

AUSGABE 13 · 6. Juli 2012 · 14-tägig · 2,80 Euro

WIVA

CANARIAS

GRAN CANARIA •
FUERTEVENTURA •
LANZAROTE •



■ **FIESTA**
MEERESPROZSSIONEN
FÜR VIRGEN DEL CARMEN

■ **MELONEN**
SÜSSER WASSERSPENDER

■ **WINDSURF WM**
IN DEN STARTLÖCHERN

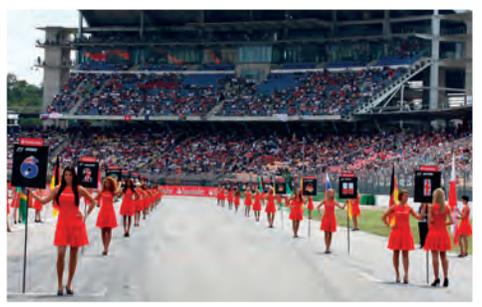
■ **JUSTUS FRANTZ**
KLASSIK VOM FEINSTEN

■ **FESTIVAL...**
JOSE FELICIANO, JAZZ U.V.M.

HEIRATEN

HOTSPOT KANAREN - ALLES
RUND UM DAS SCHÖNSTE FEST





■ BACKSTAGE

BEIM FOTOSHOOTING AUF DEN KANAREN

Frank Heidrich führte seine im Jahr 1988 gegründete Agentur FHPromotion zu einer der renommiertesten Event- und Modelagenturen Deutschlands. Viele internationale namhafte Unternehmen setzen bei der Vermarktung ihrer Marken und Produkte auf sein Know-How. Einigen ist vielleicht die erfolgreiche Promotiontour der Hotelierin Paris Hilton für einen Prosecco-Produzenten letzten Jahr in Erinnerung. Zu Heidrichs Erfolgsrezepten zählt neben seinen Kontakten ein großer Pool an tollen Models, ein gutes Netzwerk an Profis aus den Bereichen Fotografie, Hair Design oder Make-Up Artisten.



Heidrichs „Grid Girls“, die während eines Formel 1 Rennens für die Startaufstellungen und die Flaggenparaden verantwortlich sind, sind bei den europäischen Formel 1 Rennen ebenso wenig wegzudenken wie brummende Motoren, breite Reifen und Benzingeruch.

Nicht selten beginnt eine große Modelkarriere genau dort, wenn das Blitzlichtgewitter der internationalen Fotografen das Potenzial eines Mädchens erkennen lässt während es Vettel, Hamilton und Co. den richtigen Startplatz aufzeigt.

Wir fühlen uns geehrt, dass Heidrich uns die Gelegenheit bietet, hinter die Kulissen eines „echten“ professionellen Fotoshootings für einen internationalen Konzern zu blicken und so hautnah miterleben zu können, wie es wirklich dabei zugeht.

„Die Mädchen sind nicht meine Schätzchen.“

■ LEKTION 1: GEDULD

11.30 Uhr: Treffpunkt im Hotel. Das ganze Team ist in einem schönen Strandhotel am Strand von San Agustín untergebracht. Im Zimmer 820 herrscht bereits reges Treiben. Es öffnet eine wunderschöne junge Dame (und das noch ungeschminkt) mit elfenhafter Gestalt und entwaffnendem Lächeln die Tür und bittet mich gleich herein. Gemütlich sitzt eine neunköpfige Gruppe junger Models auf dem Sofa in herrlich entspannter Atmosphäre. Doch zuerst heißt es für mich raus auf den Balkon, denn das „Briefing“ zwischen Modelagentur, dem Fotografen und den Mädchen ist noch nicht zu Ende. Überall stehen unzählige Taschen, Hairstylingprodukte, Make up-Paletten, etc. und so laufe ich im Parkour hinaus. Die wunderbare Aussicht auf Sandstrand von Las Burras und die Dünen von Maspalomas lassen keine Trübsal zu – im Gegenteil. Ein paar Minuten Ruhe gönnt man sich ohnehin viel zu selten in unserer oftmals fremdgesteuerten Gesellschaft.

