

# «Was das Digitale betrifft, befindet sich die Schweiz noch in der Steinzeit»

Die ehemalige MTV-Chefin **Catherine Mühlemann** über die Zukunft der Medien, gutes und schlechtes Fernsehen, die Stille als Lieblingsmusik und ihre angenehme Art, unangenehme Entscheide umzusetzen

VON ESTHER GIRSBERGER,  
SEBASTIAN RAMSPECK (TEXT),  
DOMINIK BUTZMANN (FOTOS)

**Frau Mühlemann, Sie haben beim Schweizer Fernsehen und im MTV-Konzern Karriere gemacht, in der Schweizer Medienbranche werden Sie als Nachfolgerin von TV-Direktorin Ingrid Deltenre gehandelt. Warten Sie auf das Angebot?**

Nein. Das Kapitel «Festanstellung» und «klassisches Fernsehen» ist für mich vorerst abgeschlossen. Ich war 15 Jahre lang in der TV-Branche, davon sieben Jahre bei MTV, das ist eine lange Zeit. Ich kenne die Branche in- und auswendig. Wahrscheinlich könnte ich über Nacht einen neuen Fernsehkanal «launchen». Wenn man so lange im selben Bereich arbeitet, läuft man Gefahr, zu verdummen.

**Was tun Sie dagegen?**

Vor allem beschäftige ich mich natürlich mit den Neuen Medien, interessiere mich aber auch für medienverwandte Themen, das Zusammenwachsen unterschiedlicher Medienformen, mit «All-media»-Strategien und Konvergenzprojekten. Auf die Medienbranche warten neue, unglaublich spannende Herausforderungen.

**Nämlich?**

Eine Fernsehstation wird zum Beispiel nicht mehr nur von anderen Stationen bedrängt, sondern vor allem auch von Unternehmen aus ganz anderen Branchen, von Apple mit iTunes zum Beispiel.

**Das klingt, als wollten Sie sich als CEO eines Multimedia-Konzerns bewerben.**

Nein, die Selbstständigkeit ist mir wichtig. Ich werde im Frühjahr als Teilhaber bei einer international tätigen amerikanischen Firma einsteigen, welche sich auch sehr stark im Web2.0-Bereich engagiert. Ich möchte den deutschen und israelischen Markt weiter ausbauen.

**Um welche Firma handelt es sich?**

Das kann ich Ihnen leider noch nicht sagen.

**Warum Israel?**

Weil mich die Web-Branche dort

FORTSETZUNG AUF SEITE 22

## Die Herrin über 20 Fernsehsender

Sieben Jahre lang war die Bernerin Catherine Mühlemann, 42, Chefin von MTV Central & Emerging Markets. Sie war verantwortlich für 20 verschiedene Sender, welche in 25 Länder im deutschsprachigen Raum, in Osteuropa und im Nahen Osten ausgestrahlt werden. Seit Juli 2008 ist sie als Beraterin und Unternehmerin tätig, unter anderem als Miteigentümerin der Andmann Media Holding. Mühlemann sitzt zudem im Verwaltungsrat des Swisscom-Konzerns. Ihre Karriere begann Mühlemann beim Schweizer Fernsehen, wo sie unter anderem für den Aufbau des Kanals SF 2 verantwortlich war. Sie ist mit dem Ex-RTL-II-Chef Josef Ansdorfer liiert und hat mit ihm zwei Kinder. Sie lebt in Berlin.



Medien-Expertin Mühlemann, 42: «Wenn man so lange im selben Bereich arbeitet, läuft man Gefahr, zu verdummen»

► FORTSETZUNG VON SEITE 21

## Catherine Mühlemann

fasziniert. Gerade im Technologiebereich ist Israel weit vorne. Ich war schon bei MTV für Israel verantwortlich. Mir gefallen die Neugier, die Entwicklungs- und Experimentierfreude, der Leistungswille, die Schaffenskraft.

