

Zeitschrift: Saiten : Ostschweizer Kulturmagazin
Band: 7 (2000)
Heft: 76

Rubrik: Medien

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 31.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Kulturzeitschrift **ZU VERKAUFEN**

Konkurs und verkauft: **Die «Bodensee Hefte» vor einer ungewissen Zukunft**

Aus, vorbei. An einem sonnigen Montag Morgen um 8.10 Uhr gehen 50 Jahre Kulturgeschichte des Bodenseeraumes zu Ende: Die «Bodensee Hefte» sind Konkurs. Nach einem halben Jahrhundert bewegter Geschichte könnte es diesmal das endgültige Aus sein. Das letzte Mal war es vor gut einem Jahr soweit, als die Bodensee Hefte im letzten Moment noch von der neu gegründeten Codex Media AG übernommen wurden. Die Geschichte eines Rettungsversuches – basierend auf einem Selbstinterview.

von Matthias Nold

Wie es trotz leicht steigender Abonnentenzahlen zum Konkurs gekommen ist? Das Rezept dafür ist einfach. Zumindest im Falle der «Bodensee Hefte» beziehungsweise der Codex Media AG. Alles, was es braucht, sind eine Idee zu wenig Kapital, zu viel Idealismus (sprich in diesem Falle Investitionen am falschen Ort) und vor allem einen jener selbst ernannten Unternehmensberater, der die Firma aussaugt. Ein ehemaliger Verkäufer aus einer anderen Branche, der sich zum Berater und – in diesem Falle – Geschäftsführer aufgeschwungen hat. Es gehört wohl doch etwas mehr dazu Berater zu sein als die Erfahrung eines Verkaufsleiters für Früchte und Säfte. Vor allem sollte man mit Zahlen und Konzepten umgehen können.

Ausserdem, so könnte man denken, sollte man als Geschäftsführer – gerade dann, wenn man das mandatsweise ist – mit vielen Worten möglichst wenig sagen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter möglichst im Unklaren lassen darüber, wie der Betrieb läuft und Konzeptlosigkeit zum Konzept erklären. Am besten man greift, sobald man merkt, dass etwas schief läuft, zum Mittel der Halbwahrheiten und nach jedem Strohalm der sich bietet.

ABENTEUER EINES CHEFREDAKTEURS

Warum nicht tun, was andere auch gemacht haben und verkaufen?, fragt der Herr Chefredakteur N den Verlagsleiter. Der aber sagt, er habe in dieser Situation nicht mehr die Kapazität dazu. «Ich machs», erklärt N – und stürzt sich damit in ein Abenteuer ohne gleichen... Wieso er den Verkauf an die Hand genommen habe? «Da steckte halt schon eine Menge Herzblut drin, auch wenn ich erst fünf Ausgaben

gemacht hatte. Ich wollte nicht, dass die Bodensee Hefte sang und klanglos sterben», wird er später sagen. Allerdings nicht ganz uneigennützig: Natürlich ging es ihm auch darum, seinen Arbeitsplatz zu erhalten. Und er rechnete, vielleicht eine kleine Provision aus dem Verkauf zu ziehen. Ausserdem lässt sich so die «Arbeitslosigkeit» gut umgehen.

Angestellte sind nach einem Konkurs in einer etwas speziellen Lage: Anscheinend sind sie in ungekündigter Stellung (bis zum Ende der ordentlichen Kündigungsfrist) und gelten gleichzeitig als fristlos entlassen. So ist man arbeitslos, ohne arbeitslos zu sein – an sich steht einem noch während der gesamten Kündigungsfrist der Lohn zu. Die Lage ist so kompliziert, dass N sich völlig verheddert und sich schlicht für arbeitslos in ungekündigter Stellung erklärt.

DAS MERKWÜRDIGE VERHALTEN POTENTER KÄUFER

Was auf die Erklärung Ns, dass er den Verkauf an die Hand nehme, folgt, könnte gut unter dem Titel «Das merkwürdige Verhalten potenter Käufer im Konkursfall» laufen. Zuerst einmal ist da der Gang zum Konkursamt. Schliesslich ist jetzt der Vollzugsbeamte quasi der Geschäftsführer des Betriebes und muss sein OK geben. Interessiert sei man schon, erfährt N. Das mit der Provision könne er allerdings vergessen. Dafür sei man nicht zuständig, komme gar nicht in Frage. Sein Lohn also ist der eigene Arbeitsplatz. Auch Spesen etc. werden nicht vergütet. Aber froh sei man schon, wenn N das an die Hand nehme, selber habe man keine Kapazitäten. Zum Glück soll das ganze oh-

Bodensee hefte

Magazin

Glück & Liebe

Kulturland Liechtenstein

Bewegtes Leben: Michl Weder

Der Rheindurchstich



ne grosse Formalitäten und Einschränkungen über die Bühne. Da gäbe es einige. Zum Beispiel die Forderung, dass man den Ablauf der Eingabefrist abwarten müsste. Das aber dauert so lange, dass der Titel des Heftes dann nichts mehr Wert wäre.

