



BACHELORARBEIT

Herr
Merlin Desselberger

**Die Auswirkungen des
Verlustes der UEFA Champions
League-Übertragungsrechte
auf die Sportberichterstattung
der ProSiebenSat.1 Gruppe**

2013

BACHELORARBEIT

**Die Auswirkungen des Verlustes der UEFA
Champions League-Übertragungsrechte auf
die Sportberichterstattung der
ProSiebenSat.1 Gruppe**

Autor:
Herr Merlin Desselberger

Studiengang:
Angewandte Medienwirtschaft

Seminargruppe:
AM10wJ1-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. Detlef Gwosc

Zweitprüfer:
Jörg Ellmann

Einreichung:
München, 31.12.2013

BACHELOR THESIS

**Consequences, the ProSieben-
Sat.1 Group had to face after
the loss of the UEFA champi-
ons league broadcasting rights**

author:
Mr. Merlin Desselberger

course of studies:
Applied Media Economics

seminar group:
AM10wJ1-B

first examiner:
Prof. Dr. Detlef Gwosc

second examiner:
Jörg Ellmann

submission:
Munich, 31.12.2013

Bibliografische Angaben:

Desselberger, Merlin:

Die Auswirkungen des Verlustes der UEFA Champions League-Übertragungsrechte auf die Sportberichterstattung der ProSiebenSat.1 Gruppe

2013 - 81 Seiten

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2013

Abstract

Der Verlust der UEFA Champions League-Übertragungsrechte, dessen Auswirkungen auf die Faktoren Ökonomie, Marktanteil und Image und die daraus resultierende Neuausrichtung der Sportberichterstattung in der Sendergruppe sind vor dem historischen Hintergrund der Marke 'ran' sowie der Bedeutung des Fußballs in den Medien Gegenstand dieser Arbeit.

Inhaltsverzeichnis

Abstract	IV
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
Tabellenverzeichnis	IX
1 Einleitung	1
2 Fußball als Mediensportart	3
2.1 Historie der Fußball-Berichterstattung im deutschen TV.....	3
2.2 Fußball als Flaggschiff der Sportberichterstattung.....	8
2.3 Finanzielle Aspekte der Fußball-Berichterstattung.....	11
2.4 Telegenität des Mediensports Fußball.....	16
3 Entwicklung und Historie der Marke 'ran'	18
3.1 ran von 1992 bis zum Verlust der Bundesliga Rechte 2003	18
3.2 Champions- und Europa League in den Jahren ohne ran 2003-2009	21
3.3 Rückkehr der Marke ran von 2009-2012	23
4 Auswirkungen des Verlustes der UEFA Champions League-Übertragungsrechte auf die Sportberichterstattung der ProSiebenSat.1 Sendergruppe	26
4.1 Die Europa League als letzte verliebene internationale Live-Fußball Lizenz.....	26
4.2 Auswirkungen auf Ökonomie, Image und Marktanteil.....	31
4.2.1 Auswirkungen auf die Ökonomie	31
4.2.2 Auswirkungen auf den Marktanteil	32
4.2.3 Auswirkungen auf das Image.....	33
4.3 Neuausrichtung der Sportberichterstattung.....	35
4.4 Refinanzierbarkeit der Sportlizenzen.....	41

5. Fazit.....	44
Literaturverzeichnis.....	X
Anlagen.....	XVII
Eigenständigkeitserklärung.....	XXXVI

Abkürzungsverzeichnis

ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
ATP	Association of Tennis Professionals
DFB	Deutscher Fußball Bund
DFL	Deutsche Fußball Liga
DM	Deutsche Mark
DSF	Deutsches Sportfernsehen
DTB	Deutscher Tennis Bund
EM	Europameisterschaft
ISPR	Internationale Sportrechteverwertungsgesellschaft
NFL	National Football League
RTL	Radio Television Luxembourg
UEFA	Union of European Football Associations
UFA	Universum Film AG
WM	Weltmeisterschaft
WTA	Women's Tennis Association
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:

Gesamtangebot Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1, Eurosport und Sport1 2002 bis 2012,
Sendungsdauer in %..... 10

Abbildung 2:

Entwicklung der Rechtekosten für die Übertragung der Fußball Bundesliga seit 1965
(eigene Darstellung) 12

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Saisonschnitt kabel eins.....	29
--	----

1. Einleitung

„Sport ist kein karitativer Zweck für die UEFA, das muss sich auch langfristig lohnen.“¹ sagte ProSiebenSat.1 Geschäftsführer Zeljko Karajica. Deswegen laufe die UEFA Champions League² jetzt beim ZDF und nicht mehr bei Sat.1.³ Geschätzte 54 Millionen Euro pro Jahr zahlt das ZDF für die Übertragungsrechte⁴ an der höchsten Europäischen Spielklasse und sicherte sich diese Rechte an der Königsklasse ab der Saison 2012/13 für drei Spielzeiten. Das Rechtepakete umfasst dabei 18 Live-Übertragungen.⁵ Ein aus öffentlichen Mitteln finanziertes Coup, der insbesondere den Privatsender Sat.1 schwer getroffen hat. Doch nicht nur auf die Sendergruppe hatte diese Entscheidung Einfluss, sondern auch auf die Marke 'ran', unter deren Namen seit jeher alle Sportformate gezeigt wurden und mit der Sat.1 ab 1992 die Bundesliga Berichterstattung prägte und revolutionierte.

Ein Verzicht auf Fußball kam für ProSiebenSat.1 jedoch nicht in Frage. Stattdessen sicherte man sich die Rechte an der Europa League für weitere drei Jahre bis 2015. Immerhin ist der Sender seit 1992 nie komplett fußballfrei geblieben und das sollte auch so bleiben. Man wolle sich trotz des Verlustes der Champions League um andere Spitzenfußballrechte bemühen.⁶ Mit dem Champions League-Finale 2012, FC Bayern München gegen Chelsea London, verabschiedete man sich gebührend von der großen Fußballbühne. Dennoch bleibt ein fader Beigeschmack zurück. Denn der Europa League haftet weiterhin das Image des Pokals der Verlierer an. Dieses Bild spiegelte sich auch häufig in den schwachen Einschaltquoten wieder. Wenn sich deutsche Vertreter in Qualifikationsrunden mit eher unbekanntem Clubs messen müssen, um die eigentliche Gruppenphase zu erreichen, bewegen sich die Quoten meist nur um den Senderschnitt oder darunter. Zur Saison 2012/13 reagierte die Sendergruppe, überließ kabel eins die komplette Übertragung der Europa League und reduzierte die Anzahl der Live-Übertragungen.

Nachdem klar wurde, dass die Champions League an das ZDF gehen würde, erweiterte die Sendergruppe die Palette der Sportlizenzen und schloss beispielsweise einen Zehn-Jahresvertrag mit dem DTB ab. Seitdem werden ausgewählte Spiele des Fed Cups, Davis Cup und einzelne Spiele der WTA und ATP Turniere übertragen.

1 Zeljko Karajica in 'ProSiebenSat.1 will mehr Sport zeigen', wuv.de

2 Im Folgenden nur als „Champions League“ bezeichnet.

3 Ebd.

4 Im Folgenden nur als „Rechte“ bezeichnet.

5 Vgl. 'ZDF sichert sich ...', haz.de

6 Vgl. 'Sat.1 prüft Klage...', n24.de

Dennoch ist und bleibt der Fußball das Kerngeschäft und das Hauptaugenmerk der Marke 'ran'. So werden neben der Europa League auch das 'ran'-Jahrhundertspiel, die U21-EM und Benefiz-Spiele wie das der Nowitzki All-Stars gegen Manuel Neuer and Friends übertragen.

Der Verlust der Champions League und die damit verbundenen Folgen sind Anstoß und Ausgangspunkt für diese Arbeit, um genauer zu beleuchten, wie sich der Verlust der Königsklasse auf die Sportberichterstattung in der Sendergruppe auswirkt, vor allem, welche Rolle andere Sportarten neben der Europa League als letztes internationales Fußballsportrecht für die Marke 'ran' und nicht zuletzt die gesamte ProSiebenSat.1 Sendergruppe spielen. Insbesondere die Bedeutung des Fußballs, als des Deutschen liebster Sport, soll dabei hervorgehoben und unter verschiedenen Aspekten analysiert werden. Vor allem die Faktoren Ökonomie, Image und Marktanteil spielen dabei eine entscheidende Rolle. Aber auch die damit verbundene Neuausrichtung der Sportberichterstattung und die Frage der Refinanzierbarkeit von Sportrechten sind Gegenstand dieser, mit Hilfe der analytischen Methode, verfassten Arbeit.

Aufgrund der Aktualität dieser Arbeit gestaltete sich die Literaturrecherche als nicht ganz unproblematisch, da sich viele Werke zwar mit der Bedeutung und dem Thema Fußball und Sport in den Medien befassen, ihnen allen jedoch naturgemäß ein Mangel an Aktualität gemein ist. Ein analytischer Rückblick auf die näheren Geschehnisse war daher vor allem in Online-Quellen zu finden. Zumindest für den ersten Teil dieser Arbeit waren Josef Hackforts sowie Götz Tillman Großhans Ausführungen zum Sport bzw. dem Fußball im Fernsehen von Nutzen.

Dieser Arbeit geht bereits eine Abschlussarbeit voran, welche sich mit der Bedeutung der Fußballberichterstattung für Sat.1 beschäftigt, sich allerdings mehr auf die Champions League fokussiert und die Europa League bzw. andere Sportarten in der Sendergruppe nur am Rande streift. Für den historischen Aspekt der Marke 'ran' war eine an der Hochschule Mittweida von Christine Freitag verfasste Arbeit, welche sich mit der analytischen Aufbereitung der ehemaligen Bundesligasendung „ran“/Sat.1 beschäftigt, von Nutzen sowie eine selbstständige Publikation von Mirko Berger, der vor allem die Historie der Bundesliga Berichterstattung im deutschen Fernsehen untersucht.

Des Weiteren ist mir ein Interview mit Timm Kraeft eine große Hilfe gewesen, welcher bereits seit 2011 bei 'ran' als Redakteur arbeitet und den Verlust der Champions League und die Neuausrichtung der Sportberichterstattung quasi hautnah miterlebte.

Damit sich der Sport, wie es Zeljko Karajica beschrieb, auch langfristig lohnt hat die gesamte Sendegruppe einen Strategiewechsel vollzogen, der im Folgenden dargestellt und analysiert wird.

2. Fußball als Mediensportart

„Der Sport war nicht der schlechteste Wegbereiter des Fernsehens.“⁷ Der Sport, dessen Beliebtheit und seine Telegenität haben in vielerlei Hinsicht auf das Fernsehen, wie wir es heute kennen, Einfluss genommen, sowohl in technischer, als auch in programmgestalterischer Hinsicht. Im Folgenden soll jedoch König Fußball herausgehoben werden, da dieser in Deutschland und der hiesigen Fernsehlandschaft eine einzigartige Vormachtstellung innehat.

2.1 Historie der Fußballberichterstattung im deutschen Fernsehen

Die in Deutschland medial wohl dominanteste Sportart feierte am 26. November 1939 beim Spiel Deutschland gegen Italien seine Premiere in den deutschen Fernsehstuben⁸. Die Rede ist vom Fußball, der vor mehr als 74 Jahren seinen Triumphzug in der deutschen Fernsehlandschaft antrat. Bereits die Premiere stand mit einem 5:2 Erfolg der deutschen Mannschaft unter einem guten Stern, sodass weitere Fußball-Übertragungen folgten. Insbesondere Spiele der Nationalmannschaft und die Endrundenspiele um die deutsche Meisterschaft fanden großen Anklang und konnten sich als Programmschwerpunkt etablieren.⁹

Auch wenn das Fernsehen aus rein technischer Sicht noch in den Kinderschuhen steckte, so war der Sport bis dahin eine der wichtigsten Wegbereiter für das aktuelle Fernsehen in seiner technischen Entwicklung.¹⁰

„Noch am 18. Juni 1944, also kurz vor Einstellung des Fernsehbetriebes, fand eine Live-Übertragung des Endspiels um die Meisterschaft statt. [...] Wirklich bis zum Schluss war der Sport eine der größten Zugkräfte für das aktuelle Fernsehen in seiner technischen Entwicklung.“¹¹

Nach Beendigung des Zweiten Weltkrieges und der Auflösung aller deutschen Fußballvereine durch die Alliierten dauerte es zunächst einige Zeit, wieder einen organisierten Spielbetrieb herzustellen. Gut acht Jahre nach der letzten Fußballübertragung kam es dann im August und Dezember 1952 zu den ersten Live-Übertragungen der Nachkriegszeit durch den NWDR.

⁷ Hackfort, Josef: 'Sport im Fernsehen', 1975, S. 36

⁸ Vgl. Großhans, Götz Tillmann: 'Fußball im deutschen Fernsehen', 1997, S. 36

⁹ Ebd.

¹⁰ Vgl. Großhans: 'Fußball im...', 1997, S. 36

¹¹ Ebd.

