



**Viva-Weihnachtsshow:** „Alle haben Angst wie die Hasen, auch in den Chefetagen“

MUSIKFERNSEHEN

# Chaostage in Köln

Der US-Mediengigant Viacom hat die Viva Media AG noch nicht richtig übernommen, da tobt schon ein Krach um die Zukunft des Clip-Imperiums. Mitarbeiter proben den Aufstand, Medienpolitiker wehren sich, und Sender-Star Charlotte Roche kommt der eigenen Absetzung mit Streik zuvor.

Auf den ersten Blick herrscht im Foyer der Kölner Viva-Zentrale zurzeit kuschelige Vorweihnachtsstimmung. In den Fenstern hängen Schneeflocken aus Styropor. Vor den Sofa-Ecken des Coffeshop-Untermieters steht ein schmuck dekoriertes Weihnachtsbaum. Und die standesgemäß cool dreinblickenden Sicherheitsleute am Empfang vertreiben sich die Zeit damit, brav die Türchen an einem Schoko-Adventskalender zu öffnen.

Dass derzeit nichts wie gewohnt und schon gar nichts locker-flockig-kuschelig läuft in dem kleinen Musik-TV-Imperium an der Schanzenstraße in Köln-Mühlheim, merkt das Studiopublikum spätestens beim Sendebetrieb: Das Viva-Sternchen Sarah Kuttner gränt sich vor laufender Kamera, dass sie nur einen Dreier im Lotto hatte und deshalb nicht wie geplant „ihren kleinen bescheuerten Traum“ realisieren kann, nämlich „Viva zurückzukaufen“. Vorher hatte sie schon ein paar Einspielfilmchen aufgenommen, „um darauf hinzuweisen, dass es meine Sendung noch gibt“.

Selbstverständlich ist das nicht. Selbstverständlich scheint hier gar nichts mehr, seit Unternehmensgründer und Miteigen-

tümer Dieter Gorny samt seiner Co-Gesellschafter das Unternehmen im Sommer für 309 Millionen Euro an ihren einstigen Hauptkonkurrenten verkauften: den US-Medienriesen Viacom, der von Berlin aus die deutsche Jugend und was sich dafür hält, mit MTV und MTV2 Pop beschallt.

Sicher ist derzeit nur eins: Der Einstand der Amerikaner in Köln hätte kaum bizarrer ausfallen können. In Köln herrschen Chaostage. Schrille Misstöne überlagern den Aufbau des neuen Musikmonopols aus MTV, Viva und ihren beiden Zweitkanälen.

Dabei haben die Viacom-Manager formal noch gar nicht das Sagen. Erst wenn eine außerordentliche Viva-Hauptversammlung im Januar einem so genannten Beherrschungsvertrag zustimmt, kann der US-Konzern über seine Europazentrale in London und seine deutsche MTV-Statthalterin Catherine Mühlemann mit Viva und Viva plus nach

Gutdünken verfahren – oder besser mit dem, was personell und inhaltlich von der Viva Media AG dann noch übrig ist.

In der Praxis sieht die schöne neue „Vivacom“-Welt, für die Mühlemann im Sommer noch „mehr Vielfalt“ versprochen hatte, längst dröher aus als je zuvor: Zuerst wurde die neue Personalstruktur bekannt, in der alle zentralen Management-Posten mit MTV-Kräften besetzt werden. Dann

versickten die Kölner das vorläufige und eindeutig bereits mit MTV koordinierte „Werbeinsel-Schema 2005“ an ihre Kunden, in dem überraschend viel von „Big Brother“, „Trash Top 100“ oder „Liebe, Sex & Video“ zu lesen ist und gar nichts von bisherigen Aushängeschildern wie Charlotte Roches „Fast Forward“ oder der erst im Sommer gestarteten Sarah-Kuttner-Show.

Schließlich tauchte auch noch eine verräterische Gorny-Mail auf. Versteckter Titel des Anhangs: „Ablauf



VOLKER HARTMANN / DDP

**Viva-Star Roche**  
„Wahnsinniger Frust“



K. STÖTZEL / BABAR PICTURE

sieht er den Vorgang inzwischen offenbar als Chefsache: An diesem Montag wird Guild in Köln erwartet.

Dort wird intern derzeit kaum eine Telefonnummer so häufig gewählt wie die des Betriebsrats, der vor dem Kölner Arbeitsgericht sogar zum Mittel der einstweiligen Verfügung gegriffen hat, um den eigenen Vorstand zu einer offenen Informationspolitik zu zwingen. Für diese Woche ist die mündliche Verhandlung angesetzt. Die Mitarbeitervertreter sind nicht die Einzigen, die sich ärgern.

