

Den Kopf schön stillhalten

Neue Uhren ticken anders: Die Moderatorin Collien Fernandes verrät, wie man bei MTV und Viva Fernsehen macht

Die Aufzeichnung der Viva-Sendung „Special Charts“ verläuft an diesem Morgen nicht ohne Tücken. Zuerst erweist sich ein türkisarbenes Oberteil, das die Stylistin für Collien Fernandes ausgesucht hat, als äußerst widerspenstig. Dank der zweckentfremdeten Maulklammern im Rücken sitzt es zwar perfekt und paßt auch hervorragend zur grünen Kulisse, raschelt aber zu laut, wenn Collien sich bewegt. Nachdem sie einige Male versucht hat, ihre Moderation aufzusagen, ohne sich zu bewegen, damit der Ton ohne störende Nebengeräusche läuft, gibt man sich geschlagen: Collien muß in die Maske zum Kleiderwechsel.

Ein anderes Problem sind die Haare: Auch ihre Frisur erweist sich als inkompatibel mit dem Mikrofon, das an ihrer Bluse klebt. Da man die Haare nicht austauschen, sondern nur anders zupfen und legen kann, muß Collien ihren Kopf beim Reden ganz stillhalten, damit der Ton keinen Grund zur Beschwerde hat. Das nächste Hindernis ist inhaltlicher Natur: Das Thema der Sendung ist die Band Rammstein. Es ist das erste Mal, daß die „Special Charts“ sich nur einer Band widmen, und das möchte Collien den Zuschauern mit dem Satz: „Daß wir uns einer Band so schleimerisch an den Hals werfen, hat einen Grund: Rammstein ist die beliebteste deutsche Band in Amerika“, erklären. Aber dieser Satz wird nie gesendet werden, denn dem Produzenten paßt er nicht.

Er sei viel zu negativ und falsch, weil der Sender sich der Band keineswegs „schleimerisch an den Hals“ werfe. Nach einer kurzen Debatte wird der Satz gestrichen und durch eine neutrale Aussage ersetzt. Obwohl sie keiner ausspricht, steht eine Regel im Raum, die die ehemaligen Viva-Mitarbeiter hier bei MTV noch lernen müssen: Nur ein simpler Moderationstext ist ein guter Text, und nur eine glattgebügelte Sendung ist eine gute Sendung. Viva soll präpubertäre Kinder und jungen Teenager zwischen Niebüll und Zwickau erreichen, gleich, ob sie auf der Hauptschule sind oder hochbegabt, Hardrock oder Hiphop hören. Und Kunden verprellt man nicht, indem man über ihre Idole lästert oder negative Assoziationen mit dem Sender auslöst.

Die Diskussion um das Wort „schleimerisch“ macht deutlich, daß Viva jetzt, mehr als ein Jahr nachdem es seinen Besitzer gewechselt hat, nur noch ein Abziehbild seiner selbst ist. Die poppig-bunte Fassade ist geblieben, aber es ist verlorengegangen, was den Sender im Kern von seiner Konkurrenz unterschied: Viva war Musikfernsehen, dem man häufig anmerkte, daß es im Chaos geboren war. Nicht immer stimmten die Moderationen mit dem Teleprompter überein, die VJs verloren sich dann in ihren

Bei Viva hatte man immer das Gefühl, auf einer Party zu sein, bei der die Eltern nicht da sind.

Sätzen, lästerten über Bands, die ihnen nicht gefielen, und nahmen hin und wieder eine selbstironische Haltung ein.

Vor mehr als einem Jahr wurde der marode Kölner Sender von Viacom, der Muttergesellschaft des Konkurrenten MTV, aufgekauft. Ein Deal, weiter nichts, wie er vielen mittelständischen deutschen Unternehmen widerfährt? Wenn man bedenkt, daß die Identität des Senders vor allem darin bestand, anders als MTV zu sein, kann man vielleicht ermaßen, was die Übernahme für die Viva-Mitarbeiter bedeutet. Auf einmal saß man nicht nur im selben Boot wie der Konkurrent, sondern hörte auf sein Kommando. Außerdem hat MTV den Viarianern den Besitzerwechsel nicht leicht gemacht. Nachdem der eine Sender den anderen im Juni 2004 für märchenhafte 310 Millionen geschluckt hatte, passierte erst einmal monatelang gar nichts. „Am Anfang haben sich einige von uns gefreut, weil sie dachten, daß die Übernahme eine neue Chance für den Sender ist“, sagt Collien. In