Wenn auch ein wenig holprig, konnte der NWDR bis 1953 nur drei separate Programme – nämlich für Berlin, Hamburg und Köln – senden, was Fußball wieder zu einem festen Programmbestandteil machte und sich auch in der Bevölkerung größter Beliebtheit erfreute.¹²

Auch wenn Fußball bzw. Sport im Allgemeinen anfangs noch eine „*Rand- und Kümmerexistenz*“¹³ führte und dem Sport in den Augen der ARD eher noch der „*Ruch des Trivialen*“¹⁴ anhaftete, schaffte es dieser dennoch, sich als fester Programmbestandteil zu etablieren.

Der unter damaligen Maßstäben absolute Höhepunkt wurde bei der Fußball-Weltmeisterschaft 1954 in der Schweiz erreicht, als insgesamt ca. 90 Millionen Menschen an vier Millionen Empfangsgeräten die Spiele verfolgten. In Folge dessen nahm auch der Absatz von Fernsehgeräten um bis zu 200 Prozent zu.¹⁵

Fußball hielt nun, wenn auch langsam, Einzug in das deutsche Wohnzimmer und wurde nicht mehr nur in Gaststätten oder Fernsehstuben geschaut. Während es 1954 noch 27 000 Empfangsgeräte in deutschen Haushalten waren, so hatte sich die Zahl in nur zwei Jahren auf rund 284 000 Geräte gesteigert und damit verzehnfacht¹⁶. Auch wenn man Fußball bzw. Sportübertragungen im Allgemeinen nicht als alleinigen Initiator bezeichnen kann, so hat er dem Massenmedium Fernsehen bis dahin entscheidende Impulse gegeben: „*Jetzt hat das Fernsehen wirklich begonnen.*“¹⁷

Von den Erfolgen beflügelt und der Nachfrage entsprechend begann die ARD, erste Sendungen zu produzieren, die unter heutigen Gesichtspunkten als Vorläufer zur „Sportschau“ gezählt werden können. Erste Magazin-Sendungen wie „Der Sport vom Wochenende“ 1954, „Die bunte Sportschau“ 1955 oder auch „Der Sport am Sonntag“ 1956 betraten auf dem Gebiet der Beitragserstellung aus verschiedenen Bundesländern sowie der Konferenzschaltungen Neuland.¹⁸

„Zwar fehlte diesen ersten Sendungen noch das publizistisch-programmliche Konzept, die Möglichkeit in einer Sendung sowohl Live-Übertragungen, Nachrichten, Berichte und Interviews zu senden war noch nicht erkannt oder diskutiert worden, trotz dieser Einschränkungen begann sich in jenen Sendungen eine neue publizistische Form der Sportberichterstattung zu entwickeln.“¹⁹

¹² Vgl. Großhans: 'Fußball im ...', 1997, S. 37ff.

¹³ Ebd. S.38

¹⁴ Ebd.

¹⁵ Vgl. Hackfort, Josef: 'Sport im Fernsehen', 1975, S. 211

¹⁶ Vgl. Großhans: 'Fußball im ...', 1997, S. 39, Abb. 2

¹⁷ Hackfort: 'Sport im ...', 1975, S. 211

¹⁸ Vgl. Großhans: 'Fußball im...', 1997, S. 40

¹⁹ Ebd. S. 41

1958 kam es dann zum Eklat, als dem Fernsehen bzw. der ARD mit seinen vielen Live-Übertragungen die Schuld am Zuschauerrückgang in den Stadien gegeben wurde. Infolge dessen schlossen DFB und ARD ein Abkommen, welches vorsah, dass zukünftig nur noch zwei Spiele pro Monat live ausgestrahlt werden dürfen (Europapokal- und Länderspiele inklusive).

Ähnliche Ängste hatten die Veranstalter der WM in Schweden 1958, die erst nach gutem Kartenvorverkauf überhaupt Live-Übertragungen zuließen. Letztendlich wurden zehn Spiele live übertragen. Die ARD zahlte damals anteilig 160 000 DM für die Übertragungsrechte. Ob oder inwiefern das Fernsehen überhaupt Schuld am Zuschauerrückgang in den Stadien hatte, wurde nie richtig untersucht und konnte nicht wirklich bewiesen werden.²⁰

Nachdem der Fußball und der Sport im Fernsehen einen immer größeren Stellenwert einnahmen, stieg die Zahl der Empfangsgeräte 1960 auf fast 3,4 Millionen. Dennoch gingen die Live-Übertragungen nach dem Abkommen zwischen DFB und ARD stark zurück, trotz dessen, dass der Zuschauer nach wie vor nach Sport verlangte. Deshalb begann die ARD am 11. Juli 1961 die regelmäßige Ausstrahlung der Magazin Sendung „Die Sportschau“.²¹

„ ‚Die Sportschau‘, ausgestrahlt vom WDR, war die erste periodische, kontinuierliche und universelle Sportsendung für die gesamte ARD; sie stellt den ‚Prototyp‘ einer Magazinsendung im sportlichen Bereich dar. Durch diese publizistische Innovation wurde praktisch jedes interessante und aktuelle Sportereignis jedweder Sportart gesendet.“²²

Das Jahr 1963 wartete dann mit drei Neuerungen auf, welche die Sport- und insbesondere auch die Fußball-Berichterstattung wohl entscheidend beeinflussten. Zum einen wurde das ZDF gegründet, das mit dem „aktuellen Sportstudio“ ein Pendant zur Sportschau lieferte und mit einer bis dahin völlig neuartigen Art der Präsentation aufwartete.

Mit Moderator, Studiopublikum, Spiel- und Showelementen betrat dieses Format erfolgreich einen völlig neuen Weg der Sportberichterstattung.²³

Aus rein technischer Sicht ist das Instant Replay, also die Wiederholung in Zeitlupe, eines der wohl bedeutendsten Entwicklungen, welche für die Sportberichterstattung absolut revolutionär war. Auch wenn sie ihre Premiere nicht im Sport, sondern bei der Ermordung des mutmaßlichen Kennedy Attentäters Lee Harvey Oswald durch Jack Ruby gab, so war es doch das Sportfernsehen, welches die neuen Möglichkeiten erkannte, sich diese zu Nutze machte und die neue Technik in der Fernsehlandschaft etablier-

20 Ebd.

21 Ebd. S. 42

22 Hackfort: 'Sport im ...', 1975, S. 64f.

23 Vgl. Großhans: 'Fußball im...', 1997, S. 26

te.²⁴ Und zu guter Letzt nahm die Fußball-Bundesliga am 24. August 1963 ihren Spielbetrieb auf, der jedoch von den beiden großen Sendeanstalten ZDF und ARD mehr oder weniger verpasst wurde, da es mit dem DFB ein zähes Ringen um die Übertragungsrechte gab. Erst Mitte September bzw. Ende Oktober des selben Jahres liefen erste Zusammenfassungen über den Spieltag der Fußball-Bundesliga.²⁵

ARD und ZDF machten sich allerdings auf dem Gebiet der Fußball-Berichterstattung Konkurrenz und so wurden 1964 die Spiele des Europacups - Lyon gegen den Hamburger SV - sowie das Freundschaftsspiel der deutschen Nationalmannschaft gegen Schottland auf beiden Sendern live übertragen. Zu einer Beilegung des Streites kam es erst 1965, als die beiden Fernsehanstalten mit dem DFB um die Übertragungsrechte der Bundesliga verhandelten. In Folge dessen berichtete die ARD ab 18 Uhr mit der Sportschau und ab 22 Uhr das ZDF mit dem aktuellen Sportstudio über den Spieltag der Fußball-Bundesliga. Durch die unterschiedliche Präsentation der beiden Formate konnte der Zuschauer also wählen, welche Art der Berichterstattung er möchte und daran sollte sich auch die nächsten 20 Jahre nichts ändern.²⁶

Bis zum Jahre 1984 sind die beiden öffentlich-rechtlichen Sender quasi konkurrenzlos auf dem deutschen Fernsehmarkt gewesen und hatten ein Monopol auf die Bundesliga-Übertragungsrechte. Doch das sollte sich bald ändern. Denn im dritten Rundfunkurteil von 1981 wurde die Legitimität der privat-kommerziellen Sender anerkannt und später im Rundfunkstaatsvertrag von 1987 konkretisiert und fest gemacht.²⁷

„Zunächst regelten Übergangsgesetze die Konditionen für einen privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk, ab April 1987 der Rundfunkstaatsvertrag. (...) Ziel ist die Erfüllung und Aufrechterhaltung des freien Meinungsbildungsprozesses des Rundfunks. An den kommerziellen Rundfunk wurden Auflagen gemacht, einen Grundstandard zu halten.“²⁸

Am 1. April 1984 fiel dann der Startschuss für Sat.1. Bis dahin noch von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf Grund der technischen Reichweite unterschätzt, sollte sich dieses Bild schon sehr bald ändern.²⁹ Denn das Privatfernsehen erkannte den Stellenwert des Sports von Beginn an und erklärte ihn als das Schlachtfeld, auf dem die Zuschauer zu gewinnen seien.³⁰

24 Ebd.

25 Ebd.

26 Ebd. S. 48.

27 Vgl. Wulf, Christoph: 'Die Fußball-Bundesliga im öffentlich rechtlichen und privaten Fernsehen', 2004, S. 32

28 Buß, Christian: 'Entstehung und Entwicklung des Senders Sat.1 von 1984 bis 1994', 1997, S. 81

29 Ebd.

30 Vgl. Großhans: 'Fußball im...!', 1997, S. 65

Den Anfang machte 1988 RTL mit dem Format „Anpfiff“. Der Kölner Sender sicherte sich die Erstverwertungsrechte für die Bundesliga Saison 1988/89 bis 1990/91. Allerdings zeichnete sich früh ab, dass die immensen Rechtekosten nicht refinanziert werden konnten und auch nicht jeder Haushalt über einen Kabel oder Satellitenanschluss verfügte. Aufgrund der geringen Quoten konnten die Werbeplätze auch nicht zum erhofften Preis verkauft werden. Zudem durfte die Sportschau aufgrund der Rechtesituation weiterhin bewegtes Bildmaterial aus der Bundesliga zeigen. Der große Wurf gelang allerdings erst der Kirch Agentur ISPR. Sie sicherte sich die Rechte an fünf Spielzeiten und übergab diese direkt an den firmeninternen Sender Sat.1. Dieser konnte dank des 700 Millionen DM schweren Rechtepaktes alle Spiele der Fußball-Bundesliga zeigen und vereinte in dem neuen und innovativen Format 'ran' alle erfolgreichen Eigenschaften seiner Vorgängerformate von RTL sowie den Öffentlich-Rechtlichen und kreierte einen neuen Stil der Fußballberichterstattung.³¹ Dieser sollte die Fußballberichterstattung bis heute maßgeblich prägen. Steife Spielberichte und bloßes informieren wich dem peppigen Stil, der Fußball und vor allem seine Protagonisten völlig neu darstellte. Damals neue Gesichter wie Welke, Wontorra oder auch Kerner gehören heute zu etablierten Größen des Sportjournalismus.³² Mit der Kirchpleite im Jahr 2003 musste der Privatsender dann einen herben Rückschlag hinnehmen und die Bundesliga-Übertragungsrechte wieder an die ARD abgeben. Lediglich die Rechte an der UEFA Champions League konnte man noch bis 2006 halten. Seit diesem Verlust liegen die Rechte für die Ausstrahlung der Bundesliga bei der ARD, dem ZDF und dem Pay-TV-Sender Sky.

Letzterer kaufte 2009 Premiere auf und benannte das Unternehmen in „Sky Deutschland“ um. Parallel zu den Öffentlich-Rechtlichen sowie dem Privatfernsehen entwickelte sich das Pay-TV, das nochmals Einfluss auf die heutige Fußball-Berichterstattung genommen hat. Den Anfang machte der eben genannte Sender Premiere zur Saison 1990/91, als er verschlüsselt das Spiel der Woche übertrug, ab der Saison 2000/01 sogar alle Spiele der Bundesliga live und auf verschiedenen Sendern. Mit Premiere hatte der Zuschauer auch zum ersten Mal die Möglichkeit, durch die Konferenzschaltung alle 306 Bundesliga-Spiele live zu verfolgen. Doch wie der Name Pay-TV es bereits vermuten lässt, muss der Zuschauer erstmals für den Empfang bzw. den Konsum solcher Exklusivität bezahlen, da es nicht, wie die Sportschau, frei empfangbar ist. Der Zuschauer kann heute auswählen, ob er eines der Sky Sportpakete wählt und somit bereit ist, Geld zu bezahlen für das höchste Maß an Exklusivität, welches die Live-Übertragung aller Spiele auf nationaler wie internationaler Bühne bietet. Die andere Option wäre, sich die Zusammenfassungen der Spiele am Abend in der Sportschau oder

³¹ Ebd., S. 66ff.

