



Szene aus der Sat.1-Show „Luke! Die Woche und ich“

STEFEN WOLFF / SAT.1 / OBS

TV-Industrie

„Ein Schlag ins Gesicht der Kunden“

ProSiebenSat.1-Chef Thomas Ebeling verärgert Zuschauer, Werbeklienten und Mitarbeiter.

Im Senderkonzern ProSiebenSat.1 wächst der Groll gegen Vorstandschef Thomas Ebeling, 58. Nach dessen despektierlichen Aussagen über die eigenen Zuschauer herrsche „Fassunglosigkeit“ und „Entsetzen“, berichten Mitarbeiter und Führungskräfte. Der Aufsichtsrat müsse im Interesse des Unternehmens handeln und den Manager abberufen, heißt es im Konzern. Ebeling hatte in einer Telefonkonferenz mit Analysten gesagt, es gebe Menschen, „die ein bisschen fettleibig, ein bisschen arm“ seien, diese „Kernzielgruppe“ ändere sich nicht. Mit dieser Äußerung hatte Ebeling eigentlich die Frage beantwortet wollen, wie der TV-Konzern gegen Streamingdienste wie Netflix bestehen wolle. Die Aussage schade dem Werbegeschäft der Sendergruppe massiv, so ein Manager des Hauses.

Auch aus der Werbeindustrie kommt Kritik: „Wenn das die Antwort einer der größten privaten Sendergruppen auf die Netflix-Frage ist, muss man

sich wirklich Sorgen machen“, sagt Stephan Vogel, Kreativchef der globalen Werbeagentur Ogilvy & Mather in Europa und Präsident des ADC, des Berufsverbands der Werber. Ebelings Aussage sei daher „ein Schlag ins Gesicht der Kunden und in sein eigenes Gesicht“. Ebeling sagt, seine Äußerung sei „falsch verstanden worden“. Für wachsenden Ärger in dem Dax-Konzern sorgt zudem Ebelings Führungsstil. Der Ex-Pharmamanager mit Vorliebe fürs Boxen teile zunehmend aggressiv aus, beschimpfe Mitarbeiter als Versager. Von einer „Führerbunkermentalität“ ist im Haus gar die Rede: Ebeling lasse Rat und Kritik nicht mehr an sich heran. In diesem Jahr sind die Marktanteile gesunken, Anfang November musste ProSiebenSat.1 eine Gewinnwarnung abgeben. Da Ebeling angekündigt hat, 2019 aufzuhören, sucht Aufsichtsratschef Werner Brandt zwar offenbar einen Nachfolger. Er scheue sich aber, die Personalie rasch zu klären, heißt es intern. ih



Ebeling

FLORIAN PELJAK / PICTURE ALLIANCE / SZ PHOTO / DPA

Digitale Medizin Apps sparen Milliarden ein

Der Siegeszug digitaler Hilfsmittel zur Krankheitsbekämpfung und Vorsorge dürfte kaum aufzuhalten sein. Zu diesem Fazit kommt eine aktuelle Analyse der US-Marktforschungsfirma IQVIA Institute for Human Data Science. Zu den bereits existierenden

gut 318 500 Gesundheits-Apps in den einschlägigen Stores von Apple und Google kommen laut den Spezialisten täglich rund 200 neue Anwendungen hinzu, über die Hälfte der Softwareangebote greift dabei auf Sensordaten etwa von Smartwatches oder Mobiltelefonen zu. Die elektronischen Helfer, aber auch neuartige „digitale Biomarker“, etwa zur Alzheimer-Diagnose,

könnten bald sperrige Analysegeräte in Kliniken und Praxen ersetzen.

Auch der Aufwand für klinische Studien ließe sich durch die direkte Auswertung der mit den neuen Methoden gewonnenen Patientendaten deutlich verringern. Allein in der Diabetes-Prävention und Behandlung sowie bei Asthma-Kranken und in der Herz-Kreislauf- und Lungen-Rehabi-

litation ließen sich in den USA jährlich sieben Milliarden Dollar sparen, schätzen die Experten. Erweist sich die Software in anderen Bereichen als ähnlich wirksam, könnte die Entlastung sogar 46 Milliarden Dollar erreichen. Legt man die Studie zugrunde, wären demnach auch in Deutschland Einspareffekte im zweistelligen Milliardenbereich möglich. mum