Inhaltsverzeichnis

Abkürzungen	I
Abbildungen	II
Tabellen	II
1. Einleitung	**1**
2. Produkt Fußball-Bundesliga	**3**
2.1. Gesellschaftliche und mediale Bedeutung	4
2.1.1. Telegenität	5
2.1.2. Fußballinteresse in Deutschland	6
2.1.3. Fußballberichterstattung im deutschen Fernsehen	7
2.1.3.1. Fußball – ein Quotengigant	11
2.2. Entwicklung der Übertragungsrechte der Fußball-Bundesliga	14
3. „ran“	**19**
3.1. Konzept	20
3.2. Die Strukturen der einzelnen Sendeformate	22
3.2.1. Struktur von „ranissimo“ (60 Min.-Format) 1993 / 1994	22
3.2.2. Struktur von „ran“ (75 Min.-Format) 2001 / 2002	23
3.3. Werbung	25
3.4. Rechtekosten	27
3.5. Kalkulation	28
3.6. Moderatoren	30
3.7. Studio	31
3.8. Merchandising	32
4. Wirkung „ran“ / Sat.1	**33**
4.1. Quoten und Marktanteile „ran“	34

5. Entwicklung „ran“ 1992 – 2001 **38**
5.1. Der Anfang vom Ende – „ran“ ab 2001 41
5.1.1. Leo Kirch und das Ende von „ran“ 44

6. Sat.1 ohne „ran“ **47**

7. Fazit **51**

8. Anhang **1**
8.1. Interviews 1
8.1.1. Interview Michael Lion 1
8.1.2. Interview Fritz Klein 12
8.1.3. Interview Werner E. Klatten 20
8.1.4. Interview Kurt Ludwig 27
8.2. Die Abläufe der einzelnen Sendungen 30
8.2.1. „ranissimo“ vom 06.06.1993 30
8.2.2. „ranissimo“ vom 08.05.1994 32
8.2.3. „ran“ vom 8.09.2001 34
8.2.4. „ran“ vom 15.09.2001 36
8.3. Quoten 39
8.3.1. Einschaltquoten von Sat.1 vom 31.03.1995 – 02.04.1995 39
8.3.2. Einschaltquoten zur Sendezeit von „ran“ und „ranissimo“ Vom 31.03.1995 – 02.04.1995 39

9. Quellenverzeichnis **41**
9.1. Bücher / Aufsätze 41
9.2. Hochschulschriften 42
9.3. Zeitschriften 42
9.4. Zeitungen 43
9.5. Internet 44
9.6. Sendereigenes Material Sat.1 46