



März 2010 (1)

GOLDSTAR TV

Pilcher auf Polnisch

Zum zehnjährigen Jubiläum seines kleinen Pay-TV-Reichs verschafft sich Gottfried Zmeck frisches Geld und plant Expansionen – nicht nur in Osteuropa



Gottfried Zmecks
Mainstream Media
AG holt den Investor
Merkur Thorhauer ins Boot

→ „Wer hat mein Lied so zerstört, Ma?“ oder doch lieber „Ti amo“: Mit den Songs von Schlager-Ikonen wie **Daliah Lavi** oder dem vermeintlich ewig jungen Südafrikaner **Howard Carpendale** feiert **Goldstar TV** sein zehnjähriges Firmenjubiläum. Und das steht trotz nicht immer harmonischer Begleitmusik im Zeichen eines verhaltenen Aufbruchs. Zehn Jahre, nachdem sich der ehemalige **Leo-Kirch**-Büroleiter **Gottfried Zmeck** und spätere Aufbau-Geschäftsführer bei der glücklosen Digitalplattform **DF1** mit einem eigenen TV-Unternehmen selbstständig machte, darf sich seine Firmenholding **Mainstream Media AG** über eine Finanzspritze freuen. „Nach zehn Jahren will sich die Mainstream Media AG erstmals einem von außen kommenden Investor öffnen“, bestätigte der Vorstandsvorsitzende Gottfried Zmeck. „Konkrete Verhandlungen mit der Finanz- und Investmentgruppe **Merkur Thorhauer** stehen kurz vor Abschluss.“ Das hessische Unternehmen, das eigentlich aus der Branche Versicherungen-Vermögensberatung stammt, ist schon seit 2008 mit rund 28% als Partner bei **Romance TV** beteiligt. „Diese Partnerschaft soll jetzt mit einem Einstieg der Merkur Thorhauer GmbH & Co. KG mit 15% auch bei der Obergesellschaft Mainstream Media AG im Zuge einer Kapitalerhöhung vertieft werden“, so Zmeck. Nun möchte der TV-

Unternehmer mit der wieder gefüllten Kriegskasse den zuletzt etwas ins Stocken geratenen Expansionskurs seines Hauses vorantreiben.

Mit dem Volksmusik- und Schlager-sender **GoldStar TV** startete Gottfried Zmeck am 1. März 2000 durch. Heute betreibt er neben dem **Sky**-Spielfilmangebot **Heimatkanal** seit zwei Jahren das auf **Rosamunde-Pilcher**-Filme und ehemalige **ZDF**-Telenovelas spezialisierte Pay-Programm **Romance TV**, das unter anderem über Angebote von **Kabel Deutschland** oder **Primacom** vertrieben wird. Trotz der ernüchternden Pay-TV-Entwicklung in Deutschland zieht der Goldstar-Chef eine positive Bilanz. „1999, als ich mein Unternehmen plante, waren die Prognosen für die Entwicklung des Pay-TV wesentlich rosiger“, sagt Zmeck. „Mit den Abstrichen, die ich machen musste, kann ich aber leben.“ Die Probleme, die der gesamten Branche zu schaffen machen, sind hausgemacht. „Die Digitalisierung schritt doch wesentlich langsamer voran“, sagt Zmeck. „Die Konkurrenz durch die Free-TV-Sender, nicht zuletzt durch die öffentlich-rechtlichen, ist wesentlich stärker, als man das damals vorhersehen konnte.“

Vor allem auf die schier ungebremsen Expansionstendenzen bei **ARD** und **ZDF** ist er naturgemäß schlecht zu sprechen. „Wir erleben doch derzeit einen öffentlich-rechtlichen Rollback“, klagt er. „ARD und ZDF waren schon einmal deutlich stärker in der Defensive. Jetzt breiten sie sich auch programmlich weiter aus, als man das vor zehn Jahren jemals für möglich gehalten hätte.“ Zmeck hatte beim Sky- und Premiere-Vorläufer **DF1** selbst vergeblich auf die Sogwirkung attraktiver **Bundesliga**-Fußballrechte

gesetzt. „Man hat heute schon fast vergessen, dass es auch einmal Zeiten gab, in denen keine ‚Sportschau‘ bei der ARD lief“, klagt er heute.