³² Vgl. Berger, Mirko: 'Die Entwicklung der Bundesliga-Fußballberichterstattung im deutschen Fernsehen', 2008, S. 87ff.

einen Tag später auf einem der Spartensender wie beispielsweise „Sport.1“ anzuschauen. Mittlerweile ist das Feld der Lizenzen für Fußballübertragungen bzw. deren Verwertung derart komplex geworden, dass jeder der großen Sender irgendeine große Fußball-Lizenz innehat, egal ob national oder international. Mit der Entstehung des dualen Rundfunksystems ist ein wahrer Kampf um den Quoten- und Image-Bringer Fußball entstanden. Ein Kampf, der die Rechtekosten in ungeahnte Höhen trieb und den Sport und seine Akteure versucht, so gut es nur irgendwie möglich ist, abzubilden und davon maximal zu profitieren.

Resümierend lässt sich feststellen, dass sich Fernsehen und Fußball insbesondere durch die Entwicklung des dualen Rundfunksystems und des Pay-TV sowohl im technischen Bereich als auch in der Art und Weise der Berichterstattung gegenseitig beeinflusst haben.

2.2 Fußball als Flaggschiff der Sportberichterstattung

„Fußball ist die Premium-Marke, darüber brauchen wir gar nicht zu diskutieren, die Einschaltquoten sind gigantisch, in der Wertschöpfungskette kumuliert, unschlagbar, wir sind der absolute Hit, Volkssport Nummer 1.“³³

Sport im Fernsehen hat sich von Beginn an als fester Programmbestandteil in den einzelnen Sendeanstalten etabliert. Insbesondere König Fußball genießt hierzulande eine wohl einzigartige Stellung. Mittlerweile hat jede der großen Sendeanstalten auf nationaler oder internationaler Ebene ein Fußballrecht inne. Sogar RTL hat sich die Qualifikationsspiele der deutschen Nationalmannschaft für die EM 2016 und die WM 2018 gesichert. Somit halten die öffentlich-rechtlichen Sender die Rechte an der Bundesliga, an den Qualifikationsspielen der Nationalmannschaft sowie der Champions League, RTL wie eben genannt die Qualifikationsspiele ab 2016 und Kabel eins als Teil der Pro Sieben Sat.1 TV Deutschland die Europa League. Sky hat wie schon sein Vorgänger Premiere die gesamte Palette der Live Fußballberichterstattung zu bieten, von den nationalen Top-Ligen über internationale Wettbewerbe der Vereins- sowie Nationalmannschaften und mit Sky Sport News HD einen eigens geschaffenen Sportnachrichtensender, der zum Großteil Nachrichten aus der Welt des Fußballs präsentiert. Mit Sport1 gibt es sogar einen sogenannten Sparten-Sender, dessen Programm sich nahezu komplett aus Berichten und Live-Übertragungen aus der Welt der Fußball-Bundesliga und der zweiten Bundesliga zusammensetzt und mit dem „Doppelpass“ ein zweistündiges Talkformat einmal pro Woche ausstrahlt.

³³ Rainer Calmund in Kühnert, Daniela: 'Sportfernsehen und Fernsehsport', 2004, S. 22

Unter den Top 20 der quotenstärksten Sendungen 2012 befinden sich ausnahmslos nur Fußball-Übertragungen³⁴. Auch eine Statistik der renommierten Sport und Markt AG aus dem Jahr 2012, bei der 1 012 Sportinteressierte TV-Zuschauer zwischen 14-65 Jahren teilnahmen, ergab, dass Fußball unangefochten und mit weitem Abstand auf Platz eins der beliebtesten TV-Sportarten rangiert.³⁵

Besonders die Spiele der deutschen Nationalmannschaft erfreuten sich größter Beliebtheit, was sich auch in Quoten zwischen 44 und rund 77 Prozent eindrucksvoll widerspiegelte. Umso weniger überraschend ist, dass die erfolgreichste Sendung der letzten 20 Jahre das Halbfinalspiel der Fußball-WM 2010 (Deutschland - Spanien) am 07. Juli 2010 mit einer Sehbeteiligung von 31,10 Millionen Zuschauern ab drei Jahren und einem Marktanteil von 83,0 Prozent gewesen ist.³⁶

Dazu kommt, dass Fußball nahezu regelmäßig und ganzjährig übertragen wird. Alle zwei Jahre stehen Europa- oder Weltmeisterschaften an und selbst im Winter wird weiter über den Volkssport Nummer eins berichtet. Zweifelsohne muss stets berücksichtigt werden, dass derart große Sportveranstaltungen wie EM oder WM in der Wahrnehmung und den Einschaltquoten immer herausgestellt werden müssen, da sie einen erhöhten Nationalbezug bei den Zuschauern wecken. Auch das erste Halbjahr dieses Jahres wurde von Fußball-Übertragungen angeführt. Das diesjährige Finale der UEFA Champions League zwischen den beiden deutschen Top-Mannschaften Borussia Dortmund und dem FC Bayern München kam dem EM-Endspiel mit 30,11 Millionen Zuschauern wieder sehr nahe.³⁷ Allerdings lässt sich in den letzten Jahren feststellen, dass der Fußball an Sendeanteilen verliert. Im Gegensatz zu 2002, als der Anteil des Fußballs am Gesamtangebot noch bei rund 25 Prozent lag, liegt er heute bei lediglich 16 Prozent. Dennoch ist Fußball mit den oben genannten Quoten und einer hohen Medienpräsenz unangefochten. Bei dem Privatsender Sat.1 belief sich der Sport-Programmanteil des Fußballs im Zeitraum von 2002-2012 auf Werte über 70 Prozent³⁸. Selbst nach dem Verlust der Bundesliga-Rechte bildeten die Champions League sowie die Europa League einen festen Bestandteil im Programmangebot. Ein Grund für ein geringer werdendes Programmvolumen ist der steigende Programmanteil von Tennis auf fast 16 Prozent.

34 s. Anlage 2.8

35 Vgl. 'Umfrage zu den beliebtesten Sportarten...', statista.com.

36 s. Anlage 2.8

37 edb.

38 Vgl. Rühle, Angela, 'Sportprofile im deutschen Fernsehen von 2002-2012', in Mediaperspektiven 09/2013, S. 437

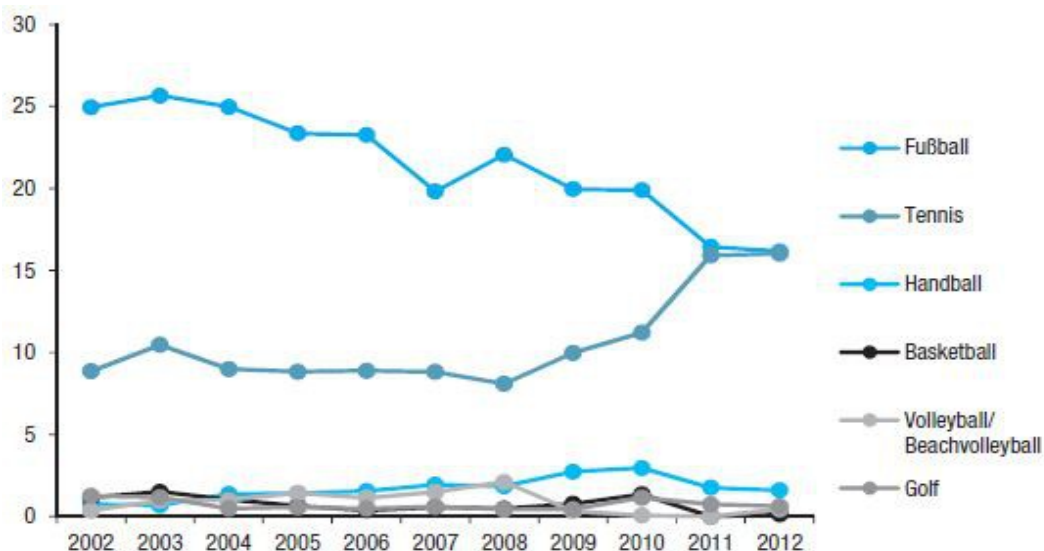


Abb. 1 Gesamtangebot Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1, Eurosport und Sport1* 2002 bis 2012
Sendungsdauer in %³⁹

„Auf Tennis wurde damit im Gesamtangebot fast ebenso viel Sendezeit wie auf Fußball verwendet. Verantwortlich für diese Entwicklung ist vor allem die Programmausrichtung von Eurosport, dessen Programmvolumen einen Großteil des gesamten Sportangebots im deutschen Fernsehen ausmacht.“⁴⁰

Ballsportarten im Allgemeinen, zu denen auch Fußball und Tennis gehören, machten in der deutschen Sendelandschaft stets um die 40 Prozent des gesamten Sportangebotes aus. Dabei entfielen in den letzten zehn Jahren allein auf Tennis und Fußball zusammen nie weniger als 30 Prozent. Andere Ballsportarten wie Basketball, Handball oder Volleyball kamen nie über die fünf Prozent hinaus. Im Jahr 2002 wurden allein rund 3 155 Stunden nur für die Fußball-Berichterstattung verwendet. Im letzten Jahr waren es noch rund 1 720 Stunden⁴¹. Abgeschlagen folgt dann bereits der Wintersport, der zwischen 2002 und 2012 zwischen zehn bzw. 20 Prozent des gesamten Sportangebotes schwankt und vorrangig von ARD und ZDF übertragen wird. Einen Rückgang um rund neun Prozent musste der Motorsport hinnehmen, der 2002 mit 15,3 Prozent nach Fußball den größten Anteil am gesamten Sportangebot inne hatte. Weiterhin ist zu beobachten, dass in den letzten drei Jahren die Sendungsdauer von Übertragungen gegenüber den Dokumentationen bzw. Reportagen stark zugenommen und 2012 mit fast 60 Prozent prozentual den größten Sendeanteil eingenommen hat.⁴²

39 Ebd., S. 427

40 Ebd., S. 427

41 Ebd., S. 425

42 Ebd., S. 426

„Über alle Sender hinweg orientiert sich die Berichterstattung über Sport an dem ereignisgeprägten Charakter des Genres.“⁴³ Warum sich diese Entwicklung zu Gunsten der Übertragungen verschoben hat und inwiefern sich dabei Zuschauer und das Fernsehen gegenseitig beeinflussen, wird in keiner Literatur diskutiert oder eindeutig belegt. Ein möglicher Grund könnte das gute Abschneiden deutscher Athleten bzw. Mannschaften sein. Insbesondere im Frauen-Tennis konnten in der Vergangenheit wieder Erfolge gefeiert werden. Auch wenn kein großes Turnier gewonnen werden konnte, so schaffte es doch oftmals wenigstens eine Athletin in die K.O.-Runde oder sogar, wie Sabine Lisicki, in das Finale. Im Fußball prägte der FC Bayern mit drei Finalteilnahmen in den letzten vier Jahren das Bild des deutschen Fußballs in Europa. Gerade in der letzten Saison wussten die Bayern und auch Borussia Dortmund zu begeistern und lieferten national und international ein wahres Spektakel ab. Nicht zu vergessen ist die deutsche Nationalmannschaft, die sich spätestens nach 2006 kontinuierlich steigerte und attraktiven Fußball zu bieten hat. Ein Grund für die Verschiebung könnte also das gute Abschneiden deutscher Protagonisten sein und der Fakt, dass seit der WM 2006 das so genannte „Public Viewing“ in Deutschland immer beliebter wurde, um den Event-Charakter eines Live-Spiels zumindest ein wenig miterleben zu können.

Abschließend lässt sich festhalten, dass insbesondere der Fußball für die Medien von immenser Bedeutung ist. Durch seine anhaltend hohe Beliebtheit sorgt er nicht selten für überdurchschnittliche Reichweiten. Zudem ist es für den übertragenden Sender immer ein Imagegewinn und trägt somit indirekt zur Zuschauerbindung bei.

2.3 Finanzielle Aspekte der Fußball-Berichterstattung

Ein Übertragungsrecht ist die Erlaubnis des Veranstalters gegenüber demjenigen, welcher die Rechte erworben hat, diese zu übertragen bzw. gewerblich zu nutzen.⁴⁴ Der Fußball und insbesondere die Fußball-Bundesliga ist mit konstant hohen Zuschauerzahlen in den Stadien und vor den Bildschirmen eine der attraktivsten Werbeflächen auf dem Fernseh-Markt. In der abgelaufenen Saison 2012/13 kamen im Schnitt rund 42 000 Zuschauer zu einem Bundesligaspiel, was in Europa einsame Spitze bedeutet.⁴⁵ In den 1950er Jahren wurde das Fernsehen dafür verantwortlich gemacht, am Zuschauerrückgang in den Stadien schuld zu sein. Damals waren die Eintrittsgelder noch die Haupt-Einnahmequelle der Vereine und die Angst, die Etats nicht mehr decken zu können, war groß. Die Chancen, die das neue Medium mit sich brachte, waren noch nicht erkannt.