Ihr Vater ist Inder, ihre Mutter stammt aus Ungarn, und sie selbst ist eine Galionsfigur der deutschen Teenager: Das war Collien Fernandes schon, als sie für Viva noch aus Köln moderierte. Jetzt, da der Laden MTV gehört, sendet sie aus Berlin. Wenn sie nicht gerade in ihrem Job Musik vorstellt, hört sie am liebsten Depeche Mode und Coldplay. Foto: Viva

Köln lief nach außen hin alles weiter wie bisher, aber unter den Kollegen breitete sich Unsicherheit aus, wie es denn nun weitergehe mit dem Sender, dem Standort Köln und dem eigenen Arbeitsplatz. Da MTV von sich aus nicht mit den Viva-Mitarbeitern kommunizierte, kursierten bald Gerüchte. „Mit uns sprach keiner, wir erfuhren alle Neuigkeiten entweder aus der Presse oder durch Hörensagen“, sagt ein ehemaliges Mitglied des Viva-Betriebsrats. So wurde die MTV-Chefin Catherine Mühlemann aus der Ferne zur „Eislady“ stilisiert, die über Entlassungen mit der gleichen Gefühllosigkeit entscheide wie andere über die Wahl ihres Kantinenmenüs. Besonders dieses Gefühl, mehr als ein halbes Jahr unwissend „in der Luft gehangen zu haben“, hat bei vielen Viva-Mitarbeitern eine Wut gegen MTV entfacht, die bei einigen bis heute nicht ganz verraucht ist. „Das war wirklich nicht fair“, sagt ein Mitarbeiter, der schließlich übernommen wurde. Als Catherine Mühlemann Ende Februar dieses Jahres verkündete, daß Viva nach Berlin umziehe und 120 Mitarbeiter entlassen würden, legte sich die Unsicherheit nicht. Denn der Kurs von MTV blieb unklar. „Wer bis zu einem bestimmten Zeitpunkt noch keinen Vertrag hatte, konnte sich dann denken, daß er nicht übernommen wird“, sagt

das ehemalige Betriebsratsmitglied. Da es an konkreten Hinweisen mangelte, versuchten die Viva-Mitarbeiter, Zeichen zu lesen. Als das vielleicht wichtigste Zeichen über die Zukunft des eigenen Arbeitsplatzes wurde eine Einladung von MTV zu einer Grillparty nach Berlin interpretiert. „Am Anfang hat man sich erstmal umgesehen und registriert, wer von Viva noch so eingeladen war“, sagt Collien. „Wir haben eine Bootsfahrt gemacht und dann hat man uns Prospekte über Berlin in die Hand gedrückt“, erzählt sie. Daraus habe man dann geschlossen, daß man in Berlin mit von der Partie sei. „denn sonst hätten die uns ja kein Infomaterial über die Stadt gegeben“. Doch nicht alle interpretierten die Einladung nach Berlin richtig.

Am Anfang habe man mit den Slogans „Erst integrieren, dann optimieren“ und „Best of both worlds“ den Leuten vorgegaukelt, daß man sie brauche, doch am Ende habe MTV fast niemanden übernommen, sagt das ehemalige Betriebsratsmitglied. „Sie haben wohl festgestellt, daß der Musikfernsehmarkt einfach zu klein für zwei Welten ist“, stellt er trocken fest.