Nach etwa zehn Minuten öffnet sich die Terrassentür und es gesellt sich der „Macher“, Frank Heidrich, zu mir. Sein starker Charakter und seine coole Gelassenheit trotz Stimmen-Wirrwarr lassen mich beinahe neidisch werden. Zuerst will ich etwas über die Hintergründe des Shootings erfahren und wieso es gerade auf dieser Insel stattfindet, so fern der Heimat.

„Der Auftraggeber, die friseurexklusive Marke KMS California, gehört wie auch die bekannte Haarkosmetikmarke Goldwell zur KAO Gruppe. Für sie organisieren wir schon seit vielen Jahren immer wieder Shootings und große Events“, wie ich erfahre. Mein Kunde wünscht sich hochwertige Imagebilder mit tollen Frisuren und noch hübscheren Frauen für seine Kunden. Wie in diesem professionellen



Umfeld üblich, werden die Wünsche in klaren Ablaufplänen umrissen. Das Motto dieses „Storyboards“ (wie es in der Werbebranche genannt wird) lautet „And who are You“ und soll das Gefühl von „Sei du selbst“ vermitteln.

Je nach Auftrag wählt Heidrich aus seinem großen Pool an (Profi)-Models die passenden heraus. Im gegenständlichen Fall wurden auch einige junge Nachwuchsmädchen mitgenommen, die bei dieser Gelegenheit coole Bilder für ihre Sedkarten produzieren können, ohne dafür extra zahlen zu müssen. Je besser, vielfältiger und professioneller die Fotosammlung eines Mädchens ist, desto höher ist die Chance auf neue Modeljobs.

Während wir reden, werden im „Schminkzimmer“ die Mädchen extravagant gestylt. Geplant ist nämlich ein 50er Jahre Retro-Look. Das soll bedeuten: Kunstvolle nostalgische Frisur-Kreationen werden modern und doch edel interpretiert.

■ LEKTION 2: PROFESSIONALITÄT

Hairstylisten: „Alles außer 0815“. Am Werk, was die ausgefallenen Frisuren betrifft, sind die KMS California Mastertrainer. Es sind die besten ihrer Zunft, die alle in Deutschland selbst Friseursalons besitzen: Bea Naumann aus Berlin, Vanessa Schütz aus Hagen und André Neubauer, der unter anderem vor einigen Jahren durch Stefan Effenbergs Tigerhaarschnitt deutschlandweit für Furore sorgte. Sie alle bekommen im Anschluss natürlich auch das einzigartig schöne Fotomaterial, mit dem sie ihre Kollegen und Kunden begeistern können. „Eine solide Grundausbildung in ihrem Beruf ist zweifelsfrei die Grundvoraussetzung für eine Karriere im Bereich des Hairstylisten“ bestätigen alle. Aber ebenso ist Kreativität, Praxis, laufende Schulungen und Weiterbildungen gefordert. Inspirationen holen sie sich bei ihren vielen Reisen, in ausgewählten Zeitschriften oder auch beim historischen Studium einstiger Frisuren – von Ägypten bis zur





FOTOSHOOTING ■ BACKSTAGE MIT DABEI

Gegenwart. Sehr begehrt sind auch die Goldwell Trendforschungen, die weltweit von sogenannten „Trendscouts“ gesammelt werden und dann als Sammelwerk tragbarer Trends für das nächste Jahr an die Hair Artisten weitergegeben werden. Alle drei Mastertrainer geben ihr Können schon seit vielen Jahren bei unterschiedlichen Seminaren als Trainer an ihre Kollegen weiter.

■ ZICKENKRIEG BEIM SHOOTING?

Während wir plaudern, fällt mir die außergewöhnlich entspannte Atmosphäre und die gute Stimmung positiv auf und ich spreche Heidrich direkt auf das Thema „Zickenkrieg“ an. Im Laufe der vielen Jahre hat er sich natürlich ein Gespür für „gute“ Mädchen angeeignet. Aber sobald er merkt, dass jemand schlechte Stimmung verbreitet oder aus der Reihe tanzt, schickt er ihn/sie zurück und würde so jemanden garantiert nicht mehr buchen.

