Es muss weitergehen

Autor(en): **Surber, Peter**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Saiten : Ostschweizer Kulturmagazin**

Band (Jahr): **28 (2021)**

Heft 307

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-958472

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

ES MUSS WEIT

Rubel U. Vetsch macht Promotion und stellt Events auf die Beine. Und dies «8 days a week» – das ist auch in normalen Zeiten keine Goldgrube. Von Peter Surber

«Ich bin so etwas wie die Drehscheibe zwischen Veranstalter, Technik, Darstellenden und dem Publikum.» Ein Job, der dann perfekt erfüllt ist, wenn das Publikum nichts davon merkt. Rubel U. Vetsch ist unter anderem Produktionsleiter der Bühne von Musig uf de Gass, ist am Openair St.Gallen für die Plaza Stage verantwortlich, hat diesen Sommer in der St.Galler Lokremise die Openair-Produktion des Cirque de Loin produktionstechnisch vor Ort betreut, zieht an der jährlichen Ausserrhoder Kulturlandsgemeinde oder für die Kulturbühne am St.Galler Begegnungstag im Hintergrund die Fäden.

«Stage Manager»: Das ist nicht der einzige Hut, den Vetsch auf dem Kopf hat. Ein weiterer ist die Veranstaltungspromotion. Plakate und Flyer stapeln sich (in normalen Zeiten) in seinem Lager und den Büroräumen an der St.Galler Bogenstrasse. Er besorgt die Verteilung, betreut eigene Plakat- und Flyerstellen in der ganzen Ostschweiz, bringt Publikationen wie «Kulinarisch», die «Le Monde diplomatique»-Beilage der Woz oder, seit dem Start 1994, auch Saiten an die richtigen Auflagestellen. «Veranstaltungsdienstleistungen von A-Z» heisst es im Firmenprofil. Und all dies, wie es der Name verspricht: 8 days a week.

Alles analog

Alles, was Rubel Vetsch anpackt, ist analog – vom Plakataushang irgendwo im Appenzeller Hinterland bis zum Bandauftritt am Openair. Und entsprechend gross sind die Corona-Einbussen. Ein paar wenige Plakate verlieren sich bei unserem Besuch in den Regalen an der Bogenstrasse. «Alles weg», sagt er. Und: «Schwierig … ». Aber auch: «Irgendwie wird es weiter funktionieren.» Vom Umsatz (in den besten Jahren um die 300'000 Franken) sind 8 days a week wegen der Pandemie 86 Prozent weggebrochen. Von den neun Angestellten mit 600 Stellenprozenten sind vier übriggeblieben. Die anderen versuchten sich anderswo über Wasser zu halten, zügeln Hausrat, helfen in der Landwirtschaft, springen ein, wo Bedarf ist. Mit einem Stundenlohn von 25 Franken plus Feriengeld, allen Sozialleistungen, Versicherungen, Verpflege- und Reisespesen machte schon in guten Zeiten niemand grosse Sprünge.

Über die Erwerbsersatzordnung (EO) konnte Rubel Vetsch einen Teil der Ausfälle kompensieren, mit dem Haken: Gezahlt wird nur, wenn der coronabedingte Lohn- oder Einkommensverlust und Umsatzrückgang mehr als 55 Prozent beträgt. Läuft das Geschäft grad wieder etwas besser, wie es jetzt im Herbst bei ihm der Fall war, dann fällt der EO-Anspruch ganz weg. Und die Lücke bleibt. «Wir arbeiten sowieso schon mit tiefen Löhnen. Aber jetzt führen wir Aufträge aus, die überhaupt nicht mehr rentieren. Besser würde ich ganz pausieren und in der warmen Stube hocken. Aber ich bin ein Kulturmensch, ich kann das nicht einfach fahren lassen. Es muss weitergehen.»

Was wäre zu tun? Welche Lösung bräuchte die Branche? Gute Frage, sagt Vetsch. Die aktuellen Hilfsmassnahmen müssten teils angepasst werden – die Härtefall-Regel etwa lief mit dem Ende des Notrechts im September aus, soll jetzt aber wieder neu aufgegleist werden. Das Grundproblem seien die prekären Löhne: Auch wenn der Staat einen Teil der Ausfälle kompensiere, bleibe zu wenig zum Leben übrig. Und zugleich werde von der Kulturwirtschaft jetzt mehr denn je Kreativität erwartet – «aber im Moment kannst du nicht kreativ sein», sagt Vetsch. Zu gross die Unsicherheit, zu unklar die Aussicht auf ein Jahr 2021, für das im Moment niemand planen könne und wolle.

Ist das Veranstaltungsgeschäft, die analog stattfindende Kultur überhaupt ein Auslaufmodell? Rubel Vetsch glaubt nicht daran. Nach dem grossen Digitalisierungsschub höre und erlebe er in den letzten vier, fünf Jahren eher wieder das Gegenteil: Viele Leute vermissten auf den digitalen Kanälen die direkte, physische Kommunikation. Nur schon die Veranstaltungspromotion via Social Media sei sehr unverbindlich – kommt hinzu, dass heute einen enormen Aufwand betreiben müsse, wer damit Erfolg haben wolle. Viele sagten sich stattdessen doch wieder: «Chomm, mer mached e Plakat.»

Pakete statt Scheinwerfer

Natürlich müssten gerade Grossveranstaltungen ihr Format reflektieren, auf Risikominderung schauen, angepasste Formen finden. Mit Stage Crew, der Personalagentur für Events, mache er aktuell diese Erfahrung. Vetsch hat die Firma in den 90er-Jahren mitbegründet. Statt Bühnen und Messen aufzubauen, arbeiteten jetzt im Dezember Dutzende Freelancer von Stage Crew für Versandfirmen. Pakete statt Scheinwerfer: Das Geschäft brummt, wenn auch anders, als man sich das noch vor wenigen Jahren gedacht hätte.

Zufälle und Unerwartetes standen seit jeher Pate bei Rubel Vetsch. In der Pfadi – von dort ist ihm der Übername «Rubel» geblieben – wurde sein Organisationstalent erstmals sichtbar. Später, als gelernter Schriftenzeichner, kam er in die Musikszene hinein, arbeitete für ein Schweizer Plattenlabel, managte Bands, verkaufte im Logo Records Musik, sprang als Plakatverteiler ein, merkte: Das geht. Und machte sich schliesslich vor 27 Jahren selbstständig. Sein erster Auftrag kam vom Restaurant «Jägerhof»: eine Tonne Wein aus St.Tropez nach St.Gallen zu fahren.

Für sich persönlich sieht Rubel Vetsch die Situation trotz aller Pandemie-Verunsicherung pragmatisch. Ob er ans Umsatteln denkt? Einerseits nein – «einen wie mich kann man für nichts anderes brauchen», lacht er. Andrerseits ja, klar: «Ich mache mir Gedanken. Etwas zu tun gibt es immer. Ich bin mir für nichts zu schade.» Er kennt die halbe Ostschweiz. «Mein Beziehungsnetz ist mein Kapital.»

8daysaweek.ch, stagecrew.ch

Peter Surber, 1957, ist Saitenredaktor.

TERGEHEN

Produktionsleiter und Promoter Rubel U. Vetsch im Lagerraum von 8 days a week in St.Gallen.