Zmeck ist persönlich auch an dem Erotik-Angebot „**Alpenglühn TVX**“ beteiligt. „Das Konzept beginnt sich durchzusetzen, die Verbreitung steigt. Ab April 2010 wird der Sender auch über das **Entertain**-Angebot von **T-Home** vermarktet“, sagt er. Darüber hinaus setzt Zmeck auf Expansion in neue Märkte in Osteuropa. „Wir versuchen uns an endogenem Wachstum“, lautet die Devise. Deshalb hat er in Polen einen Romance-Ableger gestartet. „Dafür haben wir Pilcher auf Polnisch synchronisiert“, berichtet Zmeck voller Stolz über sein Projekt **Romance TV Polska**. „Es ist in einem kleinen regionalen Pay-TV-Markt sehr erfolgreich angekommen. Alle großen US-Majors sind dort vertreten, warum sollen wir da nicht mitmachen?“, fragt er. „Deutsche Programmqualität ist in Polen sehr gefragt.“ Aktuell befindet sich Mainstream Media in Gesprächen mit allen relevanten polnischen Verbreitungspartnern, darunter **Cyfra+N**, **TPSA**, **Vectra** und **UPC**.

Die Schmach, dass sein am 3. April 2004 gestartetes Musikangebot **Hit 24** nach dem Revirement durch die **Sky**-Manager rund um den scheidenden Boss **Mark Williams** nicht ins Bouquet des Pay-Riesen übernommen wurde und nun auf Eis liegt, sitzt bei Zmeck tief. „Es war eine schmerzhaft Erfahrung, weil **Hit 24** ein guter Sender war, der eine gute Akzeptanz gefunden hat“, sagt Zmeck. „Zu den Konditionen, zu denen **Viacom VH1 Classic** einen europäischen Feed nicht-exklusiv anbietet, kann ich keinen Sender erstellen.“ Außerdem



März 2010 (1)

räumt er selbstkritisch Fehler in der Eigenvermarktung ein. „Es ist uns vielleicht zu wenig gelungen, die Qualitäten von Hit 24 angemessen herauszustreichen“, so Zmeck. Dennoch bedauert er, dass Sky die Entscheidung traf, Hit 24 außen vor zu lassen. „Heute würde man sie vermutlich nicht wieder so treffen.“ Tatsächlich erwartet der Mainstream-Media-Chef, dass bei Sky, wo ab 1. April der neue CEO **Brian Sullivan** das Sagen hat, an den Paketen gestrickt wird. „Mich würde es nicht wundern, wenn man jetzt die Paketstruktur mittelfristig wieder ein bisschen modifiziert“, sagt Zmeck. Hoffnung auf ein Comeback macht die Tatsache, dass **Sky Italia** etwa ein breiteres Musikangebot hat.

Branchen-Insider wollen bereits wissen, dass Zmeck sich - unterstützt durch seine neuen Finanziere - mit einem Paukenschlag zurückmelden könnte. Hit 24 hält er nach eigenen Angaben derzeit „weiter startbereit“. Auch die Pläne für einen Country-Music-Sender harren auf ein freundlicheres Expansionsklima.

„Wir können den Sender starten, wenn wir die entsprechenden Vertriebs- und Vermarktungswege finden“, sagt Zmeck. „Ich bin aber nicht bereit, in Vorleistung zu gehen.“

Aus eigener Erfahrung sieht Zmeck das Wirken der wechselnden Pay-TV-Verantwortlichen mit demonstrativer Gelassenheit. „Man hat in den letzten zehn Jahren die verschiedensten Pakete gesehen“, sagt er. „Alle wurden zu ihrer Zeit für goldrichtig befunden, dann wurden sie wieder geändert.“ Dennoch hält er die Fokussierung auf HD-Kanäle als vermeintliche Killer-Applikation, die der Sky-Neustart 2009 mit sich brachte, für bedenklich. „Es wäre das erste Mal, das allein eine verbesserte technische Qualität das Programm verbesserte“. Bei DF1 hatte Zmeck lange auch auf die Mär vom „besseren Fernsehen“ gesetzt - und war letztlich in einer Sackgasse gelandet. „Man muss sehr genau hinsehen, welche technische Qualität letztlich bei den Kunden ankommt“, sagt Zmeck heute. „Es sitzen ja nicht Millionen von Mess-



„Im Reigen der Gefühle“: Helene Fischer ist Stammgast bei GoldStar TV

technikern vor den Fernsehgeräten.“ Millionen von Carpendale-Fans gibt es vermutlich auch in den nächsten zehn Jahren.

Rupert Sommer