

„Der Name verpflichtet“

Academics-Manager Matthias Lautenschläger über seine Rolle und die Ambitionen der Basketballe / Von Nikolas Beck

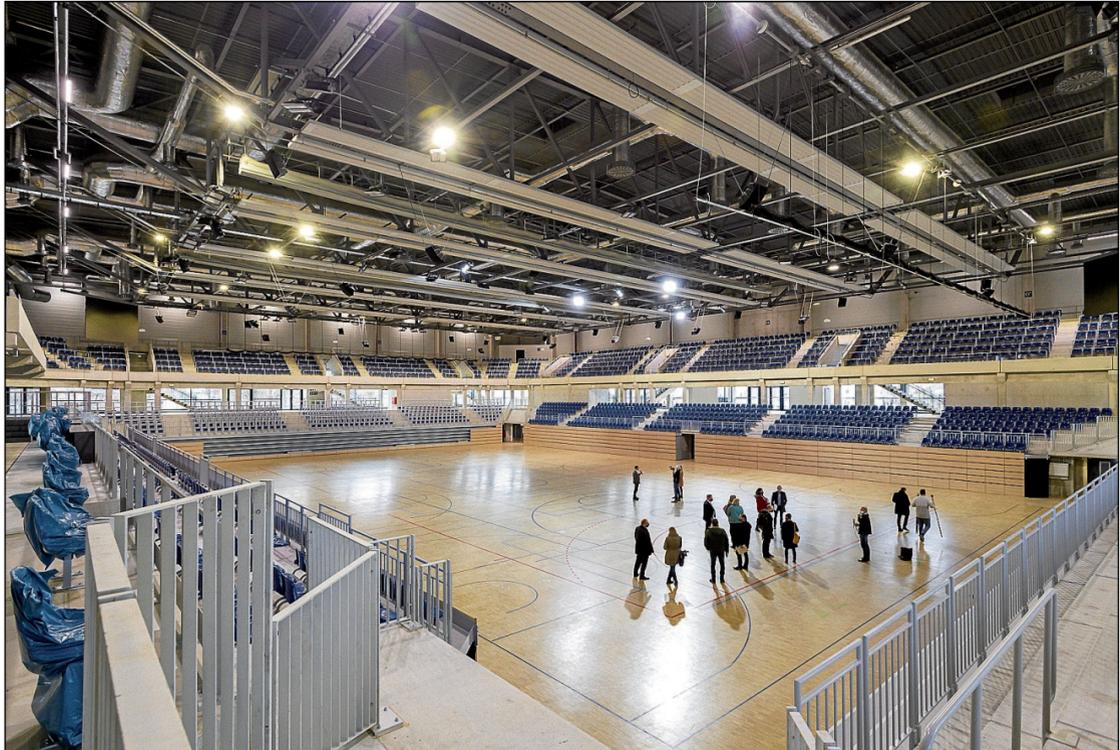
Die Basketball-Begeisterung hat Manfred Lautenschläger seinen Söhnen in die Wiege gelegt. Matthias, 40, spielte in der Jugend für die KuSG Leimen, später ein Jahr lang für den USC Heidelberg. Inzwischen ist Matthias Lautenschläger der Kopf der Profimannschaft der MLP Academics.

> Matthias Lautenschläger, die heutige MLP SE unterstützt die Korbjäger des USC Heidelberg seit mehreren Jahrzehnten. Seit 1999 als Hauptsponsor, seit 2012 als Titelsponsor. Würde es Zweitliga-Basketball in Heidelberg ohne MLP überhaupt geben?

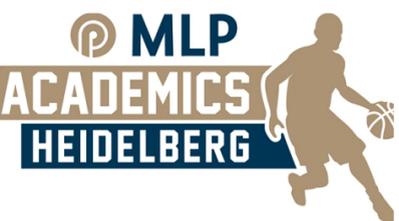
Ich glaube, ich lehne mich nicht zu weit aus dem Fenster, wenn ich sage, dass dem wohl nicht so wäre. Durch die kontinuierliche, jahrzehntelange Unterstützung konnte dieser Weg, verbunden mit der Ambition nach mehr zu streben, überhaupt erst eingeschlagen und weiterverfolgt werden.

