

Letzte Ausfahrt Unterföhring

Für die einen der Tiefpunkt der Fernsehkultur, für die anderen eine Revolution: 9Live. Ein Studiobesuch

Wie Blei hängt der Dezemberhimmel über dem Münchner Nordosten. Männer mit Baseballmützen und stark geschminkte Frauen in hohen Stiefeln laufen eilig von einem Flachbau in den nächsten. Irgendwo auf dem Gelände von ProSiebenSat 1, in einem zitronengelb gestrichenen Studio, glänzt Jürgens blond gefärbter Mecki im Scheinwerferlicht. „Ich reg' mich so auf, ich hab' Puls 300!“ Das Spiel heißt „Städte-Raten“, und der Moderator, 43, federt vor der Kamera hin und her wie ein Boxer. Seit Minuten hat keiner angerufen, der noch einen Ort mit der Vorsilbe „Bad“ kennt. „Füüüf, vlller...“ Jürgen schreit, nein, krächzt, begleitet von Trommelwirbeln, einen Countdown nach dem anderen in die Kamera. Nichts. Gestern hat er zwei Sendungen moderiert. Sieben Stunden. Alles live. Jetzt will er ein neues Spiel anfangen. „Noch eine Runde!“, befiehlt Alexa, die Redakteurin, aus dem Off. „Es ist ekelhaft!“, blafft er sie an. „Es ist ekelhaft, jetzt noch eine Runde zu spielen!“ In die Kamera: „Die geht auf Tupperpartys. Da trinken die Frauen Eierlikör und zeigen sich hinterher ihre Dosen.“ 13 Uhr 50. Willkommen bei 9Live, dem weltersten „Mitmachsender“.

Abzocksender, sagen andere. 9Live, vor fünf Jahren unter der Ägide von Christiane zu Salm aus den Überresten des Frauensenders tm3 zusammengebastelt, kassiert heute für jeden Anruf aus dem deutschen Festnetz 49 Cent – egal, ob der Anrufer im Studio landet oder bloß die fröhliche Bandansage hört. Bei Jürgens Spielmodus „Get the Line“ etwa schaltet 9Live nach eigenen Angaben bis zu 15 Leitungen frei – wer eine davon erwischt, kann ins Studio durchgestellt werden. Dem Sender stehen mehrere tausend Leitungen zur Verfügung. So viel zu den Gewinnchancen der Anrufer.

Die Chancen, als Eigentümer mit die-

sem schnell produzierten Programm abzukassieren, sind indes gewaltig. Im ersten Halbjahr 2006 steuerte 9Live 48,1 Millionen Euro zum Gesamtumsatz der Sendergruppe ProSiebenSat 1 bei. Ein netter Batzen, bedenkt man, dass sich die werbefreie Tochter fast nur über Anrufe finanziert. Kein Wunder auch, dass 9Live inzwischen Rateshows des gleichen Strickmusters für das ertragsschwache Spätprogramm der Schwestersender mitproduziert: Bei Sat 1 gibt es die „Quiz Night“, bei Pro 7 das „Night Loft“ und bei Kabel 1 das „Filmquiz“.

Marcus Wolter, 38, ist kein Freund des Understatements: „Die erste Revolution war das Farbfernsehen, die zweite der private Rundfunk, die dritte...“ – der 9Live-Geschäftsführer lehnt sich zurück und legt das Kinn auf die Brust – „...die dritte heißt 9Live!“ Sein Büro ist groß, viel Schwarz und

Chrom. In der Mitte thront ein Metallgestänge, an dem vier Flachbildschirme befestigt sind. Als „Internet des kleinen Mannes“ bezeichnet Wolter 9Live. „Fernsehen für die Elite“ reizt ihn nicht. „Ich lese jeden Tag die ‚Bild‘-Zeitung, da erfahre ich, was der Deutsche denkt.“ Wie viele Menschen bei 9Live anrufen, verrät Wolter nicht: „Wir sind einfach zu oft kopiert worden.“

Das stimmt: Selbst Sportsender wie das DSF oder Musikkanäle wie Viva Plus haben heute kostenpflichtige Anrufshows im Programm, die denen von 9Live mitunter arg ähneln.