Starallüren und Zickenkrieg haben in einem professionellen Shooting oder bei einer Fashionshow nichts verloren – ganz nach dem Motto „Ein fauler Apfel steckt die anderen an“. Weil bei jedem Shooting immer mehrere Personen als Team zusammenarbeiten, ist eine gute Stimmung ein wesentlicher Erfolgsgarant. Man spürt und man sieht das im Ergebnis, sei es bei den fertigen Fotos oder auf dem Laufsteg. Das ist auch ein Grund dafür, dass FHP nur Models vermittelt, die sie auch kennen oder im Laufe eines Shootings kennengelernt haben. Niemand kann sich in so beengten Räumlichkeiten auf Dauer verstellen. Wirklich gute Models sind auch im Inneren schön und als Profis stecken sie die jungen, oft unerfahrenen Models mit ihrer positiven Art an. „Man guckt sich gegenseitig ab, wie es am besten aussieht.“

■ LIEBESERKLÄRUNG AN GRAN CANARIA

Jawohl, ohne Gagen des örtlichen Tourismusministeriums vernehmen wir Worte wie „Gran Canaria ist wirklich ein Mi-

nikontinent – die Summe aus allen anderen Kanareninseln und so wunderschön. Das Wetter ist natürlich ein weiterer wesentlicher Aspekt, aber nirgendwo sonst kann man auf so kurzen Distanzen so unterschiedliche Schauplätze für verschiedenste Motive haben, von Fashion-, Beauty-, Sport- bis hin zum sog. Rough-Shootings“, erklärt uns der Agenturchef. Seit seinem ersten Besuch im Jahr 1993 war Heidrich schon 57 Mal auf Gran Canaria und kennt Land wie Leute gleichermaßen. Sein Herz hängt an der Insel und das merkt man gleich...

■ LEKTION 3: FLEXIBILITÄT

16.30 Uhr: Shooting: Nachdem 80 bis 90 Prozent der Zeit bei Fotoaufnahmen aus Warten besteht, ist Plaudern eine willkommene Alternative, um sich die Zeit zu verkürzen. Make up-Artist David Rodríguez schlüpft dabei immer wieder in eine besondere Rolle, weil er den Models so nah ist und immer ein offenes Ohr für ihre Wünsche und Fragen hat. Wenn die Mädchen fertig geschminkt wurden und sich ihre Kostüme angezogen haben, geht es mit der ersten Tour zur Location am kleinen Flugplatz von San Agustín. Das war zumindest der Plan. Doch weil die Natur ihre eigenen Gesetze befolgt und ein starker Ostwind die Stylings buchstäblich vom Winde verweht, wurde aus dem dort geplanten Shooting nichts. Flexibilität ist also gefordert und natürlich Kontakte. Ein paar Telefonate mit Heidrichs einflussreichen Freunden vor Ort und schon steht eine Alternative auf dem Tableau. Der kleine schöne Sporthafen von Pasito Blanco eignet sich hervorragend und bietet eine schöne windgeschützte Kulisse.

Gesagt getan, so wechselt das gesamte Team zum neuen Shootingspot. Wer jetzt glaubt, dass den Models der Wind aus den Segeln genommen wurde, der irrt. Punktgenau liefern sie dem Fotografen ihre Posen. Mario Nägler ist Beauty-



und Fashionfotograf und weiß genau, worauf es bei einem solchen Shooting ankommt. Die besten Models hören ihm genau zu und setzen seine Wünsche perfekt um – mit viel Ausdauer und hoher Arbeitsethik. Sie wissen, je besser sie seine Anweisungen umsetzen können, desto schöner ist das Foto und desto erfolgreicher sind sie in ihrem nicht immer einfachen Beruf. Mario ist Vollprofi und man merkt die Ruhe, die er ausstrahlt bei hohen Temperaturen unter extremster Anspannung beste Fotos abzuliefern. Genau darauf hat er sich fokussiert und zaubert selbst nach tausenden von Bildern immer wieder ein Lächeln auf die Gesichter der Models.