Um weiteren Aderlass an ihrem Medienstandort zu verhindern, war die nordrhein-westfälische Medien-Staatssekretärin Miriam Meckel vor dem Viva-Verkauf eigens mit Gorny in die Viacom-Zentrale nach New York gereist und hatte sich vom neuen Boss Tom Freston weit reichende Standort-Zusagen geben lassen. Sollten die nun über den Haufen geworfen werden, drohte Meckel kürzlich gar indirekt mit Lizenzentzug für die Musikkanäle (SPIEGEL 46/2004). Auch nach ersten Friedens-

Gornys Job ist derzeit das Krisenmanagement vor Ort, die Beruhigung von Betriebsrat wie Mitarbeitern und das Eingeständnis von Fehlern, oder besser: „Kommunikativen Unfällen“, wie Gorny es nennt.

Er habe „großes Verständnis für die Verunsicherung der Mitarbeiter“, sagt er. Das ändere nichts daran, dass der Verkauf die richtige Entscheidung, für die Aktionäre „hoch erfolgreich“ und „für die Marke eine großartige Chance“ sei: „Immerhin hat Viacom bewiesen, dass sie in dem sehr sensiblen Spezialgeschäft Musikfernsehen sehr profitabel arbeiten können.“

Aus dem Mund Gornys, der in den Neunzigern keine Chance ausließ, genussvoll und ausgiebig über MTV herzuziehen, klingt das ziemlich seltsam. Und es wird nicht besser, wenn er anfängt, über die notwendige Neupositionierung seines Kanal-Kindes zu sprechen: „Beim Flaggschiff MTV brauchen sie nicht viel zu ändern, Viva braucht eine Art Re-Design des Re-Designs.“

Doch noch seien die Details nicht fix, jede Aufregung um einzelne Sendungen also verfrüht: „Die endgültigen Entscheidungen fallen erst Anfang des Jahres.“

In Richtung seiner beiden derzeit wohl wichtigsten Sendergesichter Sarah Kuttner, deren Redaktion momentan davon ausgeht, dass sie im nächsten Jahr nur noch zweimal in der Woche auf Sendung gehen wird, und Charlotte Roche, deren „Fast Forward“ ganz gestrichen wird, versucht Gorny sich versöhnlich: „Niemand will jungen Talenten die Zusammenarbeit verweigern.“

Zumindest im Fall Roche kommt das wohl ein wenig spät. Die Grimme-Preisträgerin 2004 kam ihrer vom Sender erst für 2. Januar geplanten Absetzung zuvor und trat am Montag voriger Woche in den TV-Streik – trotz laufender Verträge.

Gesprächspartner bittet sie denn auch nicht in die Viva-Zentrale, die sie seither meidet, sondern in ein Café in Köln-Deutz. „Ich fand es bekloppt, mich vor die Kamera zu stellen mit diesem wahnsinnigen Frust“, sagt Roche, die von Gesprächen oder Verhandlungen mit MTV oder Viva bislang nichts bemerkt und von der geplanten Absetzung eher beiläufig und spät am Telefon erfahren hat.

„Keiner redet mit mir, so verhält man sich nicht.“ Sie sieht den Sender gerade „absolut führungslos – alle haben Angst wie die Hasen, auch in den Chefetagen“. Ob sie an einem eventuellen MTV-Angebot überhaupt Interesse habe, müsse sie sich gut überlegen: „Ich bezweifle, dass MTV mir die Freiheiten bieten kann, die ich hatte.“

Der inhaltliche Trend bei den Viacom-Sendern gehe zu Formaten mit „dummen amerikanischen Pimp-mein-irgendwas-Tee-nies“ – womit sie auf die MTV-Konkurrenz-Show „Pimp my ride“ anspielt, in der Schrottautos zu Turboschlitten aufgemotzt werden.

Und auch Sarah Kuttner, die in den vergangenen Wochen in internen Gesprächen

## Kleiner Fisch

Viva Media (ab Januar Teil von Viacom)



Neun-Monats-Zahlen  
Januar bis September 2004

Umsatz **75,6 Mio. €**

Konzern-  
fehlbetrag **-7,4 Mio. €**

Marktanteil  
im Oktober  
bei den 14- bis  
29-Jährigen  
(Viva und Viva plus)

zum Vergleich: MTV **3,0%**  
(MTV und MTV2 Pop)

## VIACOM

Geschäftsbereiche

**Radio/  
Außenwerbung**  
Infinity Broadcasting  
(185 Radio-  
sender)

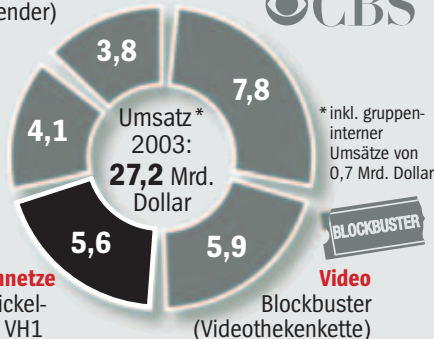
**Fernsehen**  
CBS- und UPN-Fernseh-  
netze, TV-Produktionen



**Unterhaltung**  
Paramount Pictures  
(Filmproduktionen),  
Freizeitparks, Verlag  
Simon & Schuster



**Kabel-  
fernsehnetze**  
MTV, Nickel-  
odeon, VH1



Kommunikation Betriebsschließung“. Seither ist endgültig Schluss mit lustig in der ehemaligen Spaß- und Starfabrik, die am vorigen Mittwoch ihren elften Geburtstag hätte feiern können, wäre man denn in Stimmung gewesen.

