



Überwachung Preise für den Großen Bruder

Die „Big Brother Awards“ sind erwachsen geworden – und übersiedeln heuer vom Flex in den Rabenhof.

Im 7. Jahr wird alles ganz anders. Die „Big Brother Awards“, mit denen alljährlich die größten Angriffe auf die Privatsphäre von Bürgern ausgezeichnet werden, haben zwar nicht den Namen geändert – aber die Location. War bislang das Wiener Szenelokal Flex suburbaner Austragungsort, so werden die Awards heuer im Theater im Rabenhof verliehen, und zwar schon am 25. Oktober. Auch die Bühnenshow ist neu und wird von Mercedes Echerer, Hubsi Kramar & friends, wiespaet und mingo.tv. bestritten. Nicht geändert hat sich die Intention der „Big Brother Awards“: Nach wie vor sind sie ein Spottpreis, der an ausgewählten Privacy-Terroristen ein Jahr lang haften bleibt.

Und Kandidaten gibt es auch heuer mehr als genug, wie beispielsweise die Pläne des Europarates, dauerhaft E-Mail- und Mobilfunk-Verbindungsdaten zu speichern. Gute Chancen auf einen Preis hat traditionell auch das Innenministerium, speziell für die „erweiterte Videoüberwachung“, die noch unter Ernst Strasser durchgedrückt wurde. Nominierungen bleiben nicht nur der aus Künstlern, Fachleuten und Journalisten bestehenden Experten-Jury vorbehalten – per Internet können ab sofort auch Vorschläge für den Publikumspreis abgegeben werden.

Das Endergebnis wird im Rahmen der „Big Brother Awards Show“ bekannt gegeben, die heuer auch erstmals live im Radio übertragen wird (auf Orange 94,0 im Raum Wien sowie als Webstream). Über favorisierte Kandidaten sowie über die genaue Zusammensetzung der Jury schweigen sich die Veranstalter (ein Konglomerat mehrerer Vereine, wie die quintessenz, der Verein zur Förderung Freier Software oder Vibe!at) vorerst noch aus – fest steht nur, dass „Überwacher, Daten-Mineure und Beschneider der Privatsphäre sowie ihre Handlanger in Politik und Wirtschaft das bekommen, was sie verdienen“. Und das ist auf jeden Fall ein dauerhafter und weit hin sichtbarer Eintrag in den Annalen der österreichischen Datenschutz-Geschichte. **CHRIS HADERER**

BIG BROTHER AWARDS 2005
25. OKTOBER AB 19 UHR
THEATER IM RABENHOF, WIEN
TEL. +43/1/7128282
Nominierungen unter www.bigbrotherawards.at

WERBEGURU
RUDI NEMECZEK
GIBT 8



SpinDoktor

„Wenn du nicht lächeln kannst, eröffne kein Geschäft.“ Ein altes Sprichwort. Ein neuer Trend. Gutes Benehmen ist wieder in. Der ORF plant eine Doku-Soap in dieser Sache, Image-BeraterInnen verdienen damit, konservative Kreise wittern Morgenluft. Nun, gegen respektvollen Umgang mit der Welt ist nichts einzuwenden. Sogar Gangsta-Rapper waschen sich heute ihren Mittelfinger, bevor sie ihn zum Einsatz bringen.

Benimm dich! Das Bravsein hat wieder Saison. Obwohl – nichts fällt leichter als vor lauter Höflichkeit sich selbst zu verlieren.

Webseite des Monats

www.hattrick.org. Online-Fußballmanager gibt es mittlerweile einige. Hattrick überträgt sie alle. Beinahe 11.000 Teams tummeln sich alleine in Österreichs Ligen. Weltweit sind es über eine halbe Million. Gespielt wird in Ligen zu je acht Teams. Eine Saison umfasst Hin- und Rückspiele gegen jeden Gegner. Spieltag ist jeweils der Sonntag. Unter der Woche rufen Pokal- oder Freundschaftsspiele. Aufgabe des Managers ist es, eine gute Mannschaft auf die Beine zu stellen, das Stadion auszubauen und Physiotherapeuten einzustellen. Alles muss erledigt sein, um sonntags pünktlich um halb zehn vormittags in Real Time mit seinem Team um Punkte zittern zu können. In der Nationalteam-Weltrangliste liegt Österreich übrigens punktgleich mit Spanien auf Platz eins. Da könnte sich Hans Krankl was anschauen. JZ



Nettigkeit steht hoch im Kurs. Beispiel: Herr Schäfer-Elmayer, Eintänzer der Nation, tritt als Role-Model in Werbespots auf und hält pausenlos Seminare zum Thema „Etikette, Benehmen und Manieren“. Auf den Jobseiten der Tageszeitungen werden in Karriere-Lounges Anweisungen zur brave(n) New World erteilt. Auch der Bobo-Lifestyle, der urbanes Lebensgefühl mit sozialem Gewissen verbindet, boomt. Schlimm sein ist für Bobos natürlich Gaga. Sogar bei toxischen Substanzen gewinnt mit der Ja-Sager-Droge Kokain das Affirmative gegen die Subversion.

Ganz klar: Wenn die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen härter werden, ist Anpassung angesagt. Und Benehmen. Design schlägt Content. Vernichtend. Überall. In diesem Biedermeier-Szenario übernehmen Marken den Job des Aufregers. Sie stehen für kanalisiertes Rebellentum. Für Aufmüpfigkeit und Individualität. „I am a real wild one“, aber nur, wenn mich mein Chef nicht sieht. Abweichendes Verhalten als Markenversprechen. Gültig nur in der Freizeit. Persönlichkeiten mit Kanten bleibt der Exit.

Jetzt, kurz vor der Gemeinderatswahl in Wien, ist es interessant zu beobachten, wer von den Kandidaten lieb genug lächelt, um sein Geschäft erfolgreich im Wahlergebnis unterzubringen. Brav sein ist ja so beliebt in der Politik. Höflichkeit schlägt jede Kompetenz. Das schädigt natürlich letztlich die Marke, für die sie stehen. Oder hinter der sie sich verstecken. Angenehm, dass es da auch Ausnahmen gibt. Unseren intellektuellen Fiaker zum Beispiel. Der ist auch als Bürgermeister weder immer höflich noch zwanghaft angepasst. Und als ewig lächelnder Geschäftsinhaber wäre er wohl eine glatte Fehlbesetzung. Gut so.