43 Ebd. S. 424

44 Vgl. Berger: 'Die Entwicklung...', 2008, S. 55

45 Vgl. Bundesliga.de, 2012, S. 8

Im Laufe der Jahre wurde den Vereinen allerdings das Potential bewusst, welches im Fernsehen steckte, und verstanden, seine durch technische Fortschritte immer größer werdende Reichweite und die damit größer werdende Zahl der Rezipienten zu nutzen. Infolge dessen stiegen die Rechte-Kosten für Fußball-Übertragungen stetig an. Bald gab es aber nicht mehr nur die Symbiose zwischen Fußball und Fernsehen. Der dritte Faktor wurde die werbetreibende Industrie, die sich der großen Popularität des Sports bediente und den Vereinen völlig neue Möglichkeiten bot, sich zu vermarkten und zu präsentieren. Nicht zuletzt profitierte das Fernsehen von der steigenden Anfrage der Unternehmen, ihre Werbung in Werbepausen und Sendungen zu platzieren, um so den Bekanntheitsgrad und die Bindung zum Zuschauer zu erhöhen. Am Beispiel der Fußball-Bundesliga lässt sich erahnen, welchen Stellenwert der Fußball insbesondere für den Fernsehmarkt in Deutschland einnimmt.

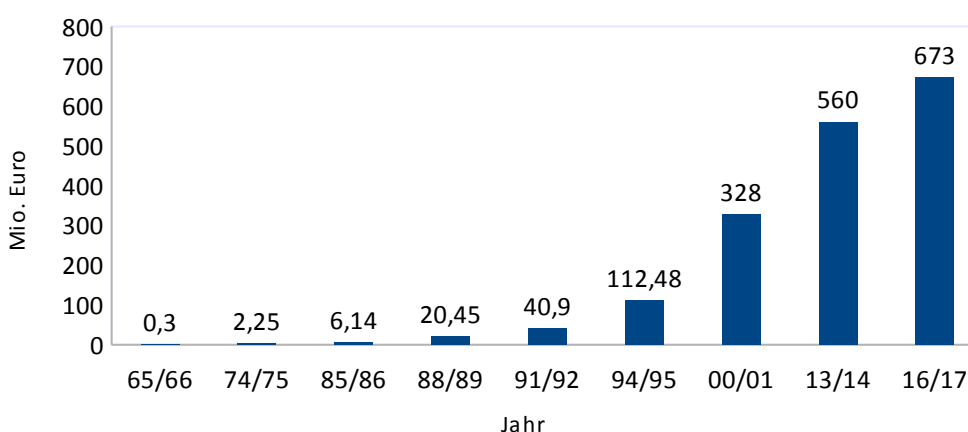


Abb. 2: Entwicklung der Rechtekosten für die Übertragung der Fußball Bundesliga seit 1965
(eigene Darstellung)⁴⁶

Die jährliche Summe für das neue Rechtepakett beträgt ab der Saison 2013/14 bis zur Saison 2016/17 durchschnittlich 628 Millionen Euro pro Jahr, damit hat die Deutsche Fußball-Liga die Einnahmen um 50 Prozent zum Vorjahr gesteigert⁴⁷. Diese Einnahmen werden dann teilweise auch wieder an die Vereine ausgeschüttet. Der FC Bayern München bekommt als Top-Verdiener rund 33 Millionen Euro pro Saison.⁴⁸ Möglich gemacht haben diese nahezu schon astronomisch anmutende Summe der Bezahl-Sender Sky sowie die ARD, die bereit waren, für die audiovisuellen Rechte den eben genannten Preis zu zahlen. Die Bundesliga erlöste allein durch Werbung bzw. der Vermarktung der Medienrechte in der Saison 2010/11 rund eine Milliarde Euro, was rund

⁴⁶ Vgl. 'Kirch Krise als Bremse...', in news.de

⁴⁷ Ebd.

⁴⁸ Vgl. fernsehgelde.de/

54 Prozent der Gesamterlöse ausmacht.⁴⁹ Einen wirklichen Schub gab es dann 1988, als der DFB den ersten Vertrag mit der Agentur Ufa schloss.⁵⁰ Längst sind die Vereine auf die Gelder der Fernsehanstalten angewiesen, um einen Teil ihres Etats zu decken und im Gegenzug das Fernsehen wiederum auf die werbetreibende Wirtschaft. *„Die Finanzierung von Free-TV erfolgt durch die Vermarktung der Rezipienten an die werbungtreibende Wirtschaft.“*⁵¹ Und was könnte wiederum für diese werbungtreibende Wirtschaft attraktiver sein, als der quotenstärkste Sport in der hiesigen Fernsehlandschaft, angeboten von den Sendern? Der deutsche Sportartikelhersteller Adidas stellte extra für das Champions League Finale 2013 einen neuen Schuh vor. *„So ein Spiel sieht rund eine viertel Milliarde Menschen, das gibt uns Rückenwind und eine enorme Markenpräsenz.“*, sagt Deutschland Chef der Marke Adidas, Matthias Bäumer.⁵² Allerdings müssen die Werbetreibenden bei derartig großen Events tief in die Tasche greifen.

Für den teuersten Werbeplatz kassierte Sat.1 beim Champions League Finale 2013 343 000 Euro für 30 Sekunden brutto.⁵³ Um die Quotenstärke bis zu ihren Grenzen auszunutzen und eine optimale Vermarktung der Werbefläche zu erreichen, streckte man den Bundesliga-Spieltag auf drei Tage und erreichte somit deutlich mehr Sendezeit. So findet bereits freitags ein Spiel um 20:30 Uhr, fünf Spiele am Samstag um 15:30 Uhr, das Topspiel in der Regel Samstagabend um 18:30 Uhr und sonntags nochmal zwei Spiele um 15:30 Uhr bzw. 17:30 Uhr statt. Vom ursprünglichen Bundesliga-Samstag mit allen neun Partien kann heute keine Rede mehr sein. Fakt ist, mit steigender Präsenz in den Medien steigt auch die Popularität. Treffend dazu passt folgende Wertschöpfungskette:

*„Je mehr Fernsehpräsenz, desto mehr Popularität. Je mehr Popularität, desto mehr Werbeeinnahmen. Je mehr Werbeeinnahmen, desto mehr Top-Veranstaltungen. Je mehr Top-Veranstaltungen, desto mehr Fernsehpräsenz.“*⁵⁴

Zu einem nahezu explosionsartigen Anstieg der Rechtekosten kam es allerdings erst Ende der 80er Jahre, als die privat-kommerziellen Anbieter auf den Markt drängten. Der DFB erkannte die Situation und nutzte die neue Nachfrage und Konkurrenzsituation, um daraus Kapital zu schlagen. Die neuartige Aufmachung und Präsentation des Fußballs durch Magazin-Sendungen der privaten Anbieter durchbrach das durch Jahrzehnte geprägte Stigma der Öffentlich-Rechtlichen. Die Präsenz des Fußballs im Fernsehen gewann zunehmend an Relevanz für die Sender, da Sportrechte und vor allem

49 Vgl. Bundesliga.de, 2012, S. 8

50 Vgl. 'Kirch Krise als Bremse...', in news.de

51 Heinrich, Jürgen: 'Fußball – Erfolgsgarant für Pay TV?', 2006, S. 107

52 Bialek, Catrin: 'Mega Event bietet noch mehr Potential' in Handelsblatt 05/2013, S. 18

53 Ebd.

54 Kühnert: 'Sportfernsehen'..., 2004, S. 18

Rechte an Fußballübertragungen plötzlich einen strategischen Wert bekamen und mit drastischen ökonomischen Auswirkungen verbunden waren. Die Fernsehonorare waren plötzlich Haupt-Einnahmequelle für die Vereine und nicht mehr die Einnahmen aus Eintrittsgeldern. Die Inszenierung des Sports, die Darstellung von Emotionen und das Hervorheben einzelner Akteure sorgte wieder für gute Quoten. Das Produkt „Bundesliga“ ließen sich die übertragenden Sender einiges kosten. Auch die Vereine und Verbände haben erkannt, das Potential der steigenden Attraktivität zu nutzen und vermarkten die Übertragungsrechte an den Meistbietenden. Dieser ist in der Regel ein Rechtehändler (bspw. Infront), welcher versucht, die Erst-, Zweit- oder Drittverwertungsrechte wiederum an die Fernsehsender zu verkaufen.⁵⁵ Was den Preis dieser Rechte angeht, so ist die Aktualität und Exklusivität ganz entscheidend. Je länger bzw. größer die Distanz zu einem Ereignis ist, desto mehr sinkt der Wert dieses Rechtes. Dabei ist das Geschäft mit den Rechtehändlern in Form von Agenturen für den DFB sowie die DFL nur von Vorteil, da diese, wie eben erwähnt, einen Preis zahlen, bevor überhaupt ein Fernsehsender die Ausstrahlung zugesichert hat. Das heißt, dass auch ein mögliches Risiko durch Einnahmeverluste nicht mehr direkt bei den Verbänden liegt, sondern bei den Rechtehändlern. Dennoch ist es auch hier eine wechselseitige Beziehung, denn je mehr Geld die Verbände aus dem Rechteverkauf Erlösen, desto mehr können sie an die 36 Profi-Vereine weitergeben, welche dann wiederum in neue Spieler sowie in die Professionalisierung innerer Strukturen investieren können. Dies erhöht die Attraktivität des Spiels und damit den Ertrag für Fernsehen sowie Werbetreibende.

„Wer mehr Geld will, muss auch ein besseres Produkt anbieten. Daher investieren die Vereine und Verbände immer mehr in die Medienproduktion und professionelle Strukturen. Im Spitzenfußball finden werbetreibende Firmen heute neben hohen Reichweiten ideale Bedingungen vor.“⁵⁶

Der Fußball und vor allem die Vereine sind mittlerweile professionelle Dienstleistungsunternehmen geworden und vermarkten sich und ihr Produkt. Die Rechtenkosten für Fußballübertragungen sind in den letzten Jahren in Höhen vorgestoßen, in denen sie für die Sender durch bloße Werbung und Sponsoring längst nicht mehr zu refinanzieren sind. Somit muss sich ein Sender Fußball leisten wollen. Der Magnet Fußball strahlt eine derartige Anziehungskraft aus, dass Sender und Werbetreibende nicht auf dieses kostspielige Vergnügen verzichten. Immerhin ist der Volkssport Nummer eins auch ein Aushängeschild und trägt zum Image eines Senders bei. Darüber hinaus bietet er durch gute Einschaltquoten attraktive Fläche für senderinterne Cross-Promotion, was soviel bedeutet, wie senderübergreifende Werbung.

⁵⁵ Vgl. Friedrichsen, Mike: 'Fußball und Fernsehwerbung', 2006, S. 149ff.

⁵⁶ Blatter, Philippe in Alicher, Holger/Hofer, Joachim: 'Fußball ist eine Religion', Handelsblatt 08/2013, S. 18

Somit werden die Quoten vor- bzw. nachgelagerter Sendungen positiv beeinflusst. Insbesondere das Pay-TV ist darauf angewiesen, den potentiellen Abonnenten vom Mehrwert seines Programms zu überzeugen. Und nicht zuletzt wollen auch die Werbetreibenden durch kostspielige Spots, einen Vorteil beim Konsumenten haben.⁵⁷

„Das Fernsehen - respektive diejenigen, die die hohen Beiträge schließlich bezahlen - subventioniert durch die Bezahlung der Übertragungsrechte nicht nur den professionellen Fußballbetrieb beträchtlich, sondern dreht damit bei sich und beim Fußball weiter an der Kommerzialisierungsschraube.“⁵⁸

Ein weiterer streitbarer Aspekt ist die Zentralvermarktung der Fernsehrechte durch die DFL seit der Saison 2004/2005. Dabei werden die Lizenzen zum Übertragen aller 306 Spiele einer Meisterschaftssaison in einem Paket verkauft. Dadurch können sich die einzelnen Klubs nicht selbst vermarkten und entscheiden, an wen und wie die Fernsehrechte vergeben werden sollen, also ob im Free- oder Pay-TV oder sogar live übertragen werden soll⁵⁹. Insbesondere den erfolgreichen und zuschauerträchtigen Vereinen käme das zu Gute, da Vereine wie Dortmund oder Bayern echte Zuschauermagneten sind, über volle konstant ausverkaufte Stadien verfügen und im Fernsehen für Top-Quoten verantwortlich sind. Allerdings muss man die Attraktivität des gesamten Wettbewerbs in Betracht ziehen. Immerhin gibt es 18 Bundesliga-Vereine und nicht nur die Top zwei. Das Ungleichgewicht zwischen Vereinen, die erfolgreich sind und über einen extrem hohen Beliebtheitsgrad verfügen, und denen, die sich nur im Mittelfeld oder gar im Abstiegskampf befinden, würde wohl spanische Verhältnisse annehmen. In der spanischen ersten Liga, der Primera Division, bekommen die beiden spanischen Spitzenklubs, Real Madrid und der FC Barcelona alleine die Hälfte der TV-Gelder, also in etwa 650 Millionen Euro, während die restlichen 18 Vereine die andere Hälfte unter sich aufteilen und im irrwitzigen Wettbieten um neue Top-Spieler in der Regel den Kürzeren ziehen.⁶⁰ Die DFL tut momentan und angesichts des neuen bereits genannten 628 Millionen Euro schweren Rechte-Deals gut daran, die Übertragungsrechte weiterhin zentral zu vermarkten und somit für Chancengleichheit zu sorgen, auch wenn einzelne seit Jahren erfolgreiche Vereine als Zugpferde angesehen werden müssen.