WIE MAN EINE ZEITSCHRIFT TOT KRIEGT

Die Suche nach einem Käufer gestaltet sich dagegen recht einfach: Man rufe die Verlage und Druckereien der Umgebung an, lasse sich mich der Geschäftsführung verbinden und vereinbare einen Termin. Erstaunlich, wie leicht das geht. Interessant auch die Ideen der verschiedenen Geschäftsführer und Verlagsleiter. In Konstanz beispielsweise wollte ein Verlag aus den Bodensee Heften ein Jahresmagazin machen; und wenns denn gar nicht anders gehe, wollte man höchstens vierteljährlich erscheinen. Man kann eine Kulturzeitschrift auch so tot kriegen.

PR-Heft-Gedanken schweben andernorts im Raum. Dass dies nicht funktioniert, beweisen das «Regio Magazin Bodensee» und «akzent» eindrücklich. Das «Regio Magazin Bodensee» kommt alle zwei Monate heraus und wurde in den letzten Monaten schon mehrmals zum Verkauf angeboten. Die Leute vom «Regio Magazin» sprechen allerdings von Kooperationssuche, der Suche nach Investoren. «Akzent» ist drei Tage vor den Bodensee Heften eingegangen. Reine PR ist im Magazin-Bereich ein Konzept, das nicht funktioniert.

Am Ende bleiben drei Interessenten. Einer aus St. Gallen, einer aus dem Appenzellerland und eine Verlegergemeinschaft aus dem Bo-

Von wegen Glück & Liebe: Cover der Mai-Ausgabe der Bodensee-Hefte – seither ist keine Nummer mehr erschienen; im Juni hätte das Heft sein 50jähriges Jubiläum gefeiert

denseeraum. Zahlen wollen alle drei möglichst nichts, aber das ist N mittlerweile egal. Positiv ist, dass alle drei nach der Übernahme mit N zusammenarbeiten möchten. Die Bedingungen sind sehr verschieden. Einer spricht ständig von Investoren und Ideen mit Gemeinden, von seinen Kontakten zur IBK (Interessengemeinschaft Bodensee-Konferenz) und anderen Gremien. Wer die Investoren sind, erfährt N allerdings nicht. Überhaupt scheinen klare Aussagen hier schwierig zu bekommen zu sein. Auch der Lohn Ns ist dem Interessenten zu hoch. Erfolgsbeteiligungen werden versprochen. «Nun gut, hab ich mir gedacht», erzählt N, «dann verdienst du halt zwei Jahre etwas weniger.» So lange dürfte es wohl dauern, bis Erfolgsbeteiligungen auch wirklich ausbezahlt werden können.

VON HOCHGLANZ UND LANDSCHAFTEN

Ein Anderer spricht von «handglismet», und dass sie alles viel besser könnten. Hochglanz ist gefragt. Auch muss N sich die Frage gefallen lassen, ob er ehrlich sei. Wie kann er es nur wagen, auch mit anderen zu verhandeln. Schliesslich wolle man ihn ja sowieso einstellen, auch ohne Bodensee Hefte (was sich als unrichtig herausstellt...). Hier aber garantiert man N die besten Bedingungen. Der Betrieb und sein Klima sind ansprechend.

Der Dritte möchte mehr Tourismus. Schöne Bilder halt mit Landschaften. Ob man sich trifft, steht noch in den Sternen. Das sei Verhandlungspunkt nach dem Kauf, meint der Interessent. Das Kulturverständnis dieses Betriebes ist spannend, denkt sich N und wartet erstmal ab.

Nachdem er sich alle angesehen hat, sagt N einem der Interessenten ab. Jenem, mit den Investoren und den vielen Kontakten. Die Gründe dafür sind vielfältig und sollen hier nicht näher ausgeführt werden. Unter anderem hat ihn misstrauisch gemacht, dass bei seinem Verhandlungspartner die Konkurrenzblätter und die Mediensituation im Bodenseeraum nicht oder nur spärlich bekannt waren.

