

17 Millionen lesen, was der Papst twittert

ROM. Zwei Jahre nach der ersten Twitter-Botschaft eines Papstes findet Papst Franziskus auf Twitter immer mehr Anhänger: Die Schwelle von 17 Millionen Abonnenten bei seinem „@pontifex“-Account sei am Wochenende überschritten worden, teilte der Vatikan mit. Damit wird Franziskus eine einflussreiche Twitter-Persönlichkeit. Der emeritierte Papst Benedikt XVI. hatte am 12. Dezember 2012 seinen ersten Tweet versendet. SN, KAP

Die wohl witzigste App des Jahres

BERLIN. Wenn Sie ein Freund via Facebook oder WhatsApp fragt, ob es beim gemeinsamen Fußballabend bleibt, können Sie ihm ein simples Ja zurückschreiben. Oder sie bestätigen den Abendtermin mit einem „Bazinga“ aus der Serie „The Big Bang Theory“. Oder Sie antworten mit einem „Yeah Baby, yeah!“ von Filmheld Austin Powers. Die App „Dubsmash“ löst einen regelrechten Digitaltrend aus. Mit der kostenlosen Anwendung für Android- und Apple-Smartphones kann man kleine Selfie-Videos aufnehmen. Darüber legt man Originalsprüche von Prominenten, Tierlau-

APP DER WOCHE

Dubsmash

te, Filmzitate oder kurze Songtexte. Nach der Aufnahme kann man die Clips über WhatsApp, Facebook oder E-Mail mit der Welt teilen.

Hinter „Dubsmash“ steht eine kleine Berliner Start-up-Firma. Und von Deutschland schwappt der Trend nun nach Österreich: Nachdem die Anwendung bereits die App-Charts im Nachbarland erobert hat, klettert die Spielerei hierzulande immer weiter nach oben. Mittlerweile gibt es sogar eigene „Dubsmash“-Communitys. Und der Hype ist nachvollziehbar: Die App ist einfach gestrickt – und macht dennoch süchtig. **hill**

Vorschläge für die App der Woche an RALF.HILLEBRAND@SALZBURG.COM

Das Ende liefert kaum Anlass zur Trauer

Trotz starker Quoten: „Wetten, dass . . .?“ verabschiedete sich mit einem Abend zum Fremdschämen in den Ruhestand.

NIKOLAUS KLINGER

NÜRNBERG. Moderator Markus Lanz ahnte, noch bevor die TV-Kameras auf Sendung gingen, Schlimmes: Mit einem verunsicherten „Das könnte ein schöner Abend werden“ versuchte der Südtiroler sein Publikum in der Nürnberger Messehalle auf das Finale von „Wetten, dass . . .?“ einzustimmen. Zum Abschied gab es Tränen, Interviewgeplänkel, in die Länge gezogene Wetten und eine Prise Nostalgie – für einen „schönen Abend“ war das nicht genug.

Ihre stärksten Momente entwickelte die finale Ausgabe im-

„Es ist das Ende einer Ära, aber das Leben geht weiter.“

Markus Lanz, Moderator

mer dann, wenn Markus Lanz in Erinnerungen an die Glanzzeiten der Show schwelgte. Alle Gäste, von Jan Josef Liefers über Til Schweiger bis zu Helene Fischer, wurden zu ihren Show-Erlebnissen befragt. Um dem Gedächtnis auf die Sprünge zu helfen, wurden viele Momente aus früheren Sendungen gezeigt.

Es gab Zeiten, da gaben sich bei „Wetten, dass . . .?“ die Größten des Showgeschäfts die Klinke in die Hand. Zum Abschied ließ sich mit Ben Stiller nur ein Hollywoodstar blicken. Der US-Schauspieler machte mit versteinerner Miene Werbung für seinen neuen Film und verschwand rasch wieder hinter der Bühne. Auch Skistar Hermann Maier verließ die Show frühzeitig.

Der Auftritt von Samuel Koch hätte der emotionale Höhepunkt des Abends werden sollen. Doch das Interview mit jenem Mann, der vor vier Jahren in der Show tragisch verunglückt war, verkam zum Debakel. Höhepunkt



Markus Lanz war zum Abschied den Tränen nahe.

BILD: SN/DPA

der Lanz'schen Fragestunde zum Fremdschämen: „Kannst du in deinem Unfall etwas Sinnhaftes erkennen, Samuel?“

Die 215. Ausgabe der Show schalteten mit 9,27 Millionen Menschen noch einmal fast doppelt so viele Zuschauer als zuletzt ein. In Österreich waren knapp 760.000 Zuseher mit dabei, als Jakob Vöckler zum letzten Wettkönig gekürt wurde. Der Parcours-Läufer kletterte an einem Parkhaus schneller hinauf und hinunter als Rallye-Weltmeister Se-

bastien Ogier die Kurven des Gebäudes durchfuhr. Weit weniger spektakulär, dafür umso langatmiger, verliefen die übrigen Wetten.

Zum Showfinale stellte Markus Lanz beinahe noch einen Rekord auf. Satte 54 Minuten länger als geplant blieb der Südtiroler auf Sendung und war zum Schluss den Tränen nahe. Um 23.49 Uhr war „Wetten, dass . . .?“ TV-Geschichte. Oder doch nicht? Die Gerüchte um eine Neuauflage der Show wollen weiter nicht verstummen.

STANDPUNKT
Nikolaus Klinger



Diese Show wird keinem fehlen

„Wetten, dass . . .?“ ist seit diesem Wochenende Geschichte. Vermissen wird die ehemals größte TV-Show Europas trotz starker Quoten zum Finale kaum jemand. Das Format ist hoffnungslos überaltert. Die Idee, mit Stars, Wetten und Musik die ganze Familie vor den Fernsehgeräten zu versammeln, ging lange gut und brachte meist passable Unterhaltung hervor. Heutzutage verkommen Familienfernsehende mehr und mehr zu einer Randscheinung, die „Generation Internet“ verschafft sich Spaß und Unterhaltung längst nicht mehr nur via TV. Heutzutage ist Fernsehen ein Nebenher-Medium. Abendfüllende Shows treffen den Nerv der Zeit nicht mehr. Mitte der 80er-Jahre sahen mehr als 20 Millionen Menschen zu. Zuletzt waren es nicht einmal mehr ein Drittel davon. Die Gesellschaft hat sich verändert, „Wetten, dass . . .?“ hat da nicht Schritt gehalten. In ihrer Not versuchten Markus Lanz und sein Team bei den Privatsendern abzukupfern. Flache Witze auf Ballermann-Niveau sollten die Talfahrt stoppen. Was bei RTL und Co. funktioniert, scheiterte bei „Wetten, dass . . .?“. Auch Krawall-Entertainment will gelernt sein.

NIKOLAUS.KLINGER@SALZBURG.COM

Facebook stoppt Suche über Bing

MENLO PARK. Facebook zeigt keine Ergebnisse der Microsoft-Suchmaschine Bing mehr an. Der Fokus liege nun auf Material aus dem sozialen Netzwerk selbst, sagte ein Facebook-Sprecher Ende der Vorwoche. Facebook hatte am Montag zuvor ein Werkzeug eingeführt, um die Suche in Beiträgen seiner 1,35 Milliarden Nutzer zu erleichtern. Bisher wurden zudem die Ergebnisse einer Internetsuche über Bing angegeben. SN, APA, Reuters

Wer Ö1 anpasst, zerstört den ORF

Der Kampf um den Erhalt des Funkhauses in der Wiener Argentinierstraße ist kein Streit um des Kaisers Bart.

Räume schaffen Tatsachen. Wo mühsam ertütelte Organigramme als graue Theorie scheitern, sorgt das physische Versetzen von Kollegen für die normative Kraft des Faktischen. Jeder Umzug, jeglicher Bürowechsel, alle Umbauten bewirken mehr für die Abläufe einer Organisation, als ihre Planer im stillen Kämmerlein sich auszumalen vermögen.

Das ahnt die Führung des ORF. Deshalb widersteht sie dem Wunsch des Wiener Bürgermeisters, den öffentlich-rechtlichen Koloss vom guten alten Königlberg ins schicke neue Medienquartier Sankt Marx zu verlagern. Unabhängigkeit benötigt Distanz. Umso fragwürdiger ist der Plan der Unternehmensdirektion, ihre bewährte Außenstelle für die Innenstadt, das traditionsreiche Funkhaus in der Argentinierstraße aufzulassen bzw. der renovierten Zentrale einzuverleiben.

Dem vordergründigen Pro-Argument, die Zukunftsfähigkeit des ORF gebiete ein gemeinsames News-Center, stehen tiefer gehende Kontrapositionen gegenüber. Es mag sein, dass

schon die Medienkonvergenz die alte Herberge samt ihrem Sender zur Wettbewerbsunfähigkeit eines Sauriers verdammt. Doch genau diese gilt es zu erhalten. Denn Ö1 ist der wichtigste öffentlich-rechtliche Restbestand jenes Rundfunks, dessen Existenzberechtigung sich davon ableitet, kein Geschäftsmodell sein zu müssen, sondern als nationales gesellschaftliches Instrument zu wirken.

Also ist das Beharren auf dem Funkhaus nicht nur ein oberflächlicher Kampf der Ö1-Belagschaft um ihren Schrebergarten, sondern ein grundsätzliches Tauziehen um das öffentlich-rechtliche Prinzip: In der Argentinierstraße residiert die letzte Manufaktur für den informativen Kitt des Gemeinwesens Österreich.

Kein ORF III, kein Landesstudio, kein Onlineangebot kommt der Bedeutung von Ö1 nahe. Ja, es ist ein Sender für Eliten, Multiplikatoren, Meinungsbildner. Aber: Nein, es ist kein Nischenprogramm. Mit sechs Prozent hat das angebliche Minderheitenradio immerhin halb so viel Marktanteil wie das vermeintliche Mas-

senfernsehen von ORF1 und mehr als der erfolgreichste Privat-TV-Sender RTL. Und ja, es ist mitunter ein seltsames Refugium auch für die absonderlichsten Umtriebe von Informations- und Kulturverständnis. Aber: Nein, es ist nicht überholt, Ö1 wirkt als des ORF engster Verwandter von Twitter.

Das alles weiß die Direktion auf dem Königlberg. Aber sie fürchtet die Unabhängigkeit des ersten Radioprogramms mehr als die privatsenderartige Verselbstständigung des nach Marktanteilen sechs Mal so starken Ö3, das aus Heiligenstadt auf den Öffi-Hügel wandern soll. Gut so. Die Einverleibung des ersten Radioprogramms allerdings hätte keine Schärfung des öffentlichen Auftrags zur Folge – sondern seine Anpassung an die mehrheitliche Unternehmensidentität.

Dann jedoch würden Ö1 und dadurch der gesamte ORF überflüssig.

Peter Plaikner ist Politikanalyst und Medienberater mit Standorten in Tirol, Wien und Kärnten.

MEDIA THEK

Peter Plaikner