**In der Branche hiess es, Sie hätten MTV verlassen, weil Sie den enormen Renditedruck nicht mehr mittragen wollten.** Unsinn. Der Grund für meine Kündigung waren meine beiden kleinen Kinder, zwei- und vierjährig. Heute kann ich frei entscheiden, wann ich Zeit mit ihnen verbringen will. Ich geniesse diese Freiheit und daneben die Möglichkeiten, mich beruflich weiterzuentwickeln. Die Zeit mit meinen Kindern kommt nicht wieder. Beruflich zu neuen Ufern aufbrechen kann ich aber mit sechzig noch.

**Also nie wieder ein fester Job?** Ich sage nicht, dass ich mich nie wieder fest anstellen lasse. Vielleicht kommt in fünf Jahren ein Angebot, dem ich nicht widerstehen kann, zumal die Kinder dann in der Schule sind. Ich lege mich nie endgültig fest. Das würde nicht meinem Naturell entsprechen. Selbstverantwortung, Veränderung, Kreativität, Mut sind für mich sehr wichtige Attribute im Leben.

*«Meine Kinder dürfen nicht jeden Tag fernsehen, und wenn sie schauen, dann nicht mehr als eine halbe Stunde pro Tag»*

**Sie haben genug Geld verdient, um gar nicht mehr arbeiten zu müssen.**

Das wäre schön.

**Eine Ihrer Erwerbsequellen sind Verwaltungsratsmandate, etwa bei Swisscom. Werden Sie als eine der wenigen Verwaltungsrätinnen mit lukrativen Angeboten überhäuft?**

Es kommen Angebote, ja. Aber das sind zeitaufwendige Ämter, und ich muss mir sehr genau überlegen, in welchem Verwaltungsrat ich Einsitz nehmen will. Bei der Swisscom wurde ich als Spezialistin für Neue Medien angefragt, dazu habe ich etwas zu sagen. Männer gehen vielleicht etwas leichtfertiger mit der Auswahl von Mandaten um als Frauen.

**Sitzt eine Medienmanagerin eigentlich den ganzen Tag vor dem Bildschirm?**

Ich habe früher beruflich sehr viel ferngesehen, aber ich bin privat kein «heavy user» – sehr intensiv nutze ich dagegen die Onlinemedien.

**Und Ihre Kinder?**

Wenn mein vierjähriger Sohn sich etwas anschauen will, sagt er: «Will fernsehen!» Wenn ich das nicht erlaube, sagt er: «Will Computer schauen!» Wenn Sie heute einen Neunjährigen fragen, worauf er eher verzichten würde, den Fernseher oder den Computer – dann ist es der Fernseher. Das stimmt einen schon nachdenklich.

**Ihre Kinder blättern also nicht am Sonntagmorgen mit Ihnen in einer Zeitung oder einer Illustrierten?**

Nein, das erleben meine Kinder tatsächlich nicht mehr. Ich gehe am Sonntagmorgen eher an den Computer und informiere mich auf «Spiegel online».



«Fernsehen ist per se ein oberflächliches Medium, das unterhalten soll»

**Geht mit weniger Lektüre von Zeitungen und Zeitschriften der Tiefgang verloren?**

Das kann man bei Kindern tatsächlich beobachten. Und es gibt auch Studien, die dies belegen. Die längere, tiefere Auseinandersetzung mit einem Thema ist heute anscheinend schwieriger für die Kinder. Sie bekommen so

viele Impulse und Reize mit, dass sie sich ständig auf etwas Neues stürzen.

**Aber Bücher lesen Ihre Kinder schon?**

Und wie! Sie haben schon ein volles eigenes Bücherregal. Auch mir ist es wichtig, dass man mit den Kindern zusammensitzt und sich länger mit einem Thema be-

fasst. In der Vorweihnachtszeit habe ich beispielsweise alle Weihnachtbücher auf einen Stapel gelegt, und jeden Abend wird aus einem der Bücher eine Geschichte vorgelesen.