■ HEIDRICH PASST AUF

„Die Mädchen sind nicht meine „Schätzchen“, sondern unser wichtigstes Kapital. Deshalb trenne ich auch immer Berufliches von Privatem und mein Freundeskreis hat 0,0 mit dem Modelbusiness zu tun. Wir kümmern uns als Agentur um alle und alles. Wenn, wie z. B. beim Formel 1 Event in Silverstone alle aus logistischen Gründen mal in ei-

ner Sporthalle übernachten müssen, dann schlafe ich nicht in einer Suite in einem Nobelhotel. Schließlich übergeben mir die Eltern die Verantwortung für ihre Kinder, die teilweise ja erst sechzehn Jahre alt sind“ erklärt uns Heidrich und fährt fort „man darf nicht vergessen, dass meine Mitarbeiter und ich eine große Verantwortung haben. Ich habe selbst 3 Kinder, die alles für mich sind, daher kann ich mich auch sehr gut in die Situation der Eltern versetzen, die mir ihr Wichtigstes im Leben anvertrauen. Ich selbst bin glücklich mit meiner Frau Gabi verheiratet, die sich um alle kaufmännischen Belange und das Booking kümmert. Eine klare Aufgabenteilung ist immer von Vorteil. Es ist mir auch wichtig, meinen Kindern, die inzwischen selbst Interesse an diesem Beruf entwickeln, jene Moralvorstellungen zu vermitteln, die ich auch von meinen Models verlange.“

■ WO FINDET MAN NACHWUCHSMODELS?

„Ich laufe praktisch jeden Tag mit offenen Augen durch die Gegend. Marta sah ich beispielsweise im TV bei einer Sendung. Auch die täglichen Bewerberinnen und Bewerber über unsere Internetseite werden zu einem Casting eingeladen, denn wir legen höchsten Wert darauf, potenzielle neue Models persönlich kennenzulernen“, sagt Heidrich.

■ TIPPS AN JUNGMODELS VOM AGENTURCHEF

Wer selber vielleicht versucht, eine Modelkarriere zu beginnen, dem gibt Heidrich noch einige wertvolle Insider-Tipps mit auf dem Weg.

- Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und Loyalität sind das A und O im Modelbusiness. Wenn sich eine Agentur auf ihre Leute nicht verlassen kann, kostet das Nerven und vor allem Zeit und Geld.
- Suchen Sie sich eine Agentur ihres Vertrauens und bewerben sich. Niemand vermarktet sich selbst. Alle Konzerne und professionelle Werbe- und Marketingfachleute buchen ihre Kampagnen praktisch nur über Agenturen. Holen Sie sich Referenzen der Agenturen ein und vergleichen Sie deren Möglichkeiten. Jede seriöse Agentur definiert in ihren Engagementverträgen alle Details genau (wann, wo, was und wieviel Geld für einen Job gezahlt wird). Exklusivverträge gibt es kaum noch und werden meistens nur den Top Models bei den Agenturen in Paris und Mailand angeboten. Professionelle Models sind immer für verschiedene Agenturen und damit auch für die verschiedensten Kunden. Aufnahme-Kartegebühren, die Models an Agenturen bezahlen sollen, sind ebenfalls nicht üblich und man sollte von dieser Art von „Angeboten“ am besten die Finger lassen.

■ **CONCLUSIO:** Es war interessant, einen Tag lang in diese andere Welt einzutauchen und so vielleicht auch das eine oder andere Vorurteil auszuräumen, ganz nach dem Motto: Ohne Fleiß, kein Preis.

■ KONTAKT

Frank Heidrich
 FHP Projectmanagement • Production • People
 57548 Kirchen (Sieg), Tel.: 0049 2741 93 12 73
www.FHPromotion.com
 E-Mail: info@fhpromotion.de