

Vadlau spricht Klartext

Datum 8.10.2026
Subjekt Österreichisches Olympisches Comité
Region Österreich
Kategorie Medien, Werbung und PR, Soziale Medien, Sport

Segel-Olympiasiegerin Lara Vadlau präsentierte beim sportsbusiness.at Breakfast Club die Top-3 der NIKI-Wahl zum Team des Jahres und sprach Klartext über Sponsoring, Social Media und die wirtschaftlichen Herausforderungen im Spitzensport.

Lara Vadlau war am Donnerstag beim sportsbusiness.at Breakfast Club in der Luftburg Kolarik im Wiener Prater zu Gast. Die 32-jährige Seglerin präsentierte die drei Nominierten für die Wahl zum Team des Jahres 2026: Ariane Rädler/Katharina Huber (Ski Alpin), Stephan Embacher/Jan Hörl (Skispringen) und LASK (Fußball). Die Sieger:innen werden am 15. Oktober bei der LOTTERIEN Sporthilfe-Gala in der Wiener Stadthalle gekürt, die auch live auf ORF 1 übertragen wird.

Vadlau weiß, welchen Stellenwert der NIKI im österreichischen Sport hat. Die Olympiasiegerin von Paris 2024 wurde bereits zweimal mit der Auszeichnung geehrt: 2014 und 2024 jeweils als Teil des Teams des Jahres. „Es ist eine enorme Ehre, den gewinnen zu dürfen. Es ist zwar cool, Olympiasiegerin oder Weltmeisterin zu werden, aber das ist doch noch einmal eine andere Auszeichnung. Wir haben tolle Sportlerinnen und Sportler in Österreich, und da wirklich an der Spitze zu sein, gibt sehr, sehr viel zurück.“

„Wo sind die Sport-Testimonials?“

Anschließend diskutierte Vadlau mit Sonja Schörgenhofer (Volksbank Wien), Michael Schuen (Sports Media Austria) und Gernot Uhlir (Österreichische Sporthilfe) über das Zusammenspiel von Sport, Sponsoring und Medien. Moderiert wurde die Runde von Ronny Leber.

Dabei sprach die Olympiasiegerin offen über die schwieriger gewordene Sponsorensuche. Selbst nach ihrem Triumph von Paris seien neue Partnerschaften keineswegs selbstverständlich gewesen. „Man merkt schon einen extremen Umschwung. Jeder muss sparen. Die Politik spart beim Sport an der falschen Stelle, bei den Firmen fehlt derzeit auch das Geld, und wir Sportlerinnen und Sportler merken das halt. Bei uns kommt auch immer weniger mehr an.“

Als Konsequenz setzt Vadlau verstärkt auf Eigenvermarktung. Seit April gewann sie nach eigenen Angaben rund 170.000 Follower auf Social Media hinzu. Auf Instagram hat Lara Vadlau derzeit über 200.000 Follower, auf Facebook sind es mehr als 40.000. Während ihrer verletzungsbedingten Pause veröffentlichte sie zeitweise 30 Videos täglich. Ein Pensum, das mit professionellem Training kaum vereinbar sei.

„Wir Sportlerinnen und Sportler haben Werte, Geschichten und Emotionen, die sich ausgezeichnet als Projektionsflächen für Unternehmen eignen“, betonte Vadlau. Sie kritisierte, dass bei Sponsoringentscheidungen häufig Reichweite und Klickzahlen im Vordergrund stünden, anstatt die Persönlichkeit hinter den Erfolgen zu berücksichtigen.

Ihr Appell an Unternehmen: Österreichs Athlet:innen müssten wieder stärker sichtbar werden, um gerade für Kinder und Jugendliche als Vorbilder wirken zu können. „Wo sind die österreichischen Sportlerinnen und Sportler, die als Testimonials auf Werbeplakaten und in Werbevideos für große

Kampagnen hergenommen werden. Wenn ich diese Vorbilder nicht sehe, habe ich nichts zum Angreifen und verfolge sie auch nicht.“

Olympische Momente

<https://www.olympia.at/main.asp?NID=46401&kat1=87&kat2=538>