Wer schließlich doch vom Rhein an die Spree gezogen ist, möchte sich über seinen neuen Arbeitgeber lieber nicht äußern. Zieht man auf der Suche nach Gesprächs-

partnern durch den renovierten Gelbklunkerbau in Friedrichshain, um mit den wenigen übriggebliebenen Viva-Mitarbeitern über die Unterschiede zwischen dem alten und dem neuen Arbeitgeber zu sprechen, kommt fast immer eine gleichlautende Antwort: „Ich möchte dazu lieber nichts sagen.“ Auf den Einwurf, es könne ja durchaus etwas Positives sein, wird dann erwidert: „Das gibt es hier nicht.“

Damit sich die Sender in Zukunft nicht mehr gegenseitig ihre Zuschauer abjagen wurden die Programmkonzepte von Viva und MTV aufeinander abgestimmt: Viva steht für den „jüngeren“, „weiblichen“ Zuschauer, der am liebsten Mainstream-Musik hört. MTV soll hingegen eine Zielgruppe erreichen, die „kantiger“, „älter“ und „männlicher“ ist. Bei der Zusammenführung der beiden Musikfernsehwelten ging es jedoch nicht nur um Sendekonzepte. Unterschiedliche Unternehmenskulturen stießen aufeinander. „Die Uhren ticken hier schon anders“, sagt Klaas Heufer-Umlauf, der unter anderem die Sendung „Viva Live“ moderiert. Bei MTV seien die Hierarchien klarer definiert, wichtige Entscheidungen würden in der Viacom-Zentrale in Amerika gefällt, während bei Viva viele Entscheidungen aus dem Bauch heraus getroffen wurden. In seinen Augen bringt das andere Arbeitsklima auch Positives mit

Wir haben eine Bootsfahrt gemacht, und dann hat man uns Prospekte über Berlin in die Hand gedrückt.

sich: „Die Leute, mit denen ich zusammenarbeite, sind unglaublich motiviert“, sagt er.

„Hier wird knallhart gearbeitet“, stellt auch Collien Fernandes fest. „Bei Viva hatte man immer das Gefühl, auf einer Party zu sein, bei der die Eltern nicht da sind“, sagt sie. Dabei sei die Produktion der Sendungen manchmal fast zur Nebensache geworden. Dagegen seien die Eltern bei MTV „eben zu Hause“.

Professioneller, hierarchischer, strukturierter – das sind die Schlagworte, die man von den Viva-Mitarbeitern und -Moderatoren immer wieder hört, die mit ihrem Sender von Köln nach Berlin gezogen sind und sich dazu äußern möchten. Nicht jeder sieht diese Entwicklung negativ: „Ich bin hier total nett von den Kollegen aufgenommen worden und kann auch keine riesigen Unterschiede feststellen“, sagt Christian Michael, der für Programmeinkauf- und -entwicklung zuständig ist. In Berlin sei es ähnlich locker wie in Köln. „Musikfernsehen bleibt schließlich Musikfernsehen.“

Trotzdem gab es viele Umstellungen: Die Viva-Moderatoren mußten sich erst einmal daran gewöhnen, ihre Sendungen in den gleichen Studios aufzuzeichnen wie die früheren Rivalen: „Am Anfang war es schon komisch, MTV-Moderatoren auf der Treppe zu grüßen“, sagt Klaas. Seine ersten Tage beim neuen Arbeitgeber beschreibt er als Irrlauf: „Man weiß nicht, wo man sich hinsetzen soll, verläuft sich, kennt die Namen seiner Kollegen nicht.“ Am Anfang behalf er sich damit, die unbekannteren Gesichter einfach mit „Hallo, Mitarbeiter“ zu grüßen. Ähnlich pragmatisch sieht er mittlerweile die Übernahme von Viva durch MTV: „Einige Dinge sind vielleicht nicht so gut gelaufen, aber wenn ich mit einem entspannten Lächeln meine Sendung moderieren will, kann ich mir darüber nicht immer Gedanken machen.“

Auch bei den Entlassenen scheint der Pragmatismus über die Verbitterung zu siegen: Kürzlich fand in Köln eine Party statt, zu der alle eingeladen waren, die jemals bei Viva gearbeitet hatten. Resignation oder gar Verbitterung will der ehemalige Betriebsrat dort nicht gespürt haben: „Die meisten haben mit Viva abgeschlossen und schauen nur nach vorne.“ Viele blicken jedoch in eine Zukunft ohne festen Job. Den Satz „Ich mache jetzt nichts“ habe er auf der Party sehr häufig gehört. JUDITH LEMBKE