Andere Zahlen liefert Wolter gerne, im Stakkato: 600 ins Studio durchgestellte Zuschauer pro Tag, davon 200 Gewinn-

er, 550 000 Mitglieder im Zuschauerclub „9Live Gold“, eine monatliche Gewinnsumme von über einer Million Euro, 15 Millionen Anrufer seit Sendestart. „Das ist keine kleine, verzweifelte Gruppe – das ist ein Massenphänomen, wie McDonald's oder Aldi!“ Was in Wolters imposanter Liste fehlt, ist der Zuschaueranteil von 9Live: 0,2 Prozent.

15 Uhr, Feierabend. Nach seiner Show erzählt Moderator Jürgen, der mit Nachnamen Milski heißt („aber datt sacht keiner“), von seiner Arbeit. Der gebürtige Kölner, der früher als Feinblechner bei Ford geschäftig hat, sagt „Arbeit“, nicht Job. Wer gesehen hat, wie er im Studio rumtobt, weiß, dass das alte deutsche Wort hier passt. Einmal sei er in einer laufenden Sendung vor Erschöpfung fast zusammengebrochen. Ein anderes Mal war nach fünf Minuten die Stimme weg. Gegen den Stress treibt Jürgen täglich Sport. Außerdem nehme er keine Drogen, trinke fast nichts und sei seit Ewigkeiten mit derselben Frau zusammen. „9Live-Moderatoren haben einen der härtesten On-Air-Jobs im deutschen Fernsehen“, sagt Marcus Wolter.

Wolter, der Talentscout. Wolter, das Cleverle. „TV-Revolutzer“ schwärmte die „SZ“ im August, als kurzzeitig das Gerücht umging, er würde zu RTL 2 gehen; er geht nicht, sagt er, zumindest nicht vor seinem Vertragsende 2008. Man merkt dem 9Live-Geschäftsführer an, wie sehr ihn solche Geschichten bauchpinseln. Sein Lächeln ist ruhig, aber sein Körper rutscht darunter vor Freude auf dem Stuhl hin und her. Er erzählt, wie er schon während seines Studiums der Sozialwissenschaften in Hamburg einen Musikverlag gründet. Wie er 1994 einen unbekanntenen Brillenträger namens Stefan Raab unter Vertrag nimmt. Wie die beiden zusammen für den Musiksender Viva Raabs „Vivavision“ entwickeln –

„bei ihm zu Hause in der Sauna“. Erst kürzlich, sagt Wolter, habe er wieder mit dem heutigen Großmoderator telefoniert. „Wolter, du alter Telefonterrorist“, habe Raab zu ihm gesagt. Raab selbst wollte sich auf Anfrage nicht zu seinem einstigen Förderer äußern.

Vielleicht ist es das Schmutzimage, das bis heute am Sender haftet. Obwohl, wie Wolfgang Flieger, Sprecher der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), auf Anfrage versichert, „nach unseren Erkenntnissen mittlerweile alle Verfahren gegen 9Live eingestellt sind“. Oder es ist das totale Fehlen inhaltlichen Anspruchs. Fest steht, und das kann man gut oder blöd finden: 9Live ist Fernsehka-

pitalismus in seiner reinsten Form.

Jürgen jedenfalls ist mit den Gesetzen des Marktes vertraut – anders als die anderen Veteranen jener legendären ersten „Big-Brother“-Staffel, die sie damals, im Sommer 2000, alle bekannt gemacht hat. Jürgens Containerkumpel Zlatko Trpkovski („Ich vermiss' Dich wie die Hölle“) glaubte gar, er könne zum Kinostar avancieren. Jürgen selbst blieb realistisch. Im Nebenerwerb tingelt er heute mit Liedern wie „Natascha vorm Pascha“ und „Halbschwul“ durch den Kölner Karneval oder sorgt im „Oberbayern“ auf Mallorca für Stimmung. 9Live, sagt Jürgen, sei nach der Geburt seiner Tochter vor 16 Jahren das Beste, was ihm passiert

ist. Warum er sich auch 2007 noch zwischen Mallorca, Köln und Unterföhring die Stimmbänder ruinieren will? „Damit meine Tochter mal finanziell sorgenfrei leben kann.“ Ob es etwas gibt, das er nie machen würde? „Pornos“, sagt Jürgen. „Und Assi-Talkshows.“ Die habe er noch nie besucht. Nur einmal. „Bei Kerner.“

„Fernsehen für die Elite reizt mich nicht“, sagt der 9Live-Chef



„Puls 300!“ 9Live-Moderator Jürgen Milski bei der Arbeit. Bekannt geworden ist er als Zweitplatzierte der ersten „Big Brother“-Staffel.

Screenshot: 9Live