⁵⁷ Vgl. Friedrichsen: 'Fußball und...', 2006, S. 152

⁵⁸ Ebd.

⁵⁹ Berger: 'Die Entwicklung...', 2008, S. 57

⁶⁰ Vgl. : 'TV Einnahmen sollen...', focus.de

2.4 Telegenität des Mediensports Fußball

„Telegen“ bedeutet „für Fernsehaufnahmen besonders geeignet, in Fernsehaufnahmen besonders wirkungsvoll zur Geltung kommend (besonders von Personen)“⁶¹.

Von Anfang an muss klar gestellt werden, dass sich der Sport der immer weiter wachsenden Medialisierung anpasste und in diesem Zuge das magische Dreieck, bestehend aus Sport, Wirtschaft und Medien, immer weiter zusammen wuchs und mehr denn je voneinander profitiert. Denn auch im Sport kommt man nicht ohne zusätzliche Gelder aus und die Werbetreibenden und Sender haben, wie unter Punkt 2.3 bereits erwähnt, den unglaublichen Stellenwert des Fußballs erkannt. Gewissermaßen hat sich die Leistung der Medien gegenüber dem Sport vom Publizieren zum „Produzieren“ von Hochleistungssport gewandelt. Doch wie kommt es, dass sich unser geliebter Fußball nicht nur hierzulande, sondern in der ganzen Welt derartiger Beliebtheit erfreut? Wie die Definition es bereits sagt, ist Fußball „für Fernsehaufnahmen besonders geeignet...“. Im Gegensatz zu US-Sport oder auch der Formel 1 wird eine Fußballübertragung nicht ständig unterbrochen und mit einem Werbeblock versehen. Ist ein Spiel angepfiffen, läuft es 45 Minuten am Stück, mit einer 15minütigen Unterbrechung und dann weitere 45 Minuten. Die Anzahl der Höhepunkte, also in diesem Fall ein Tor, sind in der Regel weit geringer als bspw. ein Tor beim Handball, Basketball oder Football. Bei US-Sportarten wie dem American Football kommt es zu ständigen Unterbrechungen, die die Natur dieses Spiels nun mal mit sich bringt. Viele schnell aufeinander folgende Höhepunkte sind ebenso charakteristisch für dieses Spiel wie ein komplexes Regelwerk. Allerdings müssen hierbei immer die landestypischen Sehgewohnheiten berücksichtigt werden. So ist Nordamerika die einzige Region der Welt, in der sich Fußball nicht so durchgesetzt hat wie beispielsweise in Europa.⁶² Im Gegenzug ist Football oder Basketball nirgendwo derart beliebt wie in den USA. Das Fernsehen hatte zweifelsohne einen großen Anteil daran, dass der Fußball einen derartigen Erfolg zugehen konnte. Aber auch der Fußballsport an sich bietet dem Fernsehen und dem Zuschauer mehr als andere Sportarten.

Der Fußball „...eröffnet im Fernsehen Erlebnisqualitäten, die sowohl kognitiver als auch emotionaler Art sind; einfache und überschaubare Regeln, der stetige Wechsel von antizipierbaren und nicht antizipierbaren Abläufen, die Ästhetik der Bewegungsabläufe, der affektiv verankerte Wunsch nach einem Sieg der ‚eigenen‘ Mannschaft in einer Wettbewerbssituation, die Spannung des unsicheren Ausgangs und letztlich die Möglichkeit des Wechsels dieser emotionalen und kognitiven Reaktionsmöglichkeiten der Fernsehzuschauer selbst.“⁶³

⁶¹ Duden.de.

⁶² Vgl. Berger: 'Die Entwicklung...', 2008, S. 22ff.

⁶³ Schramm, Holger: 'Das Erleben von Fußball im Fernsehen', 2004, S. 124

Nicht zu vergessen ist, dass Fußball in Deutschland auch in seiner aktiven Ausübung mit rund 6,8 Millionen Mitgliedern 2012 auf Platz eins im Ranking des DOSB liegt.⁶⁴ Eben dieses Verhältnis zwischen der Präsenz des Fußballs in den Medien und seiner eben genannten hohen Zahl an Aktiven bildet eine perfekte Balance. Flucht aus dem Alltag, Gemeinschaftserlebnis, Dramatik und Zugehörigkeitsgefühl sind Faktoren, die den Zuschauer nicht nur in den Stadien begeistert, sondern auch Motive für den Konsum vor dem Fernseher sind.⁶⁵ Durch die Medien gefördert, bringt der Fußball auch immer wieder Idole hervor, mit denen sich dann nicht nur die Werbetreibenden identifizieren wollen, sondern ganze Generationen. Somit lebt der Sport auch von seinen Protagonisten, die zweifelsohne gut in Szene gesetzt werden, aber auch das Image des Sports prägen können. Wie wichtig die eben genannten Komponenten sind, lässt sich auch am Beispiel des Boxsports verdeutlichen, bei dem die Sender immer wieder einzelne Sportler „aufbauen“ und ihnen ein Image verpassen wie Klitschko „Dr. Steelhammer“ oder Henry Maske „Der Gentleman“. Beim Fußball hat jeder Verein sein eigenes Image.

Und auch für die Sender ist ein Fußballspiel nahezu perfekt zu planen. Es dauert in der Regel immer 90 Minuten und ist durch die Modernisierung der Stadien vom Wetter nahezu unabhängig. Ein transparentes Regelwerk und die mittlerweile durch den hohen technischen Standard erreichte Qualität der Inszenierung entsprechen allen Bedürfnissen des Fernsehzuschauers.

⁶⁴ Vgl. 'Bestandserhebung 2012', S. 9, dosb.de

⁶⁵ Vgl. Kühnert: 'Sportfernsehen...', 2004, S. 22

3. Entwicklung und Historie der Marke 'ran'

Den ersten Angriff auf die „*Bastion Sportschau*“, wie es Erich Laaser beschrieb, wagte der Sender RTL mit seinem Magazin Format „Anpiff“ zur Saison 1988/89. Erstmals nach einem viertel Jahrhundert wurden die Bundesliga Spiele regelmäßig nicht mehr nur auf einem der beiden öffentlich-rechtlichen Sender übertragen⁶⁶. Sat.1 hatte 1986 mit dem UEFA Cup Spiel FC Carl Zeiss Jena gegen Bayer Uerdingen bereits erste Gehversuche im Bereich Fußball unternommen und konnte mit dem Spitzenspiel zwischen dem SV Werder Bremen und Bayern München einen echten Quotenerfolg landen.⁶⁷ Ein Erfolg der für die künftige Sportberichterstattung wegweisend sein sollte. Zumal man sich nach und nach aus der Tennisberichterstattung zurückzog.

3.1 'ran' von 1992 bis zum Verlust der Bundesliga-Rechte 2003

„Nichts hat für Sat.1 mehr Perspektive signalisiert als der Erwerb der Bundesliga-Rechte, sie waren und sind für den Sender existentiell notwendig: Auch wenn sie bisher die Einnahmesituation unseres Unternehmens nicht verbessern konnten - sie waren und sind unverzichtbar.“⁶⁸

Nachdem RTL mit seiner Magazin Sendung „Anpiff“ gescheitert war, sicherte sich die „Internationale Sportrechte-Verwertungsgesellschaft“, kurz ISPR, die Erstverwertungsrechte an der Bundesliga ab der Saison 1992/93 für fünf Jahre. Da die ISPR genau wie auch Sat.1 im Besitz der KirchGruppe und des Springer-Verlages gewesen sind, gingen die kompletten Rechte an Sat.1. Die ISPR hatte seinerzeit eine Summe von rund 600 Millionen DM für einen Fünf-Jahres-Vertrag an den DFB gezahlt und dann an Sat.1 weiter verkauft.⁶⁹ Mit anfangs 99 000 DM für einen 30sekündigen Werbespot setzten nicht nur die neuen Preise für ein Rechtepakete neue Maßstäbe.⁷⁰

Mit Fritz Klein holte man den Sportkoordinator der ARD, der in Zusammenarbeit mit Michael Lion und dem neuen Sportchef Reinhold Beckmann eine völlig neue Sendung konzeptionieren sollte. Beckmann stand damals allerdings noch bei Premiere unter

⁶⁶ Vgl. Laaser: 'Vom gebührenfinanzierten „Sport im Fernsehen“ zum privat wirtschaftlichen „Fernsehsport“', 1998, S. 108

⁶⁷ Vgl. Buß: 'Entstehung und Entwicklung...', 1997, S. 91

⁶⁸ Ebd. S. 103

⁶⁹ Ebd. Allerdings beziffert Laaser in: 'Vom gebührenfinanzierten „Sport im Fernsehen...'", 1998, S. 110 den Preis sogar auf 700 Millionen DM.

⁷⁰ Vgl. Berger: 'Die Entwicklung...', 2008, S. 87

Vertrag, beteiligte sich dennoch am Konzept.⁷¹ Der Sport und insbesondere die Bundesliga wurden fortan unter dem Namen 'ran' gezeigt. Der Slogan „Alle Spiele, alle Tore“ traf dabei genau ins Schwarze, denn während die ARD in der Sportschau lediglich über drei oder vier ausgewählte Spiele berichtete, zeigte Sat.1 von allen Spielen bewegt Bilder.⁷²

'ran' läutete ein neues Zeitalter der Fußball-Berichterstattung ein. Mehr Kameras, mehr Perspektiven, Zeitlupen, die nochmals die Intensität eines Zweikampfes oder eines Tores hervorheben sollten. Eine Sendung dauerte 90 Minuten und wurde später sogar auf zwei Stunden verlängert. Die Dramaturgie und Emotion eines Spiels oder eines Spielers wurde regelrecht inszeniert. Aus einem Studio führte ein Moderator vor einem Studiopublikum durch eine Sendung. Die Präsentation war bunt und peppig, die Moderatoren lösten sich vom ARD und ZDF geprägten Stigma der bisherigen Fußballberichterstattung.⁷³ *„Die neue Sportschau am Samstag um 18 Uhr hieß nun ran, kurz, griffig, umgangssprachlich.“*⁷⁴ Durch schnelle Bildabfolgen, Superzeitlupen und Statistiken setzte 'ran' neue Akzente und fesselte den Zuschauer regelrecht vor dem Fernseher. Die Moderatoren und Kommentatoren gaben sich betont locker und passten sich auch sprachlich dem neuen jüngeren Zielpublikum an.

*„Und jetzt kommt die Zeitlupe, da sehen Sie, wie schön der Andreas Herzog den Lars Ricken nach allen Regeln der Kunst entbeint.“*⁷⁵

Zusätzlich zu den neuen Produktions- und Präsentationsstandards entwickelte Sat.1 die 'ran'-Datenbank, in der sämtliche Statistiken über Ballkontakte, Fouls, Ballbesitz etc. geführt wurden.⁷⁶ Eine Neuerung, die nach damaligem Standard sicherlich etwas überstrapaziert wurde, heute allerdings in keiner Live Übertragung fehlt. Auch die übergroßen Bildschirme, Talarias genannt, finden sich heute in nahezu jeder Sportsendung. Sowohl die Talarias als auch die Datenbank wurden bis dato noch nie von einem anderen Sender in diesem Maße eingesetzt und haben sich im Laufe der Jahre in nahezu allen Sportsendungen senderübergreifend etabliert. Schaut man heute das Sportstudio, dann kommt einem nicht nur der Moderator in Form von Reinhold Beckmann bekannt vor, sondern auch der Hintergrund, mit den eben genannten großen Bildschirmen. Neben Beckmann nutzten u.a. auch Johannes B. Kerner und Oliver Welke 'ran' als Sprungbrett und gehören heute zu etablierten Sportjournalisten.