Eine Betriebsversammlung am vorvergangenen Donnerstag heizte die Existenznöte der überwiegend jugendlichen Mitarbeiter nur weiter an: Gorny saß im Studio der schon abgewickelten „Anke Late Night“ und wich nicht nur nach Ansicht des Betriebsrats („Wir glauben Gorny kein Wort mehr“) den zentralen Fragen nach Um- oder Abbauplänen immer wieder aus.

Auch der verantwortliche Viacom-Manager Simon Guild, der sich nun erstmals zum Stotterstart auf dem deutschen Markt äußert (siehe Seite 112), wird kaum zur Beruhigung beitragen: „Es kann nicht ohne Personaleinsparungen gehen.“ Immerhin

gesprächen ist die Situation offenbar nicht geklärt: „Wir wollen ein vernünftiges Viacom-Engagement in Köln“, bekräftigt Meckel.

Der Mann, der die drängendsten Fragen beantworten könnte, sieht in diesen Tagen reichlich zerknautscht aus. Dieter Gorny sitzt in der dritten Etage der Viva-Zentrale und schlürft Kaffee aus einem Becher auf dem „The Boss“ steht, als müsste er unterstreichen, dass er in seinem alten Laden noch etwas zu sagen hat.

Tatsächlich ist er ja noch Vorstandsvorsitzender der Viva Media AG. Sein Einfluss ist nach den Turbulenzen der vergangenen Wochen wieder gewachsen, worüber er lieber nicht reden will, denn das sei ja nun eine „Gesellschafterfrage“. Der Gesellschafter ist auch schon in Köln, kümmert sich aber erst einmal um das Wesentliche: Ein Viacom-Team durchforstet derzeit die Viva-Bilanzen.

# „Eine sehr starke Marke“

MTV-Europa-Geschäftsführer Simon Guild, 39, über seine Pläne mit der einstigen Konkurrenz und neuen Erwerbung Viva

**SPIEGEL:** Die Viva-Mitarbeiter rufen zu Demos auf, Medienpolitiker fühlen sich getäuscht, in der Presse hagelt es Kritik. Ist Ihr Mutterhaus, der US-Medienriese Viacom, mit der Übernahme der deutschen Konkurrenz überfordert?

**Guild:** Keineswegs. Wir können nur noch nicht so, wie wir wollen. Das dürfen wir erst, wenn die Übernahme von der Hauptversammlung der Viva Media AG im Januar formal abgesegnet wird. Deswegen ist in den letzten Wochen ein Vakuum im Prozess entstanden, das ich bedaure und bei dem leider die Mitarbeiter die Leidtragenden sind.

**SPIEGEL:** Wenn Moderatoren aus den Medien vom Ende ihrer Shows erfahren und Gerüchte von Massenentlassungen kursieren, sieht das weniger nach juristischen Hürden aus als nach schlechtem Management.

**Guild:** Dem Management sind enge rechtliche Grenzen gesetzt. Dadurch sind Spekulationen Tür und Tor geöffnet. Wir haben zum Beispiel nie darüber nachgedacht, auf Charlotte Roche

einem Monat aus dem operativen TV-Geschäft gedrängt haben?

**Guild:** Es stimmt, dass Gorny weiter bei Viva aktiv ist. Um seine neue Aufgabe, das Entwickeln neuer Geschäftsfelder, wird er sich erst nächstes Jahr kümmern.

**SPIEGEL:** Heißt das, er soll vor allem die panischen Viva-Mitarbeiter beruhigen, von denen laut Betriebsrat die meisten entlassen werden sollen?

**Guild:** Das Gerücht, 95 Prozent von 290 Mitarbeitern würden ihren Job verlieren, ist völlig absurd. Wir werden nächstes Jahr, so schnell es rechtlich zulässig ist, Gespräche mit dem Betriebsrat aufnehmen, den wir eng einbinden wollen. Es gibt viele Mitarbeiter, auf deren Know-how wir angewiesen sind. Dass es nicht ohne Personaleinsparungen gehen kann, ergibt sich aus der schlechten wirtschaftlichen Lage von Viva und daraus, dass dort rund doppelt so viele Mitarbeiter beschäftigt sind wie bei MTV.