**Gibt es Medienregeln für Ihre Kinder?**

Sie dürfen nicht jeden Tag fernsehen, und wenn sie schauen, dann

nicht mehr als eine halbe Stunde pro Tag. Und ich sitze daneben. Ich habe für MTV den Kinderkanal «Nick» aufgebaut – aber meine Kinder lasse ich «Kika» schauen, weil ich sie nicht so jung mit Werbung konfrontieren will. Daneben dürfen sie altersgerechte DVDs schauen. Als Eltern hat man eine Verantwortung, was den Medienkonsum der Kinder und den Umgang mit Medien angeht. **Auch «Jackass» – einer der umstrittenen Jugendsendungen von MTV, in der sich Menschen vor laufender Kamera verletzen?**

Das würde sie gar nicht interessieren, dafür sind sie viel zu klein. Nein, heute ist es noch der «Pingu». Später werden sie sich auch «Jackass» ansehen, denn ich halte nicht viel von Verboten.

**Ist «Jackass» gutes Fernsehen?**

Was gutes und was schlechtes Fernsehen ist, darüber könnte man endlos diskutieren. Im Prinzip kann man aus jedem Thema etwas Gutes machen. Entscheidend ist nur, wie man damit umgeht. Es geht nicht darum, dass man den Zuschauern mit dem Zeigefinger etwas einbläut oder dass eine Sendung lehrreich sein muss, denn Fernsehen ist per se ein oberflächliches Medium, das unterhalten soll. Aber einen Beitrag muss eine Story haben, einen roten Faden, einen Anfang und ein Ende.

**Und was ist schlechtes Fernsehen?**

Wenn die Grenze von Gut zu Schlecht überschritten wird, hat das für mich sehr oft mit mangelndem Respekt vor den Menschen zu tun.

**Haben Sie die Grenzen bei MTV überschritten?**

Wir sind des Öfteren angeprangert worden, nicht zuletzt, weil MTV auch davon lebt, an die Grenzen zu gehen.

**Wo sind die Grenzen?**

Man muss die Menschen manchmal vor sich selber schützen. Wir hatten intern heftige Diskussionen, etwa über Jugend-Talksendungen oder über «Deutschland sucht den Superstar». Man muss sich immer vergegenwärtigen, was nach einer solchen Sendung mit dem Menschen passiert.

**Haben Sie deswegen manchmal schlecht geschlafen?**

Natürlich. Auch bei der Debatte um «Popetown», die satirische Trickfilmserie über die katholische Kirche. Ich erhielt unzählige Zuschriften von Zuschauern, die sich durch diese Serie verletzt fühlten, und ich musste mich auch mit der Deutschen Bischofskonferenz darüber unterhalten.

**War Ihnen das unangenehm?**

Ja, manchmal. Trotzdem stand ich zu hundert Prozent hinter «Popetown». MTV polarisiert, da bleiben Anfeindungen nicht aus. Aber damit kann ich leben. Ich habe immer gerne neue Sachen ausprobiert, gerne provoziert oder polarisiert, zu Diskussionen ange-regt.

**Früher war MTV für Jugendliche das Leitmedium schlechthin – heute liegt die Internetplattform Youtube vorne. Haben Sie die Internet-Revolution verschlafen?**

MTV ist vor allem eine Fernsehmarke mit starker Magie, auch für die jungen Zuschauer. Aber es ist unbestritten, dass daneben Plattformen entstanden sind, mit denen MTV kaum konkurrieren kann.

**Hören Sie privat die Musik, die auf MTV gespielt wird?**

Ich habe einen sehr breit gefächerten Musikgeschmack. Aber momentan bin ich froh, wenn ich gar nichts hören muss – weder Musik noch Kinderlärm. Ich glau-

be, wir reden zu viel und sind zu laut. Meine Lieblingsmusik ist momentan die Stille.

**Wollen Sie in Berlin bleiben?**

Vorderhand schon. Wenn die Kinder ins Schulalter kommen, sieht das vielleicht wieder anders aus.