> Sie leiten seit 2010 die Geschicke der ausgegliederten Profimannschaft, der MLP Academics. Der Name Lautenschläger verpflichtet, oder wie kam diese Überschneidung zustande?

Zunächst einmal möchte ich betonen, dass ich die Geschicke nicht allein leite. Die Mitgesellschafter und Co-Geschäftsführer Thomas Riedel und Ha-



Die neue Heimspielstätte der Heidelberger Profibasketballe, der SNP Dome, steht kurz vor der Fertigstellung. Geht es nach Academics-Manager Matthias Lautenschläger (hier beim RNZ-Fotum digital im November 2020), sollen dort schon bald Erstliga-Spiele stattfinden. Fotos: Joe/Rothe



rald Rupp waren nicht nur vor meiner Zeit aktiv und haben somit den Grundstein für den heutigen Erfolg gelegt. Sie unterstützen und beraten mich überdies auch heute noch und sind extrem wich-

tig für die MLP Academics Heidelberg. Zur eigentlichen Frage: Ja, der Name verpflichtet. In vielerlei Hinsicht, so auch hier. Ich hoffe, dem durch den sportlichen Aufstieg gerecht werden zu können und habe diesem Ziel vieles in meinem Leben untergeordnet.

> Sie waren die treibende Kraft hinter der Umbenennung der Zweitliga-Mannschaft in MLP Academics. Achteneinhalb Jahre später ist die Marke in Basketball-Deutschland etabliert. Wie kam es zu dieser Namensgebung?

Der Ansatz war, die Brücke zwischen dem Charakter eines Universitätssportclubs

(USC) und dem Namensgeber zu bauen. Die Universität bringt Akademiker hervor. Akademiker sind die Hauptzielgruppe von MLP. Es war also naheliegend, anstatt eines austauschbaren „Giants“ oder „Baskets“, den Begriff des Akademikers zu anglisieren und somit auch nahbarer zu gestalten.

> Inzwischen sind sie auch Mitglied des Aufsichtsrats der MLP SE. Überspitzt formuliert: Führen Sie die Verhandlungen über das Sponsoring nun mit sich selbst?

Die erste Namensgebung erfolgte deutlich vor meiner Zeit als Aufsichtsrat der

MLP SE. Dieser Vertrag wurde für fünf Jahre geschlossen. Daher war klar, dass MLP eine Vision verfolgte: Mit dem Klub in der neuen Arena in die BBL. Diese Vision besteht weiterhin. Dennoch haben wir von Anfang an jeglichen Interessenskonflikt aus dem Weg geräumt, indem ich die Vertragsgespräche komplett delegiert habe. Weder verhandle ich über Inhalte, noch gebe ich meinen Mitgesellschaftern konkrete Ziele für die Verhandlungen auf den Weg.

> Das mittelfristige Ziel der Academics und des Titelsponsors ist der Aufstieg in die Bundesliga. Wie stehen aktuell

die Chancen für Erstliga-Basketball in Heidelberg?

Sportlich gesehen stehen sie recht gut. Hier sehe ich in der laufenden Saison eine 50/50 Chance aufzusteigen. Ob wir die sonstigen Rahmenbedingungen erfüllen können, wird sich zeigen. Das hängt maßgeblich vom Zuspruch der Zuschauer aber auch der Sponsoren und somit der regionalen Wirtschaft ab. Bekennen sich die Stadt und die Region zu unserer Vision und machen sie sich zu eigen, bin ich sicher, dass wir nicht nur aufsteigen, sondern eine ernst zu nehmende Rolle in der easycredit Basketball-Bundesliga spielen können.



THE iX3

Wir gratulieren MLP zum 50-jährigen Jubiläum.



Stromverbrauch (NEFZ) in kWh/100km: 17,8-17,5; CO2-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+



Autohandelsgesellschaft mbH

GROSSKUNDENLEISTUNGSZENTRUM

Ihr Vertrauen verdienen - jeden Tag!

bmw-ahg.de