71 Vgl. Freitag, Christine: 'Fußball Bundesliga: Ein Quotengigant mit Verlusten – Eine analytische Aufbereitung der ehemaligen Bundesligasendung 'ran'/Sat.1', 2010, Anhang 8.1, Interview mit Michael Lion und Fritz Klein

72 Berger: 'Die Entwicklung...', 2008, S. 87

73 Vgl. Laaser: 'Vom gebührenfinanzierten „Sport im Fernsehen...‘, 1998, S.110f

74 Ebd.

75 Werner Hansch in Berger: 'Die Entwicklung...', 2008, S. 87

76 Ebd. S. 89

Am 15.08.1992 ging 'ran' zum ersten Mal auf Sendung und erzielte mit rund 3,5 Millionen Zuschauern noch nicht die erhoffte Marke von 4,5 Millionen.⁷⁷ Doch das sollte sich im Laufe der Jahre schnell ändern. In der Saison 1996/97 erreichte 'ran' im Durchschnitt knapp sieben Millionen Zuschauer.⁷⁸ 'ran' hatte das Interesse an der Bundesliga wieder geweckt und den Fußball und seine Stars attraktiver gemacht. Mit dem Erfolgsgang von 'ran' setzte auch ein Anstieg der Zuschauerzahlen in den Stadien ein. Für die Bundesliga-Vereine hieß das ein Anstieg der Einnahmen an beinahe allen Stellen. Denn die Vereine wurden an den steigenden Einnahmen aus dem neuen Rechtspaket beteiligt und konnten somit ihre Attraktivität auf dem Platz und daneben erhöhen. Von moderneren Stadien, namhaften Stars und einem besseren Service profitierten sowohl die Bundesliga als auch die Zuschauer und nicht zuletzt die Fernsehunternehmen. Genug Gründe für den DFB, die Rechte bis 2000 erneut an Sat.1 und 'ran' zu vergeben.⁷⁹

Fortan wurden alle Sport-Formate unter dem Namen 'ran' gezeigt. Der Sportblock in den täglichen Nachrichten hieß 'täglich ran', Basketball Übertragungen hießen 'jump ran' und selbst Sportberichte im Frühstücksfernsehen liefen unter dem Namen 'früh-dran'. Die Marke 'ran' war beinahe omnipräsent und zudem bei den Zuschauern höchst beliebt. Das wussten auch die Verantwortlichen von Sat.1 und handelten mit dem DFB eine Verlegung der Spieltermine aus, um das eigene Format noch erfolgreicher gestalten zu können. So fanden freitags bereits zwei Spiele statt, samstags sechs oder sieben und sonntags ein Spiel, um die Sonntags-Ausgabe 'ranissimo' zu fördern.⁸⁰

Zur Saison 2000/2001 beging der Sender allerdings einen folgenschweren Fehler. Als man den Sendeplatz von 'ran' auf 20:15 Uhr verlegte. Zudem änderte sich die Reihenfolge der Spiele und damit auch die Dramaturgie einer Sendung, denn die Spitzenspiele wurden jetzt zu Beginn gezeigt. Die Zuschauer quittierten diese Änderung im Programm mit Fernbleiben, was dazu führte, dass die Quoten von 30 auf 8 Prozent abrutschten. Der Sender sah sich angesichts desaströser Quoten dazu gezwungen, den Sendeplatz auf 19 Uhr zu verlegen und die Sendung auf 75 Minuten zu kürzen. Zur Saison 2002/03 bekam 'ran' dann wieder seinen angestammten Sendeplatz um 18 Uhr. Allerdings konnte der Sender nicht an die Quotenerfolge der Vorjahre anknüpfen. Schwache Quoten stimmten auch die Werbeindustrie nachdenklich, was sich wiederum in den Preisen für einen Werbespot niederschlug. Während ein 30sekündiger Werbespot 1994 noch bis zu rund 140 000 DM⁸¹ kostete, sank der Preis analog zu den sinkenden Quoten auf 52 000 DM⁸² im Jahr 2000.

77 Vgl. Buß: 'Entstehung und Entwicklung...', 1997, S. 104

78 Vgl. Laaser: 'Vom gebührenfinanzierten „Sport im Fernsehen...'', 1998, S. 111

79 Ebd.

80 Vgl. Berger: 'Die Entwicklung...', 2008, S. 87

81 Vgl. 'Kleine Steigerung...', in Absatzwirtschaft 9/1996, S. 121

82 Vgl. 'Preisdiktat bis an die Schmerzgrenze', in Focus 34/2000, S. 164ff.

Mitverantwortlich für die sinkenden Preise war sicherlich auch der Pay-TV-Sender Premiere, der - wenn auch verschlüsselt - alle Spiele live zeigte. Als dann im Jahr 2002 das Medien-Imperium des Leo Kirch zusammenbrach, zu dem auch Sat.1 gehörte, konnten die entstandenen Defizite nicht mehr refinanziert werden. Die Ära der Bundesliga Berichterstattung auf Sat.1 sollte im Sommer 2003 enden, als der Sender lediglich die Hälfte des bisherigen Preises bot und die Bundesliga-Übertragungsrechte wieder an die ARD gingen.⁸³

„Ein weiteres Jahr später verzichtete Sat.1 schließlich ganz auf die Bundesligarechte, die dem Sender über Jahre nichts als Verlust gebracht hatten, da die hohen Kosten nie refinanziert werden konnten. „ran“ war und blieb für Sat.1 immer ein Verlustgeschäft und diente primär als Imageträger und Plattform, um in den Unterbrechungen für andere Sat.1-Sendungen zu werben und so Programmbindung zu erzeugen.“⁸⁴

Statt der Bundesliga wollte man sich fortan auf quotenstarke Live-Events konzentrieren und sicherte sich für drei Jahre die Rechte an der UEFA Champions League. Erste Hinweise auf den Strategiewechsel gab es bereits ein Jahr zuvor, als man in der Sendung 'ran – WM-Fieber' täglich von der Weltmeisterschaft berichtete, mit deren Quoten sich der damalige Sat.1 Geschäftsführer Martin Hoffmann zufrieden zeigte.⁸⁵

Mit 'ran' wurde zweifelsohne die Sportberichterstattung auf vielen Ebenen revolutioniert. In nahezu jeder Sportsendung von heute finden sich Elemente, die in den Jahren von 'ran' Premiere feierten. Sat.1 hatte mit 'ran' Mut und Kreativität bewiesen und prägte so die Sportberichterstattung nachhaltig.

3.2 Champions und Europa League in den Jahren ohne 'ran' 2003-2009

Nachdem man die Bundesligarechte nach elf Jahren wieder an die ARD abgeben musste, kam für Sat.1 ein Verzicht auf Fußball nicht in Frage. Allerdings hatte der Sender mit der Bundesliga die Erfahrung gemacht, dass sich Lizenzen in diesen Dimensionen nicht refinanzieren lassen. Mit der Champions League holte man sich jedoch eine weitere kostspielige Lizenz ins Haus. Bereits der damalige RTL-Geschäftsführer Gerhard Zeiler betonte: *„Mit der Champions League kann auch in Zukunft kein Sender auf eine schwarze Null kommen.“⁸⁶* Dennoch beschloss Sat.1 sich die „Königsklasse“ bis zur WM 2006 zu holen und, wie bereits angesprochen, auf quotenstarken Live-Fußball zu setzen.

⁸³ Vgl. Berger: 'Die Entwicklung...', 2008, S. 91f

⁸⁴ Ebd. S. 92

⁸⁵ Vgl. Martin Hoffmann: 'Sat.1 Chef äußert sich...', quotenmeter.de

⁸⁶ Gerhard Zeiler: 'Sat.1 ran an die...', in süddeutsche.de

Denn im Unterschied zu RTL konnte sich Sat.1 das vermeintlich attraktivste Spiel der Woche aussuchen. *„Das Recht der freien Auswahl ist der grundlegende Unterschied zu der bisherigen Regelung. Wir haben damit ein Highlight-Programm“*⁸⁷, erklärte ProSiebenSat.1 Sprecher Torsten Rossmann.

Zukünftige Champions League Übertragungen wurden zwar nicht mehr unter dem Namen 'ran' gezeigt, dennoch setzte man auf das Know How und bereits vorhandene Personal der sendereigenen Sportredaktion. Oliver Welke war fortan als Moderator das Gesicht der Champions League auf Sat.1. Mit Werner Hansch und Jörg Wontorra, der nach einem Jahr zum DSF „Doppelpass“ wechselte, kommentierten zwei der bekanntesten und beliebtesten Kommentatoren das Spielgeschehen.⁸⁸

Aufgrund nur mäßiger Quoten und dem schwachen Abschneiden deutscher Mannschaften überließ man die Free-TV-Rechte vorerst dem Pay-TV-Sender Premiere bis zur Saison 2008/09. Die Champions League wurde in den folgenden Jahren nur noch unter dem Namen „Champions TV“ gezeigt. Hier kam es allerdings zu einer Neuerung, denn Premiere produzierte eine komplette Sendung für einen entsprechenden Preis und strahlte diese dann über einen Kooperationspartner aus. Zudem sicherte Premiere per Vertrag zu, 13 Spiele pro Saison im Free-TV zu übertragen. Lediglich die Einspeisung des Signals musste dann vom jeweiligen Kooperationspartner, in der ersten Saison war es das DSF, übernommen werden.⁸⁹ Ein durchaus lukratives Angebot, welches Sat.1 veranlasste, kurzerhand die Übertragungsrechte am Spiel des FC Bayern München gegen Real Madrid zu erwerben. Eine Entscheidung, die sich auszahlen sollte, denn insgesamt verfolgten rund zehn Millionen Menschen das Achtelfinal-Rückspiel des Rekordmeisters, was für Sat.1 eine Traumquote von 34,8 Prozent bedeutete.⁹⁰ Nach nur einem Jahr Pause entschied sich Sat.1 die Champions League wieder zurückzuholen. Der Sender schloss mit Premiere eine Kooperation über zwei Spielzeiten bis zur Saison 2008/09 ab. Die Kooperation beinhaltete 17 „Champions TV“-Sendungen, von denen Sat.1 stets das attraktivste am Mittwoch stattfindende Spiel auswählen konnte. Eine Partnerschaft, die vor allem Premiere Rückenwind verschaffen sollte, denn die Sendungen schafften dem Pay-TV-Sender deutlich mehr Fläche bei potentiellen Neukunden.⁹¹ Wiedereinmal wurde die Abhängigkeit vom Abschneiden deutscher Mannschaften und insbesondere die des FC Bayern München deutlich. Als eben jene Bayern sich in der Folgesaison 2007/08 gar nicht erst für die „Königsklasse“ qualifizieren konnten und im Jahr darauf bereits im Viertelfinale scheiterten.⁹²

87 Ebd.

88 Vgl. 'Sat.1: Top-Comedians...!', quotenmeter.de

89 Vgl. 'TV Coup: Premiere kauft...!', spiegel.de und 'Champions-TV: Premiere...!' sky.de

90 Vgl. 'Sat.1 im siebten Himmel...!', quotenmeter.de

91 Vgl. 'UEFA Champions League: Champions-TV...!', presseportal.de

92 s. Anlage 2.1

Neben der Champions League stellte der UEFA Cup eine attraktive und wohl auch finanziell deutlich günstigere Alternative dar. Sat.1 sicherte sich ab der Spielzeit 2007/08 die Rechte an fünf Live-Spielen ab dem Viertelfinale. Angesichts der Erfolge deutscher Mannschaften eine Entscheidung, die sich voll auszahlen sollte. Neben Sat.1 erwarb der Schwestersender ProSieben Lizenzen am UEFA Cup. Das Besondere dabei: die Münchner holten sich die Rechte an fünf Heimspielen des FC Bayern München bis zum Achtelfinale. Danach übernahm Sat.1 wie bereits erwähnt die Übertragungen.⁹³ Im Gegensatz zur Champions League schnitten die deutschen Vertreter deutlich besser ab. Werder Bremen schaffte es in der Saison 2008/09 ins Finale und unterlag erst dort Schachtar Donezk.

Nach den Quotenerfolgen der beiden UEFA Cup-Jahre, beschloss man auch weiterhin auf die kleine Schwester der Champions League zu setzen und sicherte sich die Rechte für weitere drei Spielzeiten bis zu Saison 2011/2012.⁹⁴

3.3 Rückkehr der Marke 'ran' von 2009 bis 2012

Nach sechs Jahren der Abstinenz belebte Sat.1 seine Sportredaktion unter dem Markennamen 'ran' wieder und stattete diese mit europäischem Spitzenfußball aus. Neben Fußball setzte der Sender ab 2010 aber auch vermehrt auf den Box- und Motorsport. Näheres dazu wird unter Punkt 4.3 beleuchtet. Nachdem man sich bereits die Rechte an dem UEFA Cup-Nachfolger der UEFA Europa League für drei Spielzeiten sicherte, kehrte auch die Champions League wieder unter dem Namen 'ran' zurück. Zwar hatte Sat.1 die Jahre davor stets Spiele der Königsklasse gezeigt, allerdings fremdproduziert und mit starkem Premiere Branding.

„Top-Inhalte sind für die deutsche Sendergruppe strategisch das Wichtigste und dazu gehört auch Spitzenfußball. Die Fußballfans können sich auf das größte und attraktivste Livespiel-Paket ever freuen.“⁹⁵

'ran' war wieder zurück und das mit einem ordentlichen Live-Rechte-Paket. Während Mittwoch Champions League lief, sah der neue Deal mit der UEFA zwei Live-Spiele am Donnerstag in der Europa League vor. Das bedeutete in der Summe also 17 Live-Spiele in der Champions League und 29 Partien in der Europa League, da auch die Qualifikationsphasen für den jeweiligen Wettbewerb enthalten waren. Dabei war Sat.1 nur solange an das Spiel am Mittwoch gebunden, wie eine deutsche Mannschaft mittwochs spielte.