**Ihre eigene Holdinggesellschaft hat ihren Sitz in Baar, Sie leben als Schweizerin in Berlin**

**und Ihr Lebenspartner als Österreicher in der Schweiz.**

**Wie kommt das?**

In der heutigen Berufswelt muss man flexibel sein. Die Festanstellung auf Lebenszeit ist ein Auslaufmodell. Ebenso die Vorstellung, dass man ein Leben lang am selben Ort arbeiten und wohnen kann. Unser Arbeitsmarkt ist die Welt. Danach richten wir uns aus und haben entsprechend mehrere Standorte.

**Sie beraten den Berliner Bürgermeister Klaus Wowereit. Was machen Sie da genau?**

Ich sitze im sogenannten Berlin-Board, einem Gremium, das den Regierenden Bürgermeister berät und in dem Persönlichkeiten aus unterschiedlichsten Fachbereichen der Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur aufeinandertreffen. Der Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit unterhält sich mit uns über die verschiedenen Projekte. Im weitesten Sinne geht es darum, wie Berlin im Jahre 2020 aussehen könnte.

**Nämlich?**

Ich bin im Speziellen für den Bereich Kultur zuständig. Im weiteren Sinne beschäftigen wir uns vor allem mit der sogenannten Kreativwirtschaft, dem innovativen Nährboden für viele künftige Entwicklungen und mögliche Wertschöpfungen. In der Schweiz zum Beispiel beschäftigt die Kreativwirtschaft schon heute fast so viele Menschen wie der Bankensektor.

**Doch die Wertschöpfung und die volkswirtschaftliche Bedeutung sind nach wie vor vergleichsweise gering.**

Das kann und wird sich ändern.

**Wo ist die Lebensqualität grösser – in Berlin oder in der Schweiz?**

Schwierig zu sagen. Lange wollte ich Berlin gar nicht verlassen. Die Stadt ist sehr gross, anonym, schön und hässlich zugleich, die Geschichte springt einen an jeder Ecke an, das gefällt mir. Ich wohnte lange in Kreuzberg, fuhr jeden Tag durch Neukölln zur Arbeit – welches eine Arbeitslosenrate von 20 Prozent hat. Das prägt. Man entwickelt ein soziales Bewusstsein. Erst dadurch habe ich realisiert, wie angenehm eine Stadt wie Zürich ist, sie bietet Sicherheit, sie verkörpert gewisse Werte. Wenn man im Ausland lebt, beginnt man die Schweiz sehr zu schätzen.

**Es gab eine Zeit, in der sehr viele Schweizer Medienschaffende in Berlin waren.**

**Jetzt sind praktisch alle wieder weg. Warum?**

Berlin ist kein guter Arbeitsmarkt für Medienschaffende. Wenn jetzt auch noch, wie geplant, der Fernsehsender Sat 1 wegzieht, ist das eine Katastrophe für den Medienstandort Berlin. Es gibt nicht viele Möglichkeiten hier. Es ist fast schon symptomatisch, dass die Leute kommen und gehen.

**Verstehen Sie die Skepsis vieler Schweizer gegenüber den deutschen Zuwanderern?**

Ich habe davon gehört. Diese Skepsis hat meines Erachtens viel mit der Sprache zu tun. Die Deutschen sind nun mal sehr wortgewandt im Vergleich zu den Schweizern. Sie reden schnell, was auch arrogant wirken kann. Teilweise ist die Abneigung sicher auch historisch bedingt.

### Sind die Deutschen hierarchiegläubiger?

Ja, das ist so. Sie sind eher obrigkeitgläubig. In der Schweiz sitzt man eher zusammen und diskutiert mögliche Lösungen.

### Welcher Stil passt Ihnen besser?

Ich bin eine Eklektikerin, die ihren Mitarbeitenden in Ruhe zuhört und deren Anliegen und Ideen aufnimmt. Gleichzeitig weiss ich aber immer, was ich will. Ich entscheide schnell und positioniere mich manchmal bewusst radikal. Natürlich muss man die Gründe darlegen und Verständnis für getroffene Entscheidungen schaffen.

### Waren Sie eine beliebte Chefin?

Ich wurde geschätzt als jemand, der zuhört, aber auch führungsstark ist. Man sagte von mir, dass ich auf eine sehr angenehme Art sehr unangenehme Entscheidungen umsetzen konnte.

