

TV-SENDER

Stachel im Fleisch

Die Bieter-Schlacht um den Kölner Musikkanal Viva steht vor der Entscheidung: Setzt sich AOL Time Warner gegen das Übernahmeangebot von MTV durch?

Eigentlich ging es um den Kampf gegen Aids, als am vergangenen Mittwoch die Großen des US-Mediengeschäfts zusammenkamen.

AOL Time Warner und die Viacom-Tochter MTV hatten das exquisite Spenden-Dinner gesponsert, an den Zehner-Tischen im New Yorker Fitness-Tempel Chelsea Piers (Preis pro Tisch: 10000 bis 25000 Dollar) amüsierten sich Stargäste wie Bill Clinton, Kofi Annan und REM-Sänger Michael Stipe.

In anderer Mission war auch ein Besucher aus Deutschland dabei: Helge Sasse, Mitgründer des Kölner Videoclip-Kanals Viva, wollte die Zukunft seines Senders sondieren, der 1993 mit einem Video der Fantastischen Vier gestartet war: „Zu geil für diese Welt“.

Schon seit Monaten liefert sich Vivas Erzfeind MTV mit AOL Time Warner eine Übernahmeschlacht ums deutsche Musikfernsehen. Die Chancen sind günstig, denn zwei Großaktionäre der Deutschen, die Musikkonzerne EMI und Vivendi Universal, wollen sich aus Geldnot von ihren Anteilen trennen.

Jetzt steht der Deal vor dem Abschluss: Die Viacom-Verhandlungen mit den Viva-Aktionären, darauf deutet alles hin, sind so gut wie gescheitert. Und AOL-Vorstand Robert Pittman scheint fest zur Übernahme der Kölner entschlossen.

Für Zuschauer und Clip-Produzenten in Deutschland bedeutet der Einstieg eines tonangebenden US-Konzerns so oder so einen harten Schnitt: Sasse und Viva-Chef Dieter Gorny hatten den Sender 1993 mit Partnern eigens gegründet, um der Vormacht von MTV zu entkommen.

Vier Kanäle – zwei bei MTV, zwei bei Viva – bedienen inzwischen säuberlich sortiert den Musikgeschmack von Teenies, Twens und älteren Fans. „Bei Viacom werden nur zwei Sender übrig bleiben“, erwartet der Chef des Verbands der Clip-Produzenten Markus Peichl, „bei AOL Time Warner wenigstens drei.“

Besonders der Einstieg des Viva-Erzkonkurrenten Viacom würde, darin sind sich Branchenkenner einig, den Kölnern auf Dauer kaum Überlebenschancen lassen. „Viva war immer ein Stachel im Fleisch von MTV“, sagt Christiane zu

Medien



Viva Media AG Anteile der Gesellschafter in Prozent



Viva-Sendung „Fast Forward“
„Ein Stück Musikkultur“

Die inzwischen mit Time Warner zum weltgrößten Medienkonzern fusionierte AOL-Gruppe ist derzeit mit 15,3 Prozent an der Viva Media AG beteiligt und hat im vorigen September ein 49-Prozent-Paket an Viva Zwei erworben. Zudem verfügt das Unternehmen über beste Beziehungen zum Viva-Gesellschafter EMI – so konnte es bislang verhindern, dass Viacom trotz seines hohen Gebots auf die nötigen Anteile für eine unfreundliche Übernahme kam.

Bei AOL Time Warner ist der kleine deutsche Musikkanal aus Köln inzwischen Chefsache, auch aus ganz persönlichen Motiven. Manager Pittman hatte vor über 20 Jahren MTV mitgegründet, 1985 wurde der Kanal dann aber an Viacom verkauft. Ein Riesenfehler, wie nach dem Siegeszug der Marke nicht nur Pittman erkannte.

Für die Viva-Gründer hätte ein AOL-Einstieg durchaus Charme: Sie könnten im Unternehmen verbleiben und mit dem amerikanischen Konzern eine strategische Allianz bilden. Wenigstens ein Viva-Sender bliebe als reiner Musikkanal erhalten. Mit dem Großkonzern im Rücken könnten Gorny und Sasse zudem lang gehegte Expansionspläne endlich richtig vorantreiben: Schon träumen die Musikmanager von einer weltumspannenden MTV-Konkurrenz – mit Clip-Stationen von China bis Südamerika.

Auch für den deutschen Fernsehmarkt könnte der AOL-Einstieg über die Kölner weitgehende Konsequenzen haben – bis hin zu einer neuen Sendergruppe. Ein Vorstandschef ist auch schon im Gespräch: Dieter Gorny.

Der hat vom Übernahmepoker der letzten Wochen jedenfalls genug: „Ich hoffe, es gibt bald eine Entscheidung.“

Salm, Ex-Chefin von MTV Deutschland, „und Viacom war klar, dass diese Wunde nur durch eine Übernahme geheilt werden kann.“

Diese Aussicht rief in der vorvergangenen Woche gleich die versammelte Medienpolitik auf den Plan: NRW-Medienberater Helmut Thoma fürchtete um seinen Kölner Standort, die Landesmedienwächter um die Vielfalt, und Kulturstatsminister Julian Nida-Rümelin sah gar „ein Stück Musikkultur in Deutschland“ schwinden.

Mit Engagement kämpfen die Gründer um Sasse und Vorstandschef Dieter Gorny nun für einen Einstieg von AOL Time Warner – dabei hatte die MTV-Mutter Viacom das deutlich höhere Angebot vorgelegt. Jeweils rund 70 Millionen Euro, heißt es in Verhandlungskreisen, wollte Viacom für die Pakete von EMI, Vivendi Universal und der Gorny-Truppe „Die Initiatoren“ bieten (siehe Grafik).

Doch AOL Time Warner hat die besseren Chancen. „Warner ist schon aus der Geschichte von Viva heraus der natürlichere Partner für die Gründer“, sagt Sasse: Das Unternehmen war in Köln von Anfang an dabei.

* Mit Moderatorin Charlotte Roche und Interview-Gast Robbie Williams am 23. Dezember 2001.

FRANK HORNIG, MARCEL ROSENBACH