



ERFRISCHUNGSPÄCKCHEN FÜR STAUGEPLAGTE: Bürgermeister Groh (links) und Stadtmarketing-Chef Kratzat (r.) stellen die Aktion den Medien vor. Foto: Müller-Gmelin

## Erfrischt ankommen

### Stadtmarketing und ADAC: Anti-Staufrust-Aktion

Kein Tag vergeht ohne Staumeldungen. Und besonders in der Ferienzeit werden die Nerven vieler Autofahrer durch ungewollte, zum Teil stundenlange Stopps strapaziert. Karlsruhe dürfte vielen Reisenden vor allem durch die Brückenbaustelle auf der A 5 ein Begriff sein. Damit die Fächerstadt jedoch nicht nur als Stauloch in Erinnerung bleibt, haben die Stadtmarketing GmbH und der ADAC Nordbaden jetzt die Aktion „Karlsruhe – erfrischt ankommen“ gestartet. Zunächst an drei verkehrsreichen Ferienwochenenden im August verteilen die ADAC-Stauberater zwischen Mannheim, Pforzheim und Baden-Baden 500 so genannte „Anti-Frust-Erfrischungspäckchen“. Zielgruppe sind vor allem Autofahrer mit Kindern. Die roten Stoffbeutel enthalten unter anderem Getränke, Süßigkeiten, ein kleines Spiel, Stifte, eine CD mit Musik mehrerer Karlsruher Bands, eine „viel vor, viel dahinter“-Baseball-Kappe und Informationen über die Fächerstadt sowie ihre Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas. „Wir wollen in der Ferienzeit ein positives Zeichen setzen“, erläuterte Wirtschaftsdezernent Manfred Groth vergangenen Freitag die Motivation für die Ak-

tion. Jeder, der ein solches Überraschungspäckchen erhalte, werde Karlsruhe nicht nur als Ort in Erinnerung behalten, an dem man im Stau steckt, sondern als die Stadt, die sich um Menschen im Stau kümmert. Auch Stadtmarketing-Geschäftsführer Wolfram Kratzat ist überzeugt, „dass wir den Menschen signalisieren können: Karlsruhe ist ein Stadt, die man nicht möglichst schnell passieren, sondern die man gerne auch richtig kennen lernen möchte.“

Die Erfrischungspäckchen gefüllt haben Karlsruher Unternehmen und Institutionen, darunter Coca Cola, web.de, die Agentur Spektakulär, Aluplast, Ragold, adisoft, der G. Braun Telefonbuchverlag sowie die Karlsruher Versicherungen. Manfred Rosenberg, Geschäftsführer des ADAC Nordbaden, findet es „toll“, dass die Stadt auf eine solche Idee gekommen ist. In dieser Form ist diese Aktion eine Premiere. Normalerweise muss sich der ADAC selbst um Sponsoren-Unterstützung für die kleinen Erfrischungen bemühen, die die Stauberater in ihren Motorrad-Koffern bereit halten. In Nordbaden sind von Mai bis September drei Frauen und fünf Männer ehrenamtlich im Einsatz. -res-