Wirtschaft fördert Kunst und Kultur

Heimische Unternehmen unterstützen den „Literarischen Frühling“ · Ziel: Region bekannter machen

Die finanzielle und praktische Unterstützung des „Literarischen Frühlings“ ist ein klares Bekenntnis zur Region. Das haben die Sponsoren bei ihrer Zusammenkunft deutlich gemacht. Sie alle sehen sich in der Verantwortung, Kunst und Kultur in Waldeck-Frankenberg zu fördern.

VON ANDREA PAULY

Sie alle arbeiten für den Erfolg des „Literarischen Frühlings“ zusammen: vorn die Hoteliers Gerhard Pohl, Christiane Kohl und Markus Heinze (von links), dahinter Matthias Richter (Drehteile L. Richter KG), Peter Schultheis (Steuerberatung Schultheis und Dr. Schmal), Petra Meyer vom Organisationsteam, Susanne Korn (Thonet), Jörg Schmidt (Viessmann), Bernhard Weller (VHS Bad Wildungen), Herbert Günther (Günther Heißkanaltechnik), davor Karl-Heinz Jansen (Autohaus Friedrich Hoffmann), Ute Dersch (FingerHaus), Uwe Kleemann (Spritzgusswerk Hettich), Dieter Ohlsen (Frankenberger Bank) und Melanie Höblich (Waldeckische Landeszeitung/Frankenberger Zeitung). Foto: Andrea Pauly

Frankenberg. Seit der Premiere des „Literarischen Frühlings“ im Jahr 2012 ist die Zahl der Partner auf insgesamt 17 gestiegen – neu sind unter anderem das Spritzgusswerk Hettich und das Autohaus Friedrich Hoffmann. Mit Schloss Friedrichstein ist außerdem ein vierter Spielort hinzugekommen (wir berichteten). Peter Schultheis aus Bad Wildungen zeigte sich darüber bei einer Zusammenkunft der Veranstalter und Sponsoren hocherfreut: Er habe die bisherigen Programme in Frankenberg, Ellershausen und Waldeck „mit Neid“ verfolgt. „Wir sind stolz darauf, dass der illustre Kreis nun auch nach Bad Wildungen kommt“, sagte Schultheis. Das Schloss Friedrichstein biete einen würdigen Rahmen. Bernhard Weller von der Wildunger Volkshochschule ergänzte, dass eine Kurstadt auch immer eine Kulturstadt sein solle.

Interesse der Schulen

Besonders groß ist das Interesse in diesem Jahr an den Veranstaltungen für Kinder und Jugendliche aus verschiedenen Schulformen. Die Resonanz auf die geplanten Lesungen ist größer als angenommen, berichtete Petra Meyer, die zum Organisationsteam des „Literarischen Frühlings“ gehört.

Die drei initiierenden Hotelbetriebe („Die Sonne Frankenberg“, Hotel Schloss Waldeck und Landhaus Bärenmühle) verfolgen mit der Ausrichtung des Festivals verschiedene Ziele. Gerhard Pohl, Geschäftsführer der Hotelbetriebsgesellschaft Battenberg (HBB, „Die Sonne“) erläuterte: „Wir wollen der Region etwas zurückgeben, aber auch Schwellenängste in der Bevölkerung gegenüber den Hotels senken und weitere Gäste für unsere Region begeistern.“ Für die meisten Sponsoren steht derweil die Förderung der Kultur in Waldeck-Frankenberg im Fokus. „Kunst und Kultur sind Teil unserer Unternehmenskultur“, sagte Susanne Korn (Thonet).

Einer der Höhepunkte beim vergangenen „Literarischen Frühling“ war der Besuch von Martin Walser, der das Publikum in Frankenberg und Waldeck begeisterte. Archivfoto: Andrea Pauly

Ute Dersch (FingerHaus) verwies auf den hohen Qualitätsanspruch des Unternehmens, zu dem das Niveau der Veranstaltungen beim Festival passe. „Wir sehen uns in der Verantwortung, Kunst und Kultur in der Region zu fördern“, begründete Jörg Schmidt die Unterstützung durch die Firma Viessmann, die auch über die HBB am Festival beteiligt ist. Melanie Höblich (Waldeckische Landeszeitung/Frankenberger Zeitung) verwies auf die positive Entwicklung des „Literarischen Frühlings“.

Einige der Sponsoren teilen die Hoffnung der Hoteliers, Menschen aus den Ballungsgebieten nach Waldeck-Frankenberg zu locken. Herbert Günther (Günther Heißkanaltechnik) verwies auf die Schwierigkeiten, Führungskräfte – und deren Ehepartner – für die Region zu begeistern. Das Problem kennt auch Uwe Kleemann (Hettich Spritzgusswerk). „Aber wenn man sich auf diesen Landstrich einlässt, kann man hier gut leben“, betonte Kleemann. Das bestätigte Matthias Richter (Drehteile L. Richter): Es sei nicht nur wichtig, die Region nach außen bekannter zu machen, sondern auch die Bevölkerung daran zu erinnern, wie schön es hier ist. So könnten vielleicht junge Waldeck-Frankenberger dazu bewegt werden, zu bleiben.

„Koalition der Kreativen“

Als eine „Koalition der Kreativen“ bezeichnete Christiane Kohl (Landhaus Bärenmühle) den Kreis aus Hoteliers und Firmen, die sich gemeinsam für den Erfolg des „Literarischen Frühlings“ einsetzen – sei es durch finanzielle oder praktische Unterstützung. „Das ist eine ungewöhnliche Initiative, die wir hier ergriffen haben, und etwas ganz, ganz Besonderes“, betonte Kohl. Sie sei erfreut über das positive Echo. „Wir versuchen, ein kulturelles Großereignis zu schaffen, weil wir unsere Heimat lieben und voranbringen wollen“, erläuterte sie noch einmal die Zielsetzung.

Ihr Kollege Markus Heinze (Hotel Schloss Waldeck) ergänzte, dass ihm kein anderes Projekt bekannt sei, in dem ein Zusammenschluss von Hotels mit zahlreichen Partnern aus der Wirtschaft in einer solchen Form kooperiert.

HINTERGRUND

Festival

Gleich beim ersten „Literarischen Frühling“ warteten die Veranstalter mit großen Namen auf: Mario Adorf las in der Rathausschirn, Günter Grass sagte sein Kommen zu, musste dann aber kurzfristig absagen. Adriana Altaras beeindruckte die Besucher schon mehrfach, auch der vielfach ausgezeichnete Autor Martin Walser kam zum „Literarischen Frühling“.

Vom 29. März bis zum 6. April sind Mario Adorf, Hans Magnus Enzensberger, Adriana Altaras, Martin Mosebach, Katja Eichinger, Hanns-Josef Ortheil und andere Autoren in den veranstaltenden Hotels zu Gast. Sie sitzen gemeinsam mit hochkarätigen Gesprächspartnern auf der Bühne, darunter Hubertus Meyer-Burckhardt, Denis Scheck. Zu den besonders gefragten Veranstaltungen gehören die Lesedinner und die Lesungen an besonderen Orten. (apa)

Programm und Tickets gibt es unter *www.literarischer-fruehling.de* im Internet.