



In bester Laune trotz Frühlings-Stress – das Team des Heidelberger Frühlings sorgt vor und vor allem hinter den Kulissen für den reibungslosen Ablauf des Musikfestivals: (v. l.) Dominik Winterling (Leitung Kommunikation und Finanzen), Martin Lang (Spielstättenleiter), Dr. Cora Weiand (Service- und Kartentelefon), Johanna Berg (Assistenz Künstlerisches Betriebsbüro), Thorsten Schmidt (Festivalleiter), Laure Charrié (Künstlerisches Betriebsbüro), Magdalena Tonner (Assistenz Kommunikation), Christine Pangels (Sponsoring und Freundeskreis Heidelberger Frühling e. V.) und Johannes Schubert (Praktikant Kommunikation). Alle Fotos: hf

Frühling wird's nicht von allein

Der Heidelberger Frühling verbindet feinen Musikgenuss mit familiär-glamouröser Festivalatmosphäre. Zum Gelingen des überregional erfolgreichen Ereignisses tragen seit mittlerweile 13 Jahren nicht nur die vielen erstklassigen Musiker bei, sondern noch einige andere engagierte Hände und Köpfe. Festivalleiter Thorsten Schmidt stellt sein Frühlings-Team vor.

> **Christine Pangels – Sponsoring** Wir haben das große Glück, dass der Heidelberger Frühling durch einen großartigen Freundeskreis unterstützt wird, der uns mit Lob und Anerkennung motiviert, dessen Mitglieder allerdings auch mit kritischen Anmerkungen das Festival begleiten. So, wie es sich für eine richtige Familie gehört. Christine Pangels ist für den Freundeskreis die wichtigste Ansprechpartnerin. Auch der Kontakt mit den Unternehmen, die das Festival unterstützen, liegt in ihren Händen. Bei ihr laufen viele Fäden zusammen und hier entscheidet sich, ob es gelingt, die Festivalfamilie zusammenzuhalten und vor allem ob es gelingt, alle Vorhaben auch zu finanzieren.

> **Dominik Winterling – Finanzen, Kommunikation und Magdalena Tonner – Kommunikation** Da das Festival für das Programm und die Vermarktung keine öf-



Immer mit Herz dabei – Johanna Berg und Dominik Winterling erfüllen am Konzertabend (fast) alle Zuschauerwünsche.



fentlichen Mittel erhält, ist neben den Sponsoren und dem Freundeskreis das Publikum durch den Kauf der Eintrittskarten der Garant für den Erfolg des Festivals.

Für Dominik Winterling gibt es keine Probleme, sondern nur Lösungen. Erstaunlicherweise schafft er es immer wieder, den Festivalleiter auf den Boden zu bringen. Denn das Marketing hat nach dem Start des Vorverkaufs keinen leichten Stand. Es erträgt mit stoischer Ruhe die Ausbrüche des Festivalleiters und seine ewig gleiche Litanei, die da lautet: Es hängen zu wenige Plakate, nirgendwo liegen die Programmhefte aus und die Pressearbeit ist unzureichend.

Wenn der Vorverkauf mal für einige Tage stockt, ist natürlich das Marketing daran schuld. Aber sie wissen auch, welche wichtige Funktion sie haben: Ihre Aufgabe ist es, den Heidelberger Frühling und seine Botschaften zu vermitteln. Sie sorgen dafür, dass das neue Motiv für den nächsten Frühling vorliegt. Doch wie ist das Festivalmotto „Identität“, verbunden mit der Frage „Was ist deutsch?“ in einem klaren Motiv unterzubringen? In fast unendlichen Schleifen geht es da von den Grafikern der parole Gesellschaft für Kommunikation in München zum Festivalleiter und wieder zurück. Und Magdalena Tonner erträgt mit ruhiger Gelassenheit die Vorträge des Festivalleiters, dass ein rücklings erdolcheter Gartenzwerg oder Hirschgeweihe vor einer Fototapete einfach nicht funktionieren werden. Und dann ganz plötzlich ist sie es, die ganz nebenbei den besten Slogan produziert oder nach einem längeren Blick auf einen Motiventwurf den noch fehlenden Richtungsweg gibt.

> **Dr. Cora Weiand – Kartentelefon** Wer unter der Nummer des Kartentelefon anruft, hat sie meist am Apparat – Dr. Cora Weiand, die wie niemand anders die Konzertsäle des Frühlings und die Bedürfnisse des Publikums kennt. Durch ihre profunden Repertoirekenntnisse und ihre Musikbegeisterung ist sie für das Publikum zu einer Instanz geworden.

> **Laure Charrié – KBB** Nachdem die Finanzierung geregelt ist, die Weichen für die Vermarktung gestellt sind und der Vorverkauf begonnen hat, kann das Festival kommen und die große Stunde des Konzertmanagements schlägt. Hier laufen alle Fäden der Umsetzung der Konzerte zusammen. Wie viele Hotelzimmer benötigen die Künstler? Wann möchten sie proben? Die Details klärt Laure Charrié.

Bis zu 120 Musiker müssen an einem Abend koordiniert und versorgt werden. Während Charrié den Orchesteraufbau überwacht und von zehn Menschen gleichzeitig umringt ist, die sie mit Fragen bestürmen, sieht sie aus den Augenwinkeln den Solisten den Saal betreten, der nun doch gern schon eine Stunde früher am Flügel arbeiten möchte als ursprünglich geplant. Wenn dann noch der Festivalleiter der Ansicht ist, dass die Banner über der Bühne schief hängen und unbedingt noch gerichtet werden müssen, ist ein dickes Fell notwendig. Doch springen schnell die Kollegen vom Marketing ein und verschieben die Gestaltung des Stadthallenfoyers auf später.



Fitnessstraining 1. Teil: Das Team muss kräftig zupacken. Martin Lang verschönert den Spielort mit Naturgrün.

Ob es die Spaghettiträger der Sängerin sind, die sich lösen, oder eine vergessene Fliege des Dirigenten, das Konzertmanagement muss auf alle Unwägbarkeiten während des Festivals vorbereitet sein. Da heißt es für vier bis fünf Wochen für ca. 600 Musiker Hauptansprechpartnerin zu sein. Unterstützt wird Charrié von Martin Lang und Johanna Berg. Beide arbeiten bereits seit einigen Jahren neben ihrem Studium für den Heidelberger Frühling.

> **Martin Lang – Spielstättenleitung** Nach seinem Praktikum ist Martin Lang bereits zum zweiten Mal beim Festival als Spielstättenleiter für das Festivalforum tätig, in dem das Streichquartettfest und die Lied-Masterclass mit Thomas Hampson stattfindet. Ein Knochenjob, der in diesen Tagen von morgens 7 Uhr bis nachts um 3 Uhr gehen kann. Die Bühne muss auf- und abgebaut werden, er ist

Ansprechpartner bei den Proben und für all die kleinen Fragen zuständig, die zum Beispiel während des Streichquartettfestes auftauchen.

> **Johanna Berg – KBB** Johanna Berg koordiniert die classic scouts und ist verantwortlich für die Lied-Masterclass mit Thomas Hampson. Auch sie hat bereits einiges beim Heidelberger Frühling erlebt. In diesem Jahr aber geht sie vollkommen im Projekt der classic scouts auf und fiebert bei den Konzerteinführungen der Jugendlichen mit. Ein Projekt, das neu entwickelt wird, benötigt viel Vorarbeit. Es gilt, 20 Jugendliche unter einen Hut zu bringen, mit Magdalena Tonner die Aufgaben für diese Festivalzeitung zu verteilen und permanent den Kontakt zu den anderen Abteilungen zu halten, um das Projekt zum Erfolg zu führen. Eine gute Schule für das Leben. Auch Johanna Berg hat beim Heidelberger Frühling als Praktikantin begonnen und damals unsere Herzen im Sturm erobert.

> **Johannes Schubert – Praktikant** Genau wie Johannes Schubert, der diesjährige Festivalpraktikant. Es gibt immer wieder Glücksfälle. Genau wie Johanna Berg und Martin Lang ist er ein solcher Glücksfall. Nebenbei lesen Sie seinen Bericht über den Erwerb eines grünen Teppichs für das Festival.

> **Fred-Oluf Rheinschmidt – Fahrer** Ein Aushängeschild, Multiplikator, Stimmungsmacher und Therapeut ist bei jedem Festival der Fahrer. Fred-Oluf Rheinschmidt lässt es sich als studierter Historiker nicht nehmen, die Fahrten vom Bahnhof oder Flughafen zum Hotel zu einem stadtgeschichtlichen Rundumschlag zu nutzen. In dieser Form geläutert, vergessen die Künstler schnell ihr Lampenfieber vor dem Konzert. Eigentlich immer entsteigen die Künstler dem Wagen mit einem Lächeln.

> **Christina Muno, Annette Schmidt – Festival-Assistenz / Verwaltung** Last but not least braucht der Heidelberger Frühling insbesondere während der Festivalzeit Menschen, die den normalen Büroalltag am Laufen halten. Christina Muno hält als Teamassistentin die Zügel straff in der Hand und wacht darüber, dass alles seinen geordneten Gang geht. Sie wirkt erzieherisch auf den Festivalleiter ein und lässt ihm auch nicht die geringste Nachlässigkeit durchgehen.

Annette Schmidt ist ein wunderbares Beispiel für die Festivalfamilie des Heidelberger Frühling. Sie hat bereits den ersten Heidelberger Frühling mitorganisiert. Nachdem sie als Organisationsleiterin der Schlossfestspiele nach der Geburt ihrer Tochter eine Auszeit nahm, kam dem Heidelberger Frühling der Umstand zugute, dass der Kontakt zu fast allen ehemaligen Mitarbeitern oder besser Mitkämpfern nicht abgerissen ist. So landete Annette Schmidt wieder beim Heidelberger Frühling und bringt ihre reiche Erfahrung in die finanzielle Administration des Festivals mit ein.

DER FRÜHLINGS-PRAKTIKANT

Wie kommt man eigentlich an einen Roten Teppich? Ja, Sie haben richtig gelesen: „an“, nicht „auf“.

An einen Roten Teppich zu kommen, mit anderen Worten, einen Roten Teppich zu organisieren, war eine meiner ersten Aufgaben als Frühlings-Praktikant. Ein Roter Teppich – so könnte man meinen – ist per definitionem rot. Nicht so beim Frühling. Gut ein Dutzend meiner Telefonate begann mit dem Satz: „Guten Tag, ich bin auf der Suche nach einem Roten Teppich – in Grün.“ Natürlich durfte es nicht irgendein beliebiges Wald- und Wiesengrün sein. Nein, gesucht war das Grün aller Grüns, unser Frühlingsgrün. Zusätzlich musste der Teppich der Kategorie „schwer entflammbar“ entsprechen. Schließlich sollte er zu guter Letzt vor der Stadthalle liegen und auch dem rauchenden Teil unseres Publikums standhalten. Kurz und gut: keine ganz einfache Aufgabe.

Mut machte mir besonders eine Teppichverkäuferin: „Ah, da sind Sie bei uns goldrichtig! Zu unseren Kunden zählt immerhin der Papst. Und wenn Ihnen das nicht gut genug ist ...“

Im Vergleich der verschiedenen Muster war uns der päpstliche Standard tatsächlich nicht gut genug. Ein eleganter Messelvelour bekam den Vorzug. Am Ende kam ich dann sogar noch in den Genuss, auf den Roten, pardon, auf den Grünen Teppich zu kommen – gemeinsam mit den 1200 Gästen unseres Eröffnungskonzerts.

Johannes Schubert

Sie sehen, auch wenn der Festivalleiter den Heidelberger Frühling stellvertretend für das Team in der Öffentlichkeit präsentiert, kann er ohne das Team eigentlich gar nichts ausrichten. Der Festivalleiter hat lediglich den Vorteil, dass er als erster seine Ideen entwickeln kann und bei Uneinigkeit das letzte Wort hat. Aber der Erfolg des Heidelberger Frühling ist der Erfolg eines freundschaftlichen Miteinanders, bei dem viele Hände etwas aufbauen.

Gemeinsam um die Sache des Heidelberger Frühling ringen verbindet uns und macht uns stark. So bleibt abschließend nur eines zu sagen: Ich bin dankbar, Teil dieses großartigen Teams zu sein.



Fitnessstraining 2. Teil: Magdalena Tonner trimmt die Stadthallenkulisse auf „frühlingshaft“.