⁹³ Vgl. 'Überraschung: ProSieben zeigt...' dwdl.de und 'UEFA Cup: Sat.1 zeigt...' tagesspiegel.de

⁹⁴ Vgl. 'Sat.1 sichert sich...', dwdl.de

⁹⁵ Andreas Bartl, ebd.

Sollte nur noch eine deutsche Mannschaft im Wettbewerb vertreten sein und dienstags spielen, so durfte der Sender laut der „Follow your Team“-Regelung eben dieses Live-Spiel zeigen. In der Europa League war es aufgrund der unterschiedlichen Anstoßzeiten um 19 Uhr und um 21:05 Uhr möglich, zwei Live-Spiele hintereinander zu übertragen.⁹⁶

Mit der Entscheidung, die Champions League wieder komplett zurück zu holen, traf Sat.1 voll ins Schwarze. In den drei Jahren, in denen die Münchner die Königsklasse zeigten, schwankte der durchschnittliche Marktanteil in der werberelevante Zielgruppe zwischen 19 und rund 25 Prozent. Endlich schafften es die deutschen Vertreter sich auch in der Königsklasse durchzusetzen. Dem FC Bayern gelang dabei das Kunststück, in drei Jahren zweimal ins Finale einzuziehen und insbesondere in der Saison 2011/12 – zum krönenden Abschluss der Champions League auf Sat.1 – das Finale im eigenen Stadion spielen zu dürfen. Selbst in der Saison 2010/11, als es die Bayern nicht schafften, über das Achtelfinale hinaus zu kommen, schaffte es immerhin der FC Schalke 04 bis ins Halbfinale vorzudringen.

In der Europa League schwankte der durchschnittliche Marktanteil zwischen rund 11 und 12,7 Prozent. Wobei die Senderechte in der Sendergruppe aufgeteilt wurden und kabel eins einzelne Spiele übernahm. Dabei musste kabel eins allerdings immer mit den vermeintlich unattraktiven Spielen vorlieb nehmen. Mehr zu diesem Thema wird unter Punkt 4.1 analysiert.

Um die Redaktion auch qualitativ gut aufzustellen, verpflichtete man den Chefredakteur von Sport 1, Sven Froberg. Der dann mit Mathias Killing und Andrea Kaiser auf zwei relativ unbekannte Gesichter setzte und mit Wolff Christoph Fuss „*die Stimme des Fußballs in Deutschland*“⁹⁷ aufbaute. Zusätzlich konnte man mit Johannes B. Kerner einen gestandenen und 'ran'-erfahrenen Moderator gewinnen, der dann mit dem „Kaiser“ Franz Beckenbauer als Experten das Team vor der Kamera komplettierte.⁹⁸ Das redaktionelle Team unterstützten dann noch jeweils zwei Redakteure, Volontäre und Praktikanten. An Spieltagen wurden oftmals freie Mitarbeiter als Beitragsmacher verpflichtet. Auch dabei engagierte man mit Jörg Dahlmann, Hansi Küpper, Holger Pfandt oder auch Erich Laaser, das Beste was die Branche zu bieten hatte.

Drei Jahre lang durfte 'ran' die Königsklasse mit absoluten Spitzenquoten und einer tollen Präsentation produzieren, bis dann das ZDF mit einem finanziell besseren Angebot den Privatsender austach. Trotz eines rechtlich und moralisch zweifelhaften Deals, lotste das ZDF die Champions League ab der Saison 2012/13 für drei Spielzeiten zum

96 Ebd.

97 Sven Froberg: 'Sat.1-Sportchef Sven Froberg...', sport.bild.de

98 Ebd.

öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Auch Medienexperten äußerten sich kritisch, einen derartig durch Gebühren finanzierten Kontrakt auszuhandeln.

*„Das ZDF beruft sich in solchen Fällen gern auf die Grundversorgung, aber die muss es bei der Übertragung der Champions League gar nicht gewährleisten. Die Grundversorgung ist schon dann erfüllt, wenn die Champions League irgendwo im Free-TV – wie zum Beispiel bisher bei Sat.1 – gezeigt wird.“*⁹⁹

⁹⁹ Jo Groebel: 'Champions League im ZDF...', welt.de

4. Auswirkungen des Verlustes der UEFA Champions League-Übertragungsrechte auf die Sportberichterstattung des Senders Sat.1

„Wir haben die Marke neu aufgestellt. Früher stand 'ran' in erster Linie für Fußball, heute ist 'ran' auch Boxen, Motorsport, Super Bowl und Tennis.“¹⁰⁰

Nach dem Verlust der Champions League Rechte, einem echten Zugpferd im Bereich der Sportrechte, musste man sich neu und vor allem breiter im Segment der Sportberichterstattung aufstellen und versuchen, eben diesen Verlust zu kompensieren. Dabei ist man durchaus fündig geworden. Insbesondere im Bereich Tennis hat man Mut bewiesen, einen Zehn-Jahres-Vertrag mit dem deutschen Tennis Bund geschlossen und überträgt seitdem Spiele des Fed Cup, Davis Cup, von WTA- und ATP-Turnieren im Fernsehen und Internet. Aber wie Zeljko Karajica der Geschäftsführer der ProSieben-Sat.1 TV Deutschland anmerkte, wäre es fahrlässig die Marke 'ran' von nur einem Sportrecht abhängig zu machen.

„Es ist wichtig, in Rechte zu investieren, die eine große Außenwirkung besitzen - wie etwa die Kämpfe von Sturm und Stieglitz oder die Europa League.“¹⁰¹

4.1 Die Europa League als letzte verbliebene internationale Live-Fußball Lizenz

„Wir bleiben am Ball und freuen uns, dass wir auch weiterhin mit der UEFA Europa League internationalen Live-Fußball im Programm haben. Ein Top-Gewinn für kabel eins – bereits in der vergangenen Saison sorgten die Spiele für Rekordquoten bei kabel eins.“¹⁰²

Die Europa League kann durchaus als kleine Schwester der Champions League bezeichnet werden. Dennoch haftet ihr oftmals kein gutes Image an. Unattraktive Paarungen, eine komplizierte Qualifikationsphase und mangelnde Lukrativität für die Vereine geben ihr eher ein zweitklassiges Image. *„Die UEFA Europa League besteht aus drei*

¹⁰⁰Zeljko Karajica: 'Wir müssen uns...', dwdl.de

¹⁰¹Ebd.

¹⁰²Jürgen Hörner: 'kabel eins sichert...', horizont.de

*Qualifikationsrunden, einer Play-off-Runde, einer Gruppenphase und fünf K.O.-Runden.*¹⁰³

Nachdem 'ran' auf Sat.1 2012 zum letzten Mal live und exklusiv über die UEFA Champions League berichten durfte, rückte in der Saison 2012/13 die Europa League in den Fokus der Sportberichterstattung des Schwestersenders kabel eins. Während man in der Saison 2012/13 noch zwei Live-Partien pro Spieltag zeigte, entschied man sich zur neuen Saison, nur noch ein Live-Spiel zu zeigen. Zweifelsohne profitierte der Sender in der letzten Saison von der großen Anzahl deutscher Mannschaften in der UEFA Europa League. Je nach Dramatik des Spiels und nach Einschaltquote pro Mannschaft entscheidet die Sportredaktion, welche deutsche Mannschaft ab 21:05 Uhr live gezeigt werden sollte. Entscheidend dabei ist ebenfalls die Anstoßzeit, denn aus programmstrategischen Gründen wird immer das spätere Spiel, also um 21:05 Uhr, gewählt. Anstoß bei den frühen Spielen ist bereits 19:00 Uhr, eine für die Quoten ungünstigere Zeit. Wie alle anderen Privatsender ist auch kabel eins auf die Einschaltquoten angewiesen. Die Wahl, die quotenstärkeren Spiele zu zeigen, zahlt sich dabei deutlich aus. Im Schnitt sahen 2,6 Millionen Zuschauer ein Gruppenspiel mit deutscher Beteiligung, was einem Marktanteil von von 9,1 Prozent entspricht. Der durchschnittliche Marktanteil von kabel eins beträgt 5,5 Prozent.¹⁰⁴ *„In der vergangenen Saison erreichte man sogar in der Spitze 4,44 Millionen Menschen, was einen Marktanteil von 15,9 Prozent bedeutet“.*¹⁰⁵ Die Rechte an der Europa League sicherte sich kabel eins für weitere drei Jahre bis zur Saison 2014/15. Um den anderen Mannschaften gerecht zu werden, zeigt kabel eins im Anschluss an das Live-Spiel Zusammenfassungen der anderen Spiele mit deutscher Beteiligung, zusätzlich dazu noch Highlights aus anderen Europa League-Spielen, die vorher ebenfalls von der Sportredaktion ausgewählt wurden. Insgesamt bedeutet das für den Sender dann acht Spiele pro Abend – ein Live-Spiel plus Zusammenfassungen der anderen ausgewählten Spiele. Die Champions League-Rechte in Deutschland sind zwar vor der Saison an das ZDF gegangen, dennoch bleiben die Übertragungsrechte in der Sendergruppe, denn zumindest der österreichische Schwestersender PULS4 konnte sich die Rechte an der Königsklasse vor dem ORF sichern.

*„Mit den richtigen Mannschaften im Wettbewerb hat die Europa League dieselbe Wirkung wie die Champions League für SAT.1 – sie kann den Senderschnitt um ein paar Punkte nach oben ziehen – und das bedeutet neben Relevanz auch bares Geld in der Werbung.“*¹⁰⁶

¹⁰³ 'UEFA Europa League - Modus', Uefa.com

¹⁰⁴ Vgl. 'Entscheidung in der Europa League', stuttgarter-zeitung.de

¹⁰⁵ Vgl. 'Jahresmarktanteile', quotenmeter.de

¹⁰⁶ Interview mit Timm Kraeft vom 14.12.2013, s. Anlage 1

Betrachtet man die aktuellen Quoten der laufenden Europa League Saison, dann können sich diese zum Stand dieser Arbeit durchaus sehen lassen. In der laufenden Saison haben sich die Eintracht aus Frankfurt und der SC Freiburg für die Europa League qualifiziert.

Nach den ersten drei Spielen der Gruppenphase beträgt der Zuschauerdurchschnitt 7,3 Prozent Marktanteil insgesamt und 6,8 Prozent in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen¹⁰⁷. Gerade der kleine Club aus dem Breisgau schaffte es im ersten Vorrunden-Spiel gegen den FC Slovan Liberec auf 8,7 Prozent Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe.¹⁰⁸ Respektabel deshalb, da Freiburg und Frankfurt nicht als Zuschauermagneten angesehen werden. Im letzten Jahr starteten unter anderem mit Borussia Mönchengladbach oder auch Hannover 96 zwei Vereine, die in der Regel mehr Zuschauer vor den Fernseher locken, da gerade wiedererstarke Gladbacher ihr Comeback auf der internationalen Fußballbühne feierten und Hannover in den Jahren zuvor zu begeistern wusste. In diesen beiden Jahren sorgte die Europa League für Quoten, die oftmals deutlich über dem Senderdurchschnitt von 5,5 bzw. 6 Prozent lagen.¹⁰⁹ Allerdings muss auch erwähnt werden, dass der Sender mit seinen Quoten stark abhängig ist vom Abschneiden deutscher Mannschaften. So profitierte man beispielsweise im letzten Jahr von vier deutschen Teilnehmern, deren Marktanteil gesamt nie unter 8 Prozent lag und in der Spitze sogar 12,4 Prozent Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe ausmachte.¹¹⁰ Ausnahme bildet hier das Spiel des VfB Stuttgart gegen den S.S. Lazio Rom. Nach dem doch recht frühen Ausscheiden aller deutschen Vertreter in der vergangenen Saison, schaffte es erst das Finale zwischen Benfica Lissabon und dem amtierenden Champions League-Sieger FC Chelsea London wieder auf Quoten wie in den Vorrunden-Spielen. Auch in dieser Saison wird wohl nur Eintracht Frankfurt als souveräner Spitzenreiter die Gruppenphase überstehen und in die K.O.-Runde einziehen. Interessant könnte es werden, wenn einer der Champions League-Mannschaften als Gruppendritter ausscheidet und somit in die Europa League „absteigt“. Wirklich real scheint dies aber nur im Falle des Vorjahresfinalisten Borussia Dortmund zu sein, da dieser in einer starken Gruppe nach aktuellem Stand selbst mit zwölf Punkten noch ausscheiden könnte. Dann wäre es allerdings wieder denkbar, dass Sat.1 eben diese mit großer Wahrscheinlichkeit quotenstarken Spiele überträgt.

Zur Saison 2009/10 hat die Sendergruppe begonnen, Spiele der Europa League nicht mehr nur auf Sat.1 zu übertragen sondern auch auf dem Schwestersender kabel eins. Dieser musste seinerzeit allerdings mit den unattraktiveren Spielen vorlieb nehmen und erreichte so nur rund 2,6 Prozent Marktanteil.

¹⁰⁷ s. Anlage 2.2

¹⁰⁸ Ebd.

¹⁰⁹ Ebd.

¹¹⁰ Ebd.

