

PM 04/2026

motion events GmbH

Sonnemannstraße 5
60314 Frankfurt am Main

Telefon: +49 (0)69 3700468-25
Telefax: +49 (0)69 3700468-11

presse@frankfurt-marathon.com
www.frankfurt-marathon.com

10.04.2026

„Gemeinsam sind wir stärker und besser“

Jo Schindler und Hugh Brasher im Gespräch über die Art der neuen Zusammenarbeit, die Besonderheit des Mainova Frankfurt Marathon, die Power des TCS London Marathon und warum aus dieser Partnerschaft etwas ganz Besonderes entstehen kann.

Was ist den Partnern in dieser Zusammenarbeit besonders wichtig?

Hugh Brasher, CEO von London Marathon Events (LME): „Zusammen sind wir stärker, zusammen sind wir besser. Das gilt im Leben und im Business. Genau darum geht es bei dieser Partnerschaft. Ein Marathon bringt Menschen zusammen, schafft Einheit und Gemeinschaft. Uns geht es darum, das exzellente Team von motion events mit unserer Expertise zu unterstützen und nicht zu ersetzen. Wir wollen all dies erhalten, was den Mainova Frankfurt Marathon so einzigartig macht. Er wird niemals, das kann ich versprechen, ein London Marathon 2.0 werden.“

Jo Schindler, Renndirektor des Mainova Frankfurt Marathon: „Die Zusammenarbeit mit London Marathon Events ist für mich ein Wunschtraum, der in Erfüllung geht. Der Mainova Frankfurt Marathon hat damit nicht seine Seele nicht verkauft, sondern in seine Zukunft investiert. Die Entscheidungen werden weiterhin hier in Frankfurt getroffen und nicht aus London gesteuert. Der schnelle Kurs, der Termin Ende Oktober, die Verwurzelung in der Stadt und der besondere Charakter der Veranstaltung bleiben erhalten.“

Wie ist es zu der Partnerschaft gekommen?

Jo Schindler: Seit über 20 Jahren besuche ich jedes Jahr den London Marathon, den besten Marathon der Welt. Deren Fähigkeiten, gesellschaftliche Veränderungen anzustoßen,

positive Veränderungen voranzutreiben und Menschen aller Altersgruppen und Leistungsstufen zu motivieren, ist in unserer Branche einzigartig. Ich war fest davon überzeugt, dass LME der beste Partner für motion events und den Mainova Frankfurt Marathon sein würde.“

Hugh Brasher: „Frankfurt ist eine einzigartige, diverse, grüne und internationale Stadt – und der Marathon wird hier von vielen Menschen geliebt und gefeiert. Uns geht es darum, im Hintergrund unsere Expertise und Power einzubringen. Wir sehen es als langfristiges Projekt, in das Frankfurter Rennen zu investieren. Und in diesen Zeiten, in denen weltweit die Einheit schwindet, ist dies auch ein europäisches Projekt eines tollen deutschen und eines tollen englischen Unternehmens. Dies hatte ich bei den Verhandlungen immer im Sinn. Genau wie ich stets die Bilder vor Augen hatte vom Rennen 2011, als Wilson Kipsang nur um vier Sekunden den Weltrekord verfehlte. Schon damals habe ich gedacht: Dieses Rennen und dieses besondere Indoor-Finish in der Festhalle mit dem roten Teppich und all den Lichtern ist etwas ganz Besonderes.“

Inwiefern profitiert der Mainova Frankfurt Marathon konkret?

Jo Schindler: „Wir erhalten Zugang zu immensem Know-how, Expertise und internationalen Netzwerken, die wir als kleine Agentur allein nie hätten aufbauen können. Denn die Londoner zeichnet eine enorme Professionalität aus, aber eben auch ein tiefer Respekt vor jedem Läufer, egal ob er nach zwei oder sechs Stunden ins Ziel kommt.“

Hugh Brasher: „Wir ändern wie erwähnt nichts an den lokalen Organisationsstrukturen des fantastischen Teams in Frankfurt vor Ort. Was wir ändern werden: Wir bringen mehr Expertise ein, eine stärkere internationale Positionierung im Markt und nachhaltige Entwicklungschancen. Die Veranstaltung und auch die Stadt Frankfurt wird wirtschaftlich und sozial profitieren. Denn wir wollen den Mainova Frankfurt Marathon noch prestigeträchtiger machen, noch mehr junge Leute, noch mehr Frauen, noch mehr Kinder an die Startlinien bekommen. Was wir gut können, ist: Marken aufzubauen. Der Mainova Frankfurt Marathon ist eine großartige Marke, die es verdient, noch bekannter zu werden. Das Rennen soll noch mehr Leute egal welchen Alters und Herkunft inspirieren, in diese tolle Stadt zu kommen.“

Gibt es schon direkte Auswirkungen auf das Rennen am 25. Oktober 2026?

Hugh Brasher: „Jo Schindler hat dieses Rennen zu dem gemacht, was es ist: eine europäische Topveranstaltung. Er wird bis Jahresende als Renndirektor weitermachen und anschließend in eine beratende Rolle wechseln, was viel Kontinuität und Unterstützung bedeutet.“

Jo Schindler: „Einige LME-Mitarbeiter sind im vorigen Jahr bei uns in Frankfurt gelaufen, andere haben sich die Veranstaltung von anderen Ebenen aus angesehen. Schon die ersten Ideen zur Verbesserung, die aus London

gekommen sind, sind sehr gut. Da haben wir sofort gemerkt: Die haben richtig viel Erfahrung und Ahnung bis in kleinste Detailfragen. Auch unter Zuhilfenahme computergestützter Analysetechniken, über die wir einfach nicht verfügen. Dies wird sich schon in der 2026er Ausgabe spiegeln.“

Wie populär und groß ist der London Marathon?

Hugh Brasher: „Im vergangenen Jahr haben wir mit 56.640 Finishern den Weltrekord gebrochen. Allein für die Ausgabe am 26. April haben sich über 1,1 Millionen Läufer für einen Startplatz beworben, 860.000 aus UK, 270.000 aus dem Ausland. Übrigens ziemlich genau gleich viele Männer und Frauen. Über ein Drittel davon sind 18 bis 29 Jahre alt – junge Menschen sind unser am stärksten wachsendes Segment, was uns sehr freut. Ein besonderer Pfeiler des London Marathon ist das riesige Spendenaufkommen. Seit 1981 haben wir und unsere Läufer 1,6 Milliarden Euro - allein im vergangenen Jahr 100 Millionen Euro - für den guten Zweck gesammelt. Als LME organisieren wir 24 verschiedene Events, mit unseren Partnern sind es 84. Darunter sind neben Laufveranstaltungen auch Triathlons und Schwimmwettbewerbe.“