### Hatten Sie oft Kontakt mit Roger Schawinski, als er noch hier in Berlin Sat-1-Chef war?

Wir sind uns ab und zu begegnet.

### Er hat das «Radio für Erwachsene» in die Schweiz gebracht. Ein intelligenter Ansatz?

Bestimmt. Im Jahre 2025 wird ein Grossteil der Bevölkerung älter als 50 sein. Daher glaube ich, dass man sich vermehrt mit der älteren Zielgruppe beschäftigen muss. Lange Zeit war das nicht attraktiv. Die privaten Fernsehsender in Deutschland haben auf dem Werbemarkt die Hauptzielgruppe «14 bis 49» geprägt. Jetzt gibt es Überlegungen, die Gruppe bis 59 zu erweitern.

### Bei all diesen ständigen Veränderungen in der TV-Branche: Kann da ein gebührenfinanziertes Fernsehen überhaupt mithalten?

Natürlich ist ein öffentlich-rechtlicher Sender weniger agil als ein privater. Aber es lässt sich richten. Das Schweizer Fernsehen macht das übrigens nicht schlecht. Wenn ich mit Deutschland vergleiche, insbesondere mit dem ZDF, dann empfinde ich das Schweizer Fernsehen als relativ innovativ und zeitgemäss.

### Womit zum Beispiel?

«La Traviata» im Hauptbahnhof – eine solche Idee wurde in



«Ob das Schweizer Fernsehen heute noch zwei Kanäle braucht, ist fraglich»

Deutschland noch nie realisiert. Oder die Livebesteigung der Eiger-Nordwand, die schon einige Jahre zurückliegt. Auch die Homepage ist absolut vorzeigefähig.

### Aber das Schweizer Fernsehen und auch die öffentlich-rechtlichen Sender in Deutschland dürfen ihre Websites nicht kommerzialisieren. Dabei liegt gerade dort die Zukunft.

Stimmt. Deshalb müsste man den Auftrag der öffentlich-rechtlichen Sender neu definieren. Es kann nicht sein, dass man ihnen die Zukunft verbaut. Umgekehrt muss man sich fragen, ob Unterhaltungssendungen wie «Deal or No Deal» beim gebührenfinanzierten Schweizer Fernsehen eine Daseinsberechtigung haben.

### Sie haben unter dem früheren Fernsehdirektor Peter Schellenberg SF zwei aufgebaut. Der Sender spielt heute viele seichte Serien ab,

### die in Deutschland nur im Privat-TV zu sehen sind.

Ja, das ist eine berechtigte Frage. Ob das Schweizer Fernsehen heute noch zwei Kanäle braucht, ist fraglich.

### Warum?

Ich meine damit zwei analoge Vollprogramme. Hier darf und muss man sich immer die Frage stellen, wie viel öffentlich-rechtliches Fernsehen ein Markt trägt. Wie viel Privatfernsehen oder Vielfalt will man zulassen? In Deutschland hat die ARD mit einer sehr weitsichtigen Strategie mit den Dritten Programmen zahlreiche analoge Kabelplätze frühzeitig besetzt. Sodass es für kleinere private TV-Sender schon seit Jahren unmöglich ist, einen attraktiven Kabelplatz zu erhalten, entsprechend Reichweite aufzubauen und eine für die Werbermarkt wichtige kritische Masse zu erreichen. Die Wirtschaftlichkeit dieser kleinen Ka-

näle ist dadurch kontinuierlich bedroht. In der jetzigen Krise, welche die Medienbranche mehr als andere treffen wird, könnten einige zugrundegehen. Dies würde der Angebotsvielfalt im Analo-

*«Ich bin direkt, gradlinig und spreche aus, was ich denke – damit käme ich in der Politik wohl nicht sehr weit»*

gen enorm schaden.

