



## Beilage: WEBWELT

# "Totale Überwachung ist mein Ziel"

***Mit der "Big Brother"-Homepage geht der Fernseh- und Radio-Profi  
Thomas Aigner neue Wege im Internet***

Von

*Eva-Maria Graw*

und

*Stephanie Lob*

Wenn heute Zehntausende deutscher Mobiltelefonierer beim Anschalten ihres Handys vom "Big Brother"-Logo begrüßt werden, dann ist das einem Mann zu danken: Thomas Aigner. Der 35-jährige Österreicher macht die derzeit erfolgreichste Web-Seite Europas. Mit seiner Münchener Aigner Media & Entertainment GmbH (AME) liefert er die Technik für die Homepage der RTL-II-Überwachungsshow "Big Brother". Bis zu drei Millionen Fans der Serie greifen täglich auf die Website [www.bigbrother-haus.de](http://www.bigbrother-haus.de) zu. Und das nicht nur, um nachzuschauen, was Mensch und Huhn in und um den Container treiben. Sondern auch, um etwa das "Big Brother"-Logo fürs Handy oder die Serien-Hymne "Leb" als Klingelzeichen herunterzuladen.

"Technischen Schnickschnack" nennt Thomas Aigner solche Accessoires. So nennt er aber auch liebevoll die Dinge, mit denen er sich umgibt. Die neuen Büroräume seiner Firma am Münchener Bavariaring sind gerade erst eingerichtet. Noch steht vor dem Haus ein Baugerüst, Planen verdecken die Sicht auf die Theresienwiese und die Bavaria-Statue. Stolz führt Aigner sein neues Smart Board vor: Ein gut zwei mal drei Meter großes Computer-Display, das wie ein Bild an der Wand hängt. Aigner klickt sich mit der Hand wie mit einer Maus ins Internet: "Here we go!" Der letzte Schrei, passend zu Aigners Wahlspruch: "Je innovativer desto AME."

Auf Thomas Aigner blickt die Branche mit Bewunderung, zum Teil auch mit Neid. Ein Kollege: "Er verbindet klassisches journalistisches Gespür mit dem Blick für die Möglichkeiten des Internet." Gelernt hat Aigner sein Handwerk beim Österreichischen Rundfunk, für den er Radio- und Fernsehsendungen moderierte. In Deutschland wurde er in den neunziger Jahren vor allem durch die Sendungen "Hopp oder Top" (Tele 5), "Das ist Liebe" oder "netNite" (beide ZDF) bekannt.

Aigner ist ein Vermarkter in eigener Sache. Die Rolle des Präsentators hat er bis ins Letzte verinnerlicht. Er umwirbt sein Gegenüber mit der Stimme. Dabei geht es ihm nur um eines: sich und seine Visionen. Auch die holländische Produktionsfirma Endemol konnte er überzeugen.

Die schöne neue Welt des Thomas Aigner begann, als AME gegen die Konkurrenz des Multimedia-Riesen Pixelpark den Zuschlag erhielt, das virtuelle "Big Brother"-Haus einzurichten. In nur sechs Wochen stampften er und seine Mitarbeiter die Homepage aus dem Boden. "Mein Puppenhaus", sagt Aigner und wirkt wie ein großer Junge.

Der Erfolg der "Big Brother"-Seite hat viele überrascht. Kam das holländische Vorbild auf maximal eine Million Zugriffe täglich, startete die deutsche Seite an den ersten Tagen mit bis zu sechs Millionen Seitenaufrufen. Die Seite ist so erfolgreich, dass Firmen wie Siemens ihren Mitarbeitern über einen Filter den Zugang verweigern.

Für den holländischen TV-Tycoon und "Big Brother"-Erfinder John de Mol war die Web-Seite zunächst nur Beiwerk zur Serie. Thomas Aigner glaubt aber, dass sich die Prioritäten verlagert haben: "Big Brother ist eine Internet-Sendung, die auch im Fernsehen läuft." Auch die Wissenschaft interessiert sich für den "Zuschauer neuen Typs": Kommunikationsforscher der Hochschule für Musik und Theater Hannover befragen derzeit "Big Brother"-Fans zu ihrem Schau- und Surf-Verhalten.

"Die Web-Seite bietet ganz andere Möglichkeiten der Teilnahme als die Sendung", sagt Aigner. Hier werden Orwells kühnste Albträume wahr: Nicht nur eine Stunde wie im TV, sondern Tag und Nacht können Net-Surfer jede Bewegung der Bewohner durch die Augen von 18 Kameras verfolgen. Einzige Konzession an die Moral: Toilette und Dusche sind der Öffentlichkeit entzogen.

"Totale Überwachung ist mein Ziel", sagt Thomas Aigner und lächelt verbindlich. Damit die möglich wird, plant AME zusammen mit Endemol für die zweite "Big Brother"-Staffel ab Mitte September einige Änderungen. Muss sich heute der Zuschauer im Internet für eine Kamera entscheiden, aus deren Blickwinkel er das Treiben im Container betrachten will, soll er demnächst jede Bewegung seines persönlichen Lieblings verfolgen können. Die Technik macht's möglich: Sensoren werden die genaue Position der Bewohner orten und diese an die Kameras weitergeben. Dafür werde ein kompletter Umbau des Hauses notwendig, erzählt Aigner. Ethische Bedenken? Aigner möchte darüber nicht diskutieren. Ihn fasziniert die Technik.

Und der kommerzielle Erfolg: "Wir verbrennen Geld", sagt er über die Web-Seite, will dies aber "mit einem Augenzwinkern" verstanden wissen. Durch die hohen Zugriffsraten würden die Werbebanner zum Teil schon nach einigen Tagen wieder von der Seite genommen. Die vereinbarten Kontaktzahlen sind dann - viel früher als bei anderen Medien - erreicht. Bei Werbekunden hat das schon zu Irritationen geführt.

Der Multimedia-Experte Aigner hat sich mit dem Virus Internet schon früh infiziert. 1988, als man den monströsen Rechnern noch das Unvorstellbare ansah, kaufte er sich seinen ersten Macintosh. Nicht aus Begeisterung für den Computer. Sondern um mit einem 2400-Baud-Fax-Modem als Korrespondent in Los Angeles seine Beiträge nach Europa verkaufen zu können. Aus der praktischen Entscheidung wurde bald "diese Sucht, die nicht gesundheitsgefährdend ist", sagt Aigner.

Bereits 1996 produzierte und moderierte er mit "netNite" die erste Online-Sendung rund ums Internet im deutschen Fernsehen. Daraus hervorgegangen ist ein anderes AME-Produkt, der "**NetNewsletter**". Seit drei Jahren versorgt er jeden Freitag fast 25 000 Abonnenten per E-Mail mit Neuigkeiten aus der Computer- und Internet-Welt. Neben aktuellen Themen finden sich auch Surftipps zu reichlich überflüssigen Sites wie der mit Bildern der schönsten Strommasten in Großbritannien.

Die AME ist in fünf Jahren gewachsen. Ende dieses Jahres will Aigner 45 Mitarbeiter beschäftigen: Ungefähr 20 Festangestellte und die restlichen 25 als freie Mitarbeiter. Heute sieht der AME-Geschäftsführer, der auf der Suche nach "synergetischen

Zusammenschlüssen" ist, den Gang an die Börse "am Horizont". Er müsse kommen. Irgendwann. Aber von Neuer-Markt-Euphorie ist bei Aigner nicht viel zu spüren. Er beeilt sich vielmehr, den Satz mit dem Börsengang zu relativieren. Für ihn ist es nicht nötig, "beim Spiel der Spiele mitzutun".

Aigner fühlt sich wohl mit seiner GmbH, die ihm zur Hälfte gehört. Mit seinen drei Gesellschaftern, die, wie er sagt, aus seinem privaten Umfeld kommen. Und er formuliert die Befürchtung, der Gang an die Börse könnte ihn noch weiter von seinen eigentlichen Vorhaben abbringen. Er räumt ein, dass bei ihm betriebswirtschaftliches Denken nicht so stark ausgeprägt ist. Deshalb hätte er am liebsten einen Geschäftsführer. Das würde ihm Freiraum verschaffen. Zum Beispiel für seine "Spleens". Wie seine private Internet-Seite "Windows to the World". Sie ist eine Rundreise um die Welt mit 185 Webcams. Aigner erzählt die Geschichte dieser Idee: Wie er an einem kalten Herbstabend vor sieben Jahren im unwirtlichen München saß. Einmal mehr im Internet surfte. Und dabei den Sonnenaufgang auf Hawaii sah. Den hatte zehn Sekunden davor eine Web-Kamera aufgenommen. Typisch für Aigner, dass ihn die Idee nicht mehr losgelassen hat. Er hat sie perfektioniert. Und wieder klickt er auf seiner Maus, auf "Windows to the World". "Here we go", ruft er dabei.

**Bildunterschrift:**

Thomas Aigner dreht den Container um: Nicht die Website zur TV-Sendung hat er gemacht - seit [www.bigbrother-haus.de](http://www.bigbrother-haus.de) online ist, gilt eher der TV-Auftritt als Dreingabe zum Internet-Angebot. "Je innovativer desto AME", so heißt Aigners Motto und AME (Aigner Media & Entertainment) ist seine Firma. FOTO: KRAMLICZEK

**Bildunterschrift:**

Highlight: Verona Feldbusch besucht Container-Blondine Sabrina

**Bildunterschrift:**

Geheimnis: Wie tief steckten Kerstin und Alex unter einer Decke?

**Bildunterschrift:**

Shakespeare: Zlatko versucht Kumpel Jürgen für Literatur zu begeistern

In der Originalansicht befinden sich ausserdem **Bilder** zum Artikel.

© Axel Springer AG

---

Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlichen zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar. Unter dieses Verbot fällt insbesondere auch die Vervielfältigung per Kopie und/oder Weiterleitung, die Aufnahme auf Datenträgern und elektronischen Datenbanken, die Vervielfältigung auf CD-ROM oder DVD. Die Urheber übernehmen keine Gewährleistung und Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Beiträge und Informationen.