

Ohne die Stadt gibt es keinen Baden-Marathon

LG Region Karlsruhe und Verein Marathon Karlsruhe werden noch enger zusammenarbeiten

Von Klaus Müller

Karlsruhe. Das Rad, in diesem Fall das „Laufrad“, muss sicherlich nicht neu erfunden werden: Dass der Baden-Marathon eine etablierte und gut organisierte Laufveranstaltung war, hat sich bei den vergangenen 40 Veranstaltungen seit 1983 immer wieder gezeigt. Davon dürfte auch bei der 41. Auflage des Laufevents mit seinen unterschiedlichen Läufen am 21. September auszugehen sein. Und

„

Wir haben beide jeweils ein großes Portfolio, die wir jetzt zusammenführen.

Fried-Jürgen Bachl
Marathon Karlsruhe

doch wird es einige Änderungen geben. Die bislang schon gute Zusammenarbeit zwischen der LG Region Karlsruhe (LGR) und dem Veranstalter des Baden-Marathons, dem Verein Marathon Karlsruhe, wird intensiver.

Dies betrifft nicht nur die personelle Zusammensetzung der Vereinsspitze. Überdies setzen die LGR und der Marathon-Verein auf Synergieeffekte. Thomas Ansorge, stellvertretender Vorsitzender der LGR, wurde bei der Mitgliederversammlung von Marathon Karlsruhe zum Vereinsvorsitzenden gewählt. Er löst damit Norbert Wein ab. LGR-Sportwart und Trainer Günther Schaefer wurde zum stellvertretenden Vorsitzenden gewählt. Damit tritt er die Nachfolge von Wolfgang Möck an. Und schließlich wird Anja Köder, bislang LGR-Vorstandsreferentin, den Posten von Fried-Jürgen Bachl, lange Jahre Geschäftsführer des Marathon-Vereins, übernehmen.

Eins freilich bleibt wie bisher: „Veranstalter des Baden-Marathons ist der Verein Marathon Karlsruhe“, betont Bachl. „Für die LGR ist das mit dem Baden-Marathon übrigens kein Neuland“, ergänzt Ansorge im Gespräch mit dieser Redaktion. „Wir sind schon seit längerer Zeit mit im Boot.“ Der Schritt, die Änderungen an der Vereinsspitze vorzunehmen, ist für den langjährigen Vorsitzenden Wein folgerichtig und konsequent. Es geht um eine Verjüngung, aber auch darum, voneinander zu profitieren. Das sei etwa im Bereich Sponsoring möglich, erläutert Ansorge. Ein anderes Beispiel: Beide, also der Marathon-Verein und die LGR, verfügen über viel Wissen und Erfahrungen bei der Organisation von großen, überregionalen Laufevents. „Wir haben beide jeweils ein großes Portfolio, die wir jetzt zusammenführen“, sagt Bachl.

Obendrein spielen schlichtweg auch wirtschaftliche Überlegungen eine Rolle. „Zum Beispiel beim Kauf von Medaillen, von Shirts oder genauso beim Sponsoring“, ergänzt Ansorge. Das könnte nicht



Am 21. September startet die 41. Auflage des Baden-Marathons in Karlsruhe. Schon jetzt gibt es deutlich mehr Anmeldungen für die Laufveranstaltung als im Vorjahr. Foto: Klaus Müller (Archiv)



Anja Köder und Thomas Ansorge werden federführend bei der Organisation des Baden-Marathons mitwirken. Foto: Klaus Müller

zuletzt dem Baden-Marathon zugutekommen. Gesucht werde nach wie vor ein Großsponsor – oder besser gleich mehrere, lässt Bachl anklagen. Die Vermarktung der Läufe ließe sich als „Laufpaket“ bewerben. Davon könnten ebenso die Teilnehmenden an so vermarkteten Laufveranstaltungen profitieren. Vorstellbar wäre etwa ein Paket „Badische Meile (LGR) und Baden-Marathon“, ver-

bunden mit einem Gutschein, einer Art Preisnachlass bei der Teilnahme an beiden Läufen. Insgesamt, so Vereinsvorsitzender Thomas Ansorge, gehe es darum, einige Stellschrauben zu verändern, um den Baden-Marathon noch attraktiver zu gestalten.

Für all das, insbesondere mit Blick auf die Zukunft der Laufveranstaltung, benötigen die Organisatoren die Stadt. „Ei-

ne Veranstaltung in dieser Größenordnung lässt sich nicht gegen eine Stadt machen“, betont Bachl. Die Veranstalter hoffen vielmehr auf eine weitere Unterstützung durch die Stadt Karlsruhe. Bislang gilt Bachl, Chef-Organisator des Baden-Marathons, als städtischer Angestellter. Ende des Jahres hört er auf. Ob die Stadt dann weiterhin die Stelle finanziert, bleibt abzuwarten.

Für den Fortbestand des Baden-Marathons dürfte dies nicht unerheblich sein. Unabhängig davon kostet der Baden-Marathon „einiges“. Immer mehr Herausforderungen und Auflagen, unter anderem im Sicherheitsbereich, führten zu einer stetigen Steigerung der Kosten. Mindestens eine halbe Million Euro werden pro Jahr laut Veranstalter fällig – größtenteils finanziert über Sponsoren und Startgelder.

Neben Geld braucht so eine Laufveranstaltung viele ehrenamtliche Helferinnen und Helfer. Die bei der Stange zu halten, ist eine weitere Aufgabe, der sich der neue Vereinsvorstand intensiv und mit guten Ideen widmen möchte. „Wir können auf bewährte Strukturen aufbauen“, befindet Sportwissenschaftlerin und künftige Geschäftsführerin Anja Köder. Und es gibt noch eine gute Nachricht und dies besonders für die Läufer: Beim Baden-Marathon kann die Europahalle genutzt werden. Und dass Laufen wieder im Trend liegt, belegen die jetzt schon relativ hohen Anmeldezahlen für den nächsten Lauf am 21. September.