### Sie wollen Ihr eigenes Kind opfern?

Wenn es um ein Fernsehkind geht, ist mir das ziemlich egal. Aber im Ernst: Ich möchte noch mehr Kinder, die spezialisierter sind. Es ist immer wieder wichtig im Leben, Dinge in Frage zu stellen oder wieder zu ändern. Die Zukunft

liegt im Digitalen und im Internet. Was Ersteres betrifft, befinden sich die Schweiz, aber auch Deutschland noch in der Steinzeit. SF könnte aus einem analogen ja auch drei digitale Kanäle machen.

### Wie sieht die Medienlandschaft 2020 aus?

Es wird mehr Infrastruktur, mehr Plattformen und mehr Inhalte geben. Menschen werden noch mehr Zeit mit Medien verbringen. Die Nutzung wird flexibler, non-lineare Angebote wie VoD werden deutlich an Bedeutung gewinnen. Internet wird zum Leitmedium. Neue Wettbewerber treten auf den Markt. Es wird eine grosse Zahl von Anbietern geben, die originär keine Rundfunkanbieter sind. Diesen Trend verschlafen die meisten Medienkonzerne

### Was heisst das konkret?

Fast alle Konzernmanager denken noch viel zu stark in klas-

sischen Werbemodellen, statt sich über die Verlängerung der Wertschöpfungskette Gedanken zu machen. Als Multimedia-Expertin muss man die einzelnen Medien und Plattformen verstehen – und begreifen, wie der Konsum damit umgeht.

### Was ist unter einer Wertschöpfungskette zu verstehen?

Am Anfang steht ein Stück Inhalt, zum Beispiel die Fernsehserie «South Park». Dann stellen sich viele Fragen: Wie kann ich mit dem Stück Inhalt in welchen Medien Geld verdienen? Verkaufe ich es zuerst als Video on Demand, also als Video, das man gegen eine Gebühr herunterladen kann? Was kommt dann? Pay-TV oder Free-TV? Wie kann ich mit «South Park» auf dem Web Geld verdienen? Das sind Fragen, die sich Medienmanager zunehmend stellen müssen.

### Im Pass heissen Sie «Kathrin».

### Warum die französische Schreibweise «Catherine»?

Das hat mit meiner frankophilen Ader zu tun. Ich sprach früher sehr gut französisch. Die Mehrsprachigkeit der Schweiz fehlt mir sehr und wäre übrigens ein Grund für eine Rückkehr. Ich bin sehr früh von Zuhause weggezogen und habe mir mein Studium als Flight Attendant verdient. Ich konnte vergünstigte Flugtickets kaufen und bin deswegen oft privat mit dem Morgenflieger von Bern nach Paris geflogen und abends wieder zurück. Das war eine sehr schöne Zeit.

### Ihr Vater war Generalsekretär des Verkehrs- und Energie-departements von Bundesrat Leon Schlumpf, er hat das erste Radio- und Fernsehgesetz geschrieben. Können Sie sich auch eine politische Tätigkeit vorstellen?

Nein, dafür wäre ich denkbar ungeeignet. Für mich ist Authentizität sehr wichtig. Ich bin direkt, gradlinig und spreche aus, was ich denke – damit käme ich in der Politik wohl nicht sehr weit.

### Aber als Auslandschweizerin stimmen und wählen Sie?

Nein – Sie erinnern mich daran, dass mir die Schweizer Botschaft die Unterlagen gar nicht zuschickt. Das muss sich sofort ändern.

ANZEIGE

## Surfen im eigenen Rhythmus

**Orange Home Pack.** Sie zahlen nur, wenn Sie surfen und telefonieren – und sparen dabei die Kosten für Ihren Festnetzanschluss.

ab  
**CHF 19.-**  
pro Monat  
Flybox Modem geschenkt



**Geld-zurück-Garantie.** Testen Sie Orange Home Pack 14 Tage lang.

[orange.ch/homepack](http://orange.ch/homepack)

orange™

Mindestvertragsdauer: 12 Monate. Sollten unsere Leistungen nicht Ihren Vorstellungen entsprechen, können Sie Ihre SIM-Karte und Ihre Flybox innerhalb von 14 Tagen wie auf der Verpackung der Flybox bzw. auf [orange.ch](http://orange.ch) beschrieben zurücksenden.