**SPIEGEL:** Bleibt Viva langfristig erhalten?

**Guild:** Auf jeden Fall. Die letzten beiden Jahre lief es für Viva sehr schlecht, vor allem weil der Sender sich an unser MTV angeschlossen und dabei viel Geld in Programmeinkäufe steckt, die sich nicht rentierten. Aber Viva ist immer noch eine sehr starke Marke und soll sich wieder an den eigenen Wurzeln orientieren: Lokaler, jünger, anders eben als MTV.

**SPIEGEL:** Die bisherigen Programmpläne sehen mehr nach RTL II als nach Musikfernsehen aus.

**Guild:** Im Kern geht es immer um Musik. Und wir werden den Musikannteil in unseren Programmen sogar ausbauen: Wenn zwei Sender gegeneinander antreten, spielen sie das Gleiche. Jetzt aber können wir segmentieren und mit verschiedenen Musikbereichen unterschiedliche Zielgruppen ansprechen.

**SPIEGEL:** Wie passt dazu „Big Brother“ im Nachmittagsprogramm?

**Guild:** MTV und Viva waren schon immer mehr als Musik. Anfang des Jahres können wir hoffentlich endlich gefahrlos sagen: Hier ist der große Plan ...

**SPIEGEL:** ... der für Viacom ja offenbar ist: Viva ist erst der Anfang, wir wollen noch viel mehr. Zum Beispiel Sat.1?

**Guild:** Natürlich haben wir auf dem deutschen TV-Markt noch viel vor. Aber jetzt müssen wir erst einmal diese Sache sauber hinkriegen.



MTV-Show „Pimp my ride“

Amerikanische Importe sind billiger

wiederholt mit dem neuen Viva-Zweitsatz „Was kostet's, was bringt's?“ Bekanntheit machte, zeigt sich selbstbewusst: „Wenn die jetzt anfangen, mir Superstar Alexander Klawns auf die Bühne zu stellen, oder die Show auf eine wöchentliche Ausstrahlung herunterfahren wollen, dann sage ich: ‚Nein danke, ohne mich‘.“

Viva-Mitarbeiter glauben, dass die Strategie längst feststeht: Es sei eindeutig billiger, amerikanische MTV-Formate mit deutschen Untertiteln zu versehen, als bei ‚Fast Forward‘ oder Kuttner eigene Redaktionen zu unterhalten. Zumal die US-Importe offenbar in der Zielgruppe auch noch besser ankommen.

Für Viacom kommen die Querelen denkbar ungelegen. Schließlich stehen die wirklich schmerzhaften Schnitte noch bevor. Nach dem Viva-Kauf haben die Amerikaner Unternehmensberater von Boston Consulting nach Einsparpotenzialen forschen lassen. Die wurden auch fündig; bei 42 Millionen Euro Verlust im Vorjahr und einem Minus von 7,4 Millionen in den ersten neun Monaten dieses Jahres kein Wunder.

Dabei sollte bei Viacom's großem Markteintritt eigentlich nicht das Streichen, Kürzen und Rationalisieren im Vordergrund stehen, im Gegenteil. Das neue Monopol im deutschen Musikfernsehen soll für die Amerikaner eigentlich nur Basis sein für weitere, noch größere Investitionen. Neben Haim Saban und dessen ProSieben-Sat.1Media sowie der RTL-Familie möchte der Mediengigant mittelfristig zur dritten Kraft auf dem deutschen Privat-TV-Markt heranwachsen. Dazu aber braucht es mehr als Musikfernsehen mit Minimarktanteilen.

Erst kürzlich war Saban-Chefunterhändler Adam Chesnoff zu Unterredungen in der New Yorker Viacom-Zentrale. Und bei den MTV Europe Music Awards in Rom scherzten Viacom-Manager schon, wie schön es wäre, neben den Spartenkanälen auch in Deutschland ein Vollprogramm zu besitzen. Wie Sat.1 zum Beispiel.

MARCEL ROSENBACH, THOMAS SCHULZ



MTV-Manager Guild

„Völlig absurde Gerüchte“

zu verzichten. Wir würden nur gern andere Sendungen mit ihr machen.

**SPIEGEL:** Wenn es nicht am Management liegt, wie entsteht dann so ein Chaos?

**Guild:** Die schlechte Kommunikation hat viel mit der unerwartet um fast zwei Monate verzögerten Übernahme zu tun: Der bisher fürs Programm zuständige Viva-Vorstand hat das Unternehmen schon im Oktober verlassen, wir dürfen noch nicht entscheiden.

**SPIEGEL:** Und deswegen lassen Sie jetzt zunächst wieder den Viva-Gründer Dieter Gorny machen, den Sie erst vor