-Gefühls, das dadurch entsteht: Das leistet für die eigene Motivation einen wertvollen Beitrag: Ein Logo, ein Symbol, mit dem man, wie ich, seit Jahren assoziiert ist, wenn einem das bei einem Rennen und im Umfeld überall begegnet, hat das hochinteressante Auswirkungen auf die eigene Stimmung. Es hat zu tun mit „mit ganzem Herzen präsent sein“.

Bewusst geworden sein ihm dieser Effekt erst heuer in Kitzbühel: „Wenn plötzlich Leute vom Managementboard beim Start stehen und Dich anfeuern, stärkt dieses Gefühl von wir sind ein Team“, schildert Rainer Schönfelder.