



Dienstag, 21. November 2017, 13:41 Uhr
~4 Minuten Lesezeit

Dick und doof

Die blöden Dauersofasitzer entscheiden ganz allein, was im freien deutschen Fernsehen läuft. Aber sagen darf man das nicht. Jedenfalls nicht als CEO.

von Der gemeine Kreative
Foto: Majdanski/Shutterstock.com

Unerhört. Der circa dritteinflussreichste Deutsche überhaupt, Thomas Ebeling, CEO von Pro7Sat1, basht seine Kundschaft als „ein bisschen“ dick, arm und doof. Da springt der schreibende Gutmensch reflexartig auf die Barrikaden, verbittet sich solcherlei Sozialbashing und fordert am besten gleich den Rücktritt des Mannes von allen politischen Ämtern, was ja nur deshalb nichts wird, weil der gar keine Ämter hat. Nur eine ziemlich dicke Firma. Die er jetzt, wegen seiner skandalösen Aussage, vorzeitig verlässt.

Als gemeiner Kreativer fragt man sich allerdings erstens, von welcher Flachpfeife und wieso überhaupt diese launige Bemerkung aus einem internen Meeting rausgepetzt wurde, und zweitens, wieso Ebeling die öffentliche Darstellung korrigiert: Er habe nicht dick, arm und dumm gesagt, sondern „ein bisschen“ dick, arm und dumm. Ja. Toll. Aber das stimmt doch gar nicht. Ebelings Publikum ist überwiegend dick, arm und doof und sitzt permanent vor dem Gratisfernseh. Das ist kein Sozialbashing, sondern eine Feststellung, obendrein sind unter den dicken dummen Guckern garantiert auch gar nicht arme Zahnärzte. Dass ein CEO – intern – beim Namen nennt, welche Kundschaft in seinen Laden kommt, ist doch selbstverständlich. Auch McDonalds kommuniziert intern die schlichte Wahrheit, dass die eigene Kundschaft ein bisschen dick, arm und ein bisschen dumm ist (2 von 3 Punkten bekommen auch die Zahnärzte vor dem Tresen). Aber daraus lässt sich doch nicht ableiten, dass Ronald McDonald oder Thomas Ebeling ihr Publikum nicht mögen. Natürlich mögen die ihr Publikum. Und natürlich bieten sie diesem Publikum an, was es haben möchte. Dicke Billigburger und doofes Programm. Und da eben die meisten Zuseher dick und doof sind, ist eben auch das Programm dick und doof. Würden Ronald oder Thomas was anderes anbieten, wären sie nicht unbedingt selbst dick, aber doof. Und arbeitslos.

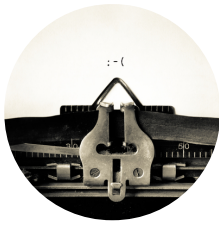
Natürlich bieten McDonalds und Pro7Sat1 kein vegetarisches Gericht für kluge, schlanke Freunde der Aufklärung und der wahren Demokratie an. Das ist allerdings weniger ein Problem für Ebeling oder Ronald, sondern eines für die klugen Schlanken – und für die Kreativen. Denn viele von denen möchten ja so gern, und zwar ehrlich, wir schwören (!), intelligentes Fernsehen schreiben und drehen. So: relevantes. So: Netflix. Aber das gibt's ja schon, und alle schlauen Schlanken haben da ein Abo, weil sie den Bockmist nicht aushalten, den Ronald und Thomas über den Tresen zu reichen gezwungen sind. Weil Ronald und Thomas Wirtschaftsunternehmen leiten. Weil Wirtschaftsunternehmen sich an den Wünschen der

Konsumenten orientieren.

Womit wir final beim eigentlichen Hasen im Pfefferburger wären, nämlich ARD und ZDF. Denn bei diesen Anstalten weiß jeder intern dasselbe wie bei P7S1: Unsere Zuschauer sind dick und doof. Sowie überwiegend alt. Darauf reagieren ARD und ZDF genauso wie die Privatwirtschaft, mit einem passenden Angebot, und sofern sie alles „richtig“ machen, gibt's am nächsten Morgen die beste Quote. Also meistens. (Es ist übrigens von Vorteil, dass das Staatsfernsehen nur einer Staatsagentur exklusiv erlaubt, diese Quoten zu ermitteln, aber das lassen wir an dieser Stelle unter den Tisch fallen). Ebenso wie Ebeling könnten also alle öffentlich-rechtlichen Intendanten konstatieren, dass ihre Zuschauer dick und doof sind, nur: Die öffentlich-rechtlichen Intendanten dürften darauf *nicht*, wie Ebeling, mit der Produktion von dicken doofen Bildburgern reagieren, sondern müssten ihrem Auftrag nachkommen, das Volk nicht noch dümmer und dicker zu machen, sondern möglichst schlauer. Und schlanker. (Unbeweglichkeit hat ja doppelt fiese Auswirkungen).

Und so bekommt Thomas Ebeling für sein „ein bisschen“ ein bisschen Abzug in der B-Note, aber für die klaren Worte einen kreativen Dank. Denn wenn jetzt ARD und ZDF einsehen, dass sie für die dicken Doofen gar nichts herstellen müssen, weil's das ja schon in rauen Mengen bei Ronald und Thomas gibt, kann ich endlich für ARD und ZDF relevante Serien machen und muss nicht mehr Burger wenden.

Und davon hätten wir doch alle was, von öffentlich-rechtlichem Fernsehen, das endlich tut, wofür wir es bezahlen. Am Ende sind wir dann alle so schlank und schlau und gerechterweise alle etwas weniger arm, dass sogar Ebeling sein Angebot ändern muss. Und vermutlich findet der das sogar noch *gut*, denn dem Vernehmen nach liebt der Mann intelligente Serien. Er darf sie nur bislang nicht herstellen, denn der Kunde ist nun mal der dicke, doofe König.



Der gemeine Kreative schreibt – unter verschiedenen Namen – Bestseller, Filme und Serien für Millionen – und beleuchtet in seinen Rubikon-Texten, weshalb Leute wie er weder ein Haus, noch ein gescheites Auto, geschweige denn ein Pferd oder eine Altersvorsorge haben. Das ist komisch, und zwar doppelt, erst recht aber erhellend und regelrecht nützlich – für all jene nämlich, die vom erfolgreichen Kreativsein im Reich der multimedialen Großkonzerne immer noch träumen – oder das Schreiben einfach nicht lassen können.

Dieses Werk ist unter einer **Creative Commons-Lizenz (Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International** (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>)) lizenziert. Unter Einhaltung der Lizenzbedingungen dürfen Sie es verbreiten und vervielfältigen.