

# Medien

## TV-Shows

### Doppel-Weihnacht mit Helene Fischer

Nach der Devise „Bist du ein Star, mach dich rar“ präsentierte Helene Fischer bislang nur eine TV-Show im Jahr – ausgestrahlt in bester Peter-Alexander-Tradition am ersten Weihnachtsfeiertag im ZDF. Weil Fischer beste Quoten beschert, versuchten die Mainzer in der Vergangenheit mehrfach, sie für noch mehr Einsätze zu gewinnen – ohne Erfolg. Und exklusiv an einen Sender binden wollte sich Deutschlands profitabelste Schlagerdiva schon gar nicht. Nun muss das ZDF auch noch damit leben, dass Fischer in diesem Jahr nicht nur in seinem Programm den Weihnachtsengel gibt, sondern voraussichtlich auch in der ARD, und das bereits um den ersten Advent herum. Geplant ist eine Show, in der sie deutsche und internationale Weihnachtslieder zum Besten gibt, begleitet von einem Orchester und den Wiener Sängerknaben. Das ZDF ist vom vorweihnachtlichen Einsatz bei der Konkurrenz wenig begeistert, lobt auf Anfrage aber ausdrücklich, dass Fischers Management den Sender von Beginn an über das Projekt informiert habe. Wer im deutschen Showgeschäft das Sagen hat, dürfte damit geklärt sein: nicht die milliardenschweren TV-Anstalten, sondern eine Schlagersängerin. akü, bra



## Onlinejournalismus „Beide Seiten profitieren“

Springer-Manager **Christoph Keese**, 50, über Facebooks neues Medienprojekt „Instant Articles“, bei dem auch SPIEGEL ONLINE mitmacht. Nutzer können Artikel damit künftig direkt bei Facebook lesen, ohne erst über einen Link auf Verlagsseiten gelenkt zu werden.

**SPIEGEL:** Springer gehört zu den schärfsten Kritikern von Google, mit Facebook arbeiten Sie nun zusammen. Warum bereitet Ihnen die Marktmacht von Google Sorge, Facebooks Aufstieg zu einem mächtigen Medienkonzern aber nicht?  
**Keese:** Wir haben wegen Facebook nicht mehr oder weniger Sorge als wegen Google. Aber

Facebook hat sich auf eine Lösung eingelassen, die unseren Vorstellungen entspricht. Wir messen unsere Geschäftspartner nicht an ihrer Marktmacht, sondern an ihrem Verhalten. Wir machen Geschäfte, wenn die Konditionen stimmen. Im Falle von Facebook ist das so, bei Google nicht.

**SPIEGEL:** Worin unterscheidet sich das Verhalten?

**Keese:** Konzerne wie Facebook und Apple sehen, dass eine gute Zusammenarbeit mit Verlagen und Inhalteproduzenten in ihrem eigenen

Interesse liegt, weil davon beide Seiten profitieren.

**SPIEGEL:** Von Google verlangen Sie über das Leistungsschutzrecht Geld für Verlagsinhalte in den Suchergebnissen. Facebook zahlt nichts dafür, dass es mit Artikeln der Verlage

Nutzer gewinnt. Wie passt das zusammen?

**Keese:** Das berührt das Leistungsschutzrecht gar nicht. Wir beliefern Facebook mit Inhalten, die wir selbst auswählen, die Hoheit liegt bei uns. Bei Facebook vermarkten wir unsere Anzeigen selbst und behalten alle Erlöse. Und wir verkaufen Abos. Google dagegen kopiert einfach von unseren Servern herunter und sagt: Wir nutzen eure Inhalte, und das Rinnsal an Traffic, das davon bei euch ankommt, dürft ihr zu Geld machen.

**SPIEGEL:** Google lenkt seine Nutzer immerhin auf die Seiten der Verlage. Facebook sagt ihnen: Ihr braucht nicht mehr auf Bild.de oder SPIEGEL ONLINE zu gehen, ihr könnt bei Facebook bleiben.

**Keese:** Das kann uns gleichzeitig sein, solange wir dort das Gleiche verdienen wie auf unserer eigenen Seite, idealerweise sogar mehr.

Facebook ist für uns eine Vertriebsplattform, vergleichbar mit dem Großhändler in der Printwelt.

**SPIEGEL:** Facebook wird so aber zu einem mächtigen Torwächter, mächtiger vielleicht als Google. Lieferten sich die Verlage damit aus?

**Keese:** Die Sorge ist berechtigt, und deshalb ist es ein Experiment: Wenn die vereinbarten Konditionen erfüllt werden, machen wir weiter, sonst steigen wir aus.

**SPIEGEL:** Auf Bild.de muss der Leser für ausgewählte Inhalte bezahlen. Bei Facebook müssen Sie das Geld allein über Werbung reinholen.

**Keese:** Nein. Wir haben mit Facebook schriftlich vereinbart, dass es so schnell wie möglich ein Bezahlssystem bei „Instant Articles“ gibt. Der Leser, der „Bild Plus“-Artikel auf Facebook lesen möchte, wird dafür künftig in gleichem Umfang bezahlen müssen wie auf Bild.de. ih



Keese