„Immer wenn Sat.1 die Begegnung nicht zugkräftig genug erscheint, bekommt kabel eins die Fußball-Übertragung aufs Auge gedrückt - und fährt damit regelmäßig miserable Quoten ein.“¹¹¹

Zu dieser Zeit betrug der Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe allerdings noch über sechs Prozent. In den Folgejahren übernahm kabel eins immer mehr Übertragungen der Europa League, bis sie schließlich ab der Saison 2012/13 die komplette Berichterstattung lieferten. Der durchschnittliche Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe hat sich bei kabel eins in den vergangenen Jahren von sechs Prozent im Jahr 2010/11 auf 5,5 Prozent im Jahr 2012/13 verschlechtert.¹¹² Betrachtet man hingegen die Quoten der Europa League-Übertragungen, so lässt sich festhalten, dass diese dem Sender nur positiv zu Gesicht stehen. Von 2,6 Prozent in der Saison 2009/10 stieg die Quote auf 8,2 Prozent in der abgelaufenen Spielzeit 2012/13. In der Saison 2011/12 kam man sogar auf einen Wert von 9,5 Prozent Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe.

Saison	Anzahl der Spiele	Zuschauer Gesamt		Zielgruppe der 14-49jährigen	
		Millionen Zuschauer	Marktanteil in %	Millionen Zuschauer	Marktanteil in %
2009/10	2	0.65	2.2	0.33	2.6
2010/11	2	0.89	3.3	0.44	3.9
2011/12	21	2.71	9.6	1.06	9.5
2012/13	15	2.18	7.9	0.89	8.2

Tab. 1 Saisonschnitt kabel eins¹¹³

Die Saison 2010/11 war dann für Sat.1 wohl richtungsweisend. Weder Borussia Dortmund, die in dieser Saison deutscher Meister wurden, noch Bayer Leverkusen konnten das Viertelfinale erreichen. Keine deutschen Vertreter bedeuteten allerdings auch ein schwaches Zuschauerinteresse, was sich wiederum negativ auf die Quoten auswirkte. Das Finale der Saison 2010/11 zwischen dem FC Porto und Sporting Braga kam nur auf einen Zuschauerschnitt von 9,5 Prozent in der werberelevanten Zielgruppe.¹¹⁴

„Angesichts solcher Zahlen wirkt es nicht mehr ganz so überraschend, dass die UEFA die Vergabe der TV Rechte ab der Saison 2012/13 mangels Interessenten erst einmal verschieben musste.“¹¹⁵

¹¹¹ 'kabel eins geht...', dwdl.de

¹¹² 'Jahres Marktanteile', quotenmeter.de

¹¹³ s. Anlage 2.4

¹¹⁴ Vgl. 'Wenig Interesse...', dwdl.de

¹¹⁵ 'kabel eins geht...', dwdl.de

Und auch weiterhin stellt der Kauf der Lizenzen für die Europa League ein hohes Risiko dar. Wie bereits erwähnt, haftet der 2009 neu gegründeten UEFA Europa League deren Vorgänger der UEFA Cup gewesen ist, das Image des Pokals der Verlierer an.

Große Namen des europäischen Fußballs sucht man dort vergeblich. Lediglich der Fakt, dass ab dem Sechzehntelfinale die Gruppendritten der Champions League-Teilnehmer hinunter kommen, lässt den Hauch von Spitzenklasse erahnen. Hinzu kommt noch, dass die Europa League aus rein finanzieller Sicht, weit weniger lukrativ ist als die Champions League. Zum Vergleich: Alleine die Teilnahme an der Gruppenphase der Champions League honoriert die UEFA mit 8,6 Millionen Euro. Für die Teilnahme an der Europa League sind es nur 1,3 Millionen Euro. Noch größer wird der Abstand, wenn man die Ausschüttung der Prämien bis zum Titelgewinn betrachtet. Denn dort kann der Sieger der Champions League 37,4 Millionen Euro verdienen, während der Sieger der Europa League nur 9,9 Millionen bekommt und damit knapp besser gestellt ist, als ein Champions League-Teilnehmer.¹¹⁶ Die Einnahmen aus dem sogenannten Market Pool, aus dem die Gelder aus den Fernseh-Einnahmen verteilt werden, sind dabei noch nicht einmal mit eingerechnet. Denn dort konnten die Bayern bei ihrem Titelgewinn in der abgelaufenen Saison nochmals satte 19 Millionen Euro einnehmen.¹¹⁷

Zusätzlich zur mangelnden Lukrativität kommt auch noch eine ungünstige Terminierung der Spieltage auf einen Donnerstag hinzu. Sollten nämlich wie im letzten Jahr vier deutsche Mannschaften die Teilnahme an der Europa League schaffen, muss mindestens eine dieser Mannschaften bereits am Samstag wieder in der Bundesliga auflaufen. Infolge dessen kann es insbesondere in den Gruppenspielen passieren, dass einige Mannschaften ihre Top-Spieler schonen, wie beim Europa League Spiel Maccabi Tel Aviv gegen Eintracht Frankfurt, als Frankfurt einige Leistungsträger für das Wochenende nicht auflaufen ließ. Zudem kommen noch Anstoßzeiten von 19 Uhr bzw. 21:05 Uhr dazu. Eine für den deutschen TV Markt vollkommen ungünstige Zeit, da die Prime Time 20:15 Uhr beginnt und bis 21 Uhr die teuersten Werbeblöcke verkauft werden können. Und auch der Zuspruch in den Stadien spiegelt das Bild des mangelnden Interesses wieder. Glanzlichter wie Borussia Mönchengladbach, die mit einem Zuschauerschnitt von rund 44 000 Zuschauern aufwarten konnten, sind dabei absolute Ausnahme. Bei Leverkusen und Stuttgart, die in zugegebener Maßen unattraktiveren Gruppen spielten, fanden sich nur rund 17 000 bzw. 19 000 Zuschauer durchschnittlich im Stadion ein.¹¹⁸ Wer mag es den Zuschauern auch verdenken bei Gegnern wie Metalist Charkiw oder Molde FK. Kabel eins verzichtet seit dieser Saison aus Mangel an Attraktivität und wegen nur zweier deutschen Mannschaften auf zwei Live-Spiele und überträgt nur noch ein Spiel pro Spieltag live.

¹¹⁶ Vgl. 'Einnahmenverteilung...' uefa.com sowie uefa.org

¹¹⁷ Vgl. 'Bayern bei den Einnahmen...', spiegel.de

¹¹⁸ Vgl. 'Europa League, Besucherzahlen', transfermarkt.de

Ein Hoffnungsschimmer wäre lediglich das gute Abschneiden wenigstens einer deutschen Mannschaft oder das Ausscheiden eines Champions League-Teilnehmers, der dann die Titelchance eines deutschen Teams erhöht bzw. deutlich mehr Zuschauer vor den Fernseher lockt.

4.2 Auswirkungen auf Ökonomie, Image und Marktanteil

4.2.1 Ökonomische Auswirkungen

Ebenso wie sich der Erwerb eines Sportübertragungsrechtes auf einen Sender, dessen Quoten und Strategie auswirkt, kann auch der Verlust eine ganz entscheidende Rolle spielen. Die Bedeutung der Sportberichterstattung und insbesondere die der Fußball-Berichterstattung hat mittlerweile jede der großen deutschen Sendeanstalten erkannt. Dabei spielt der Marktanteil und insbesondere der Anteil in der werberelevanten Zielgruppe der 14 bis 49jährigen eine ganz entscheidende Rolle. Denn wenn man so will, ist dieser Anteil die Währung und das Hauptargument eines Senders, um seine Werbeplätze möglichst teuer zu verkaufen.

„Private werbefinanzierte Fernsehanbieter versuchen, mit ihrem Programmangebot die für die Werbewirtschaft attraktive Zielgruppe zu erreichen und so möglichst hohe Umsätze zu realisieren.“¹¹⁹

Auf eben diese Umsätze sind die privaten Sendeanstalten angewiesen, um weiter wettbewerbsfähig zu bleiben. Mit der Fußball-Berichterstattung und insbesondere der der UEFA Champions League, kann man mit Abstand die meisten Zuschauer erreichen und liegt in der Regel über dem Senderdurchschnitt. Sinken also die Quoten, sinken auch die Preise für einen Werbespot, die ein Sender verlangen kann. Je attraktiver das Sportrecht desto attraktiver ist ein Sender für Werbekunden, die ihr Produkt gezielt auf dem Werbemarkt platzieren wollen. Gerade bei Fußball-Übertragungen gilt es, das vorrangig männliche Publikum zu erreichen. Krombacher ist dabei wohl eines der bekanntesten Beispiele unter den werbetreibenden Brauereien, die nach wie vor Werbepartner von RTL und der Formel 1 sind. Den „Krombacher Doppelpass“ auf Sport.1 löste der „Volkswagen Doppelpass“ ab. Automobilhersteller sind ebenso wie Telekommunikationsunternehmen sehr typisch für Fernsehwerbung und Sportsponsoring im Bereich Fußball. Vor allem für die Einführung neuer Produkte der gerade genannten Anbieter, eignet sich eine reichweitenstarke Fußballübertragung. Allerdings lassen sich die Lizenz innehabenden Sender ihre Werbeplätze einiges kosten. Aktuell liegt der Preis für einen 30sekündigen Spot, bei der Übertragung eines Gruppenspiels der Champions

¹¹⁹ Seidel, Norbert/Schwartzel, Uwe: 'Finanzierungsmöglichkeiten von Fernsehunternehmen', 1998, S. 17

League im ZDF bei durchschnittlich 27 900 Euro, in der Spitze sogar bei 36 000 Euro.¹²⁰ Mit rund 28 000 Euro für ein Vorrundenspiel rief auch Sat.1 2003 ähnliche Preise auf.¹²¹ Da sich der Sender sehr bedeckt hält, was die Werbepreisentwicklung im Sportsegment betrifft, stammt die letzte Zahl aus dem Jahr 2012. Als man im Champions League-Finale zwischen dem FC Bayern München gegen den späteren Sieger FC Chelsea London, wie unter Punkt 2.3 bereits erwähnt, für den teuersten Werbeplatz für 30 Sekunden brutto unglaubliche 343 000 Euro kassierte.¹²² Zum Vergleich: für einen 30sekündigen Spot während einer Formel 1-Übertragung mussten werbetreibende Unternehmen im Jahr 2010 zwischen 21 900 Euro für das Rennen in Südkorea bis hin zu 96 000 Euro für das Abschlussrennen beim großen Preis von Brasilien zahlen.¹²³ Preise für einen Werbespot bei Sportübertragungen müssen generell gesondert betrachtet werden und liegen in der Regel stets über den Preisen für einen Spot während eines Spielfilm-Abends.

Dennoch muss festgehalten werden, dass die Kosten alleine für den Erwerb der Champions League-Rechte nie refinanziert werden konnten. Wie sich allerdings die Gewinn-Verlust-Situation sender- bzw. formatübergreifend auswirkt, ist schwer zu sagen.

„[...] wirtschaftlich war das im ersten Schritt sicherlich kein Verlust. Die wirklichen Auswirkungen kommen dann mit etwas Verzögerung. Wenn die Durchschnittsquote sinkt, wirkt sich das auf den Preis eines jeden Werbespots in jedem Format aus. Ob der Verlust allerdings größer ist als der Aufwand, um die Rechte einzukaufen ist schwer zu berechnen.“¹²⁴

4.2.2 Auswirkungen auf den Marktanteil

Nun ist aktuell weder Sat.1 noch einer der Schwestersender im Besitz der quotenstärksten Fußballlizenzen. Mit der Europa League fuhr man zwar solide Ergebnisse ein, mit den Reichweiten einer Champions League Saison können diese allerdings noch lange nicht mithalten.

Sat.1 erreicht seit zehn Jahren einen Marktanteil gesamt von ca. 10 Prozent.¹²⁵ Klar ist, dass ein Jahr mit Champions League und Europa League die Quoten des gesamten Senders nicht nachhaltig beeinflussen kann. Dennoch fällt auf, dass die beiden einzigen Jahre, in denen Sat.1 wieder unter die eben genannte zehn Prozent Marke gefallen ist, die Jahrgänge ohne Lizenz an der Champions League gewesen sind, nämlich

¹²⁰ Vgl. 'ZDF gibt Werbepreise...', [horizont.net](#)

¹²¹ Vgl. 'Seven One Media legt...', [horizont.net](#)

¹²² Vgl. Bialek, Catrin: 'Mega Event ...', *Handelsblatt* 05/2013, S.18f

¹²³ Vgl. 'IP Deutschland veröffentlicht...', [horizont.net](#)

¹²⁴ Timm Kraeft Interview vom 14.12.2013, s. Anlage 1

¹²⁵ Vgl. 'Jahresmarktanteile', [quotenmeter.de](#)

die Saison 2006/07, in der man lediglich das Spiel des FC Bayern München gegen Real Madrid zeigte, und die vergangene Saison 2012/13.¹²⁶

Eine Wechselwirkung ist also nicