



Auf einmal wird es ganz still in dem lichtdurchfluteten Besprechungsraum mit Blick auf die Heilbronner Kaiserstraße. Auf dem Bildschirm an der Wand flimmern Aufnahmen vom 22. Juli diesen Jahres. Ein Samstag, den Daniel Friedrich und André Späth, zwei der Hauptorganisatoren des Festivals Haigern live auf dem Berg zwischen Talheim und Flein, so schnell nicht vergessen werden. „Nach dem verregneten Freitag war die Masse an Menschen am Samstag wirklich großartig“, blickt André Späth zurück. Die Augen wandern wieder auf den Bildschirm. Ein Meer an Menschen, die Umgebung ist ins Dunkel der Nacht gehüllt, die Bühne hell erleuchtet. Die Partyband Friends live heizt den dicht stehenden Besuchern am großen Hang vor der Bühne mit bekannten Hits ein. 12900 Fans wurden an jenem Samstag gezählt. Tagesrekord. Der Song „Sweet Dreams“ schallt nun auch durch den Besprechungsraum der Agentur Neckarmedia, die Partner von Haigern live ist und sich um Dinge wie die Veranstaltungsbeilage und Social Media kümmert. Die Band wird von einer intensiven Lichtshow auf der breiten Bühne in Szene gesetzt. Tausende Hände klatschen im Rhythmus, Arme wiegen hin und her. „Da kriegt man noch mal Gänsehaut“, sagt Daniel Friedrich.

„Es ist wichtig, dass wir jedes Jahr genau analysieren, was gut und was schlecht gelaufen ist.“
Daniel Friedrich

Der Bildschirm ist nun schwarz. Neun Wochen ist das jetzt her – doch der Blick geht immer wieder mal zurück. „Es ist wichtig, dass wir jedes Jahr genau analysieren, was gut und was schlecht gelaufen ist“, sagt Friedrich. Dem 36-Jährigen fällt gleich ein Beispiel ein – die grünen Tischdecken für die Biertische. „200 Tischdecken mit Reißnägeln festzumachen, womöglich noch bei schlechtem Wetter, ist ohnehin schon ein riesiger Aufwand“, so Friedrich. „Und die Reißnägel, die wir dieses Jahr verwendet haben, gingen nur widerwillig in den Tisch.“ Also werden für 2018 bessere besorgt. Was zunächst nach einem banalen Problem klingt, wird vom Haigern-Kernteam, zu dem neben Daniel Friedrich und André Späth auch noch Robin Frank und Alexander Fischer zählen, sehr ernst genommen. „Unsere Helfer machen das alle ehrenamtlich, dann sollen sie es auch so einfach wie möglich haben“, sagt André Späth. „Hier ein bisschen Zeit gespart, dort ein bisschen Zeit gespart und schon kann man Abläufe wieder optimieren und verschlanken.“

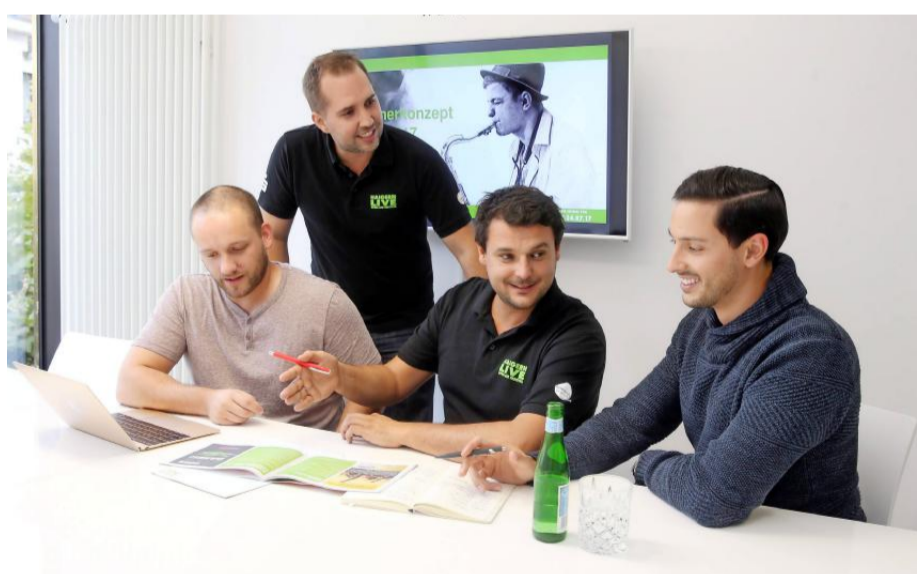
Werbemedien

Bei der Heilbronner Agentur Neckarmedia von Kay Winter und Johannes Mayer steht heute auch ein Blick zurück auf der Tagesordnung. Als offizieller Sponsor und Marketingpartner des Events ist das Team der bei-

Nach dem Festival ist vor dem Festival

Text von unserem Redakteur Alexander Schnell

Die Macher von Haigern live bereiten bereits die zehnte Auflage der Veranstaltung im Juli 2018 vor



Vorbereitungen auf 2018: (von links) Johannes Mayer (Neckarmedia), Daniel Friedrich und André Späth (Haigern live) sowie Kay Winter (Neckarmedia).

den Gesellschafter für die Gestaltung und Umsetzung sämtlicher Werbemedien zuständig und sorgt darüber hinaus für professionelles Social Media Marketing. Ohne Agentur geht es nicht mehr, allein 40 verschiedene Drucksachen zählt André Späth auf.

„Die Social Media Wall lief in diesem Jahr besonders gut“, berichtet Winter. Die Besucher des Festivals hatten dabei die Möglichkeit, ihre ganz persönlichen Haigern live-Momente in Bild- oder Textform mit allen anderen Gästen zu teilen. So wurden jene Beiträge, die die Festival-Fans mit den Hashtags #haigernlive oder #neckarmedia via Facebook, Twitter oder Instagram posteten, binnen Sekunden auf den drei Großbildleinwänden an der Bühne und auf dem Festivalgelände angezeigt. „Das sollten wir 2018 unbedingt wieder machen“, sagt Daniel Friedrich. Haken dran, weiter geht es. Auf einem USB-Stick hat André Späth

den Pressespiegel dabei – also alles, was Zeitungen wie die *Heilbronner Stimme* berichtet haben. Die Datei umfasst 136 Seiten und ist 76 Megabyte groß. „Die Resonanz war richtig gut“, freut sich Späth. Was lässt sich auf der Homepage noch verbessern? Punkt für Punkt auf der Liste wird abgearbeitet.

Zeitaufwand

Mittlerweile ist es nach 20 Uhr. „Man zählt die Stunden irgendwann nicht mehr“, sagt Daniel Friedrich. „Die Planung für das Festival läuft im Prinzip das ganze Jahr.“ Sie läuft und läuft – in der Freizeit. Denn auch der harte Kern im Organisationsteam des größten Festivals in der Region arbeitet ehrenamtlich und versucht, alles irgendwie so nebenbei zu stemmen. „Mit Vollzeitjobs muss eben alles in der Freizeit und am Wochenende geleistet

werden“, sagt Friedrich, der Geschäftsführer bei HMS Easy Stretch ist, einer Firma für Messedesign und Eventdekoration. André Späth leitet das Veranstaltungsmanagement in der Kreissparkasse Heilbronn. Ohnehin lange Tage werden bei den beiden 36-Jährigen noch länger. Beide sind zudem seit einiger Zeit Familienväter. Kann man sich da immer noch motivieren, so viel nebenher zu machen? „Es kommt darauf an, wann ich gefragt werde“, sagt Daniel Friedrich und lacht. „Nach einer durchgearbeiteten Nacht, ist die Motivation sicher nicht ganz so hoch.“ Wenn sie dann aber wieder oben auf „ihrem“ Berg stehen, sagen beide unisono, dann ist der Stress vergessen. „Das sind inklusive Aufbau und dem Festival selbst zwei Wochen im Jahr, die mit nichts zu vergleichen sind“, schwärmt André Späth. „Das ist eine unvergessliche Zeit, in der viele gemeinsam etwas erschaffen, das Zehntausende begeistert.“

Sponsoringespräche

20.46 Uhr. Feierabend? Weit weg. Die Kinder? Bereits im Bett. Doch eines soll zumindest noch kurz geklärt werden – die Gespräche mit den Sponsoren, die in den nächsten Wochen angepackt werden. „Wir haben derzeit 78 Partner, die alle mit einer Präsentation

„Das ist eine unvergessliche Zeit, in der viele gemeinsam etwas erschaffen, das Zehntausende begeistert.“
André Späth

angeschrieben werden“, so Daniel Friedrich. Dabei bleibt es aber natürlich nicht: „78 Partner bedeuten in der Regel auch 78 persönliche Gespräche.“ Ohne die Sponsoren aber ließe sich das viertägige Spektakel mit zuletzt mehr als 32000 Besuchern, der 25 Meter breiten Bühne, 30 Sicherheitskräften, 700 Meter Trinkwasserleitungen, Dutzenden Kilometern Stromkabeln und mehr als 250 Ehrenamtlichen nicht bewältigen. „Wir haben mittlerweile rund 250000 Euro Fixkosten“, erzählt Friedrich, der allein 85000 Euro für Bühne samt dazugehöriger Technik nennt. „Wir sind in den vergangenen neun Jahren gewaltig gewachsen und haben mittlerweile eine Professionalität erreicht, die die Besucher aber auch erwarten.“ Zum Glück sei die Fluktuation unter den Sponsoren sehr gering, so Friedrich. „Da ist sehr viel gegenseitiges Vertrauen da.“

Kurz nach 21.30 Uhr. Noch schnell ein paar Checklisten vervollständigen. „Die werden jedes Jahr länger“, sagt André Späth. „Aber die Liebe zum Detail, an noch so kleine Dinge zu denken – all das hilft letztlich auch wieder zu viel Stress zu vermeiden.“ Für heute reicht es allen. Lange Tage, unzählige Gespräche, harte Verhandlungen und vieles mehr liegen vor den Machern von Haigern live, bevor der Berg wieder bebt. Wer den Anfang machen wird im neuen Jahr, steht noch nicht fest. Doch am 20. Juli 2018 sollen pünktlich um 18 Uhr die ersten Töne auf der Bühne erklingen.

Mehr als 32500 Menschen sind in diesem Jahr zu Haigern live gepilgert. 2018 wird das Festival zehn Jahre alt, die Vorbereitungen für das Festival laufen bereits auf Hochtouren.

Fotos: Mugler/Veigel

Immer größer

Seit neun Jahren gibt es das Festival Haigern live auf dem Berg zwischen Talheim und Flein. Alle Bands spielen an den vier Tagen ohne Gage. Der Reinerlös aus dem Verkauf von Essen und Getränken kommt dem Haigern-Förderverein für die Kinderfreizeiten zugute. Anfangs kamen nur ein paar tausend Fans, 2013 waren es bereits knapp 19000. Der bisherige Rekord wurde 2016 mit 34200 Besuchern registriert. 2018 findet die zehnte Auflage statt.