Eine gute Woche später geht dann alles ganz schnell. Die Interessenten beginnen sich innert kürzester Zeit gegenseitig zu überbieten, aus null Franken werden schnell mehrere Zehntausend. Knapp vier Wochen nach dem Konkurs sind die Bodensee Hefte verkauft. Wer den Titel «Bodensee Hefte» bekommen hat? Jener, dem N abgesagt hatte: Die Verlegergemeinschaft, zu der auch das «Regio Magazin Bodensee» gehört. Ungewiss ist allerdings, ob der rund um den See bekannte und alteingesessene Name «Bodensee Hefte» bestehen bleibt. Wie auch immer: «Ich wünsche den neuen Machern alles gute und vor allem viel Erfolg!»

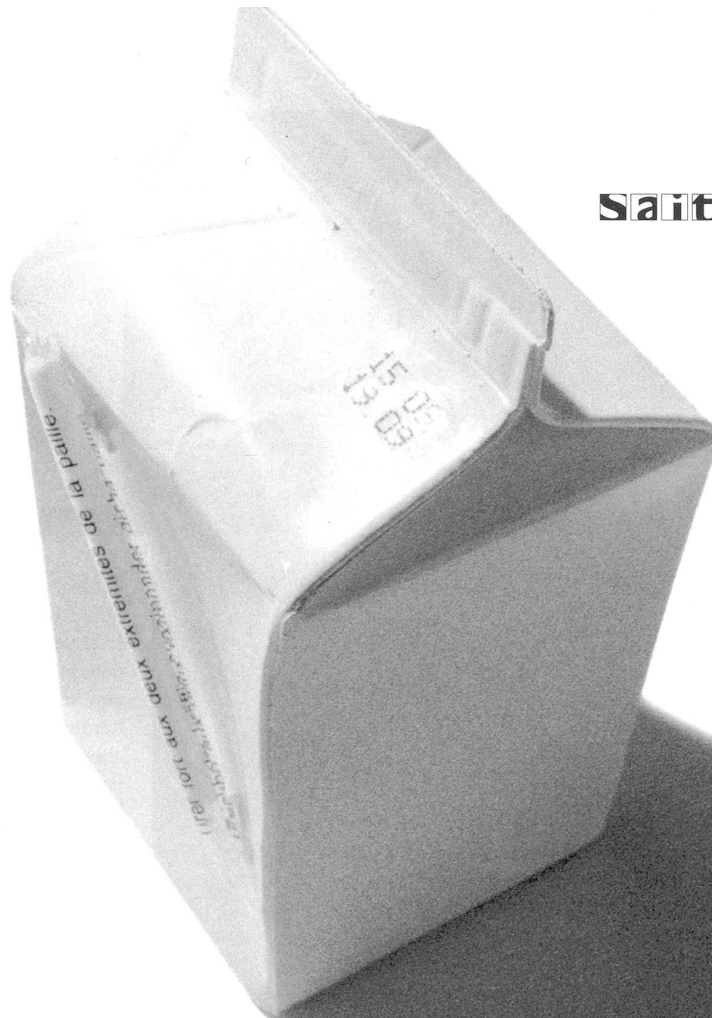
Und die Moral von der Geschichte: Redaktor, bleib beim Schreiben. Verkaufen kannst du nicht...

Matthias Nold, Jahrgang 1968, St.Gallen; der Schreiber leitete von November 99 bis Mai 00 die Redaktion der «Bodensee-Hefte» und ist zur Zeit auf Stellensuche

seite.61

saiten

Saiten



«Ein selbstgemachter Kuss hat die Haltbarkeit von Buttermilch.»

Irina Kornejewa, Dolmetscherin, in Saiten Nr. 59, Februar 99

ABONNIEREN

UND ZWÖLF MAL LÄNGER LEBEN!



- Ich will Saiten für ein Jahr zum Unterstützungspreis von Fr. 75.- abonnieren.
- Ich will Saiten für ein Jahr zum Normaltarif von Fr. 40.- abonnieren.
- Ich will eine kostenlose Probeausgabe.

Ausschneiden, ausfüllen und einsenden oder faxen an:
Verlag Saiten, Abonentendienst, Postfach, CH-9004 St.Gallen, Fax 071 222 30 77

Empfänger-Adresse:

Rechnungsadresse (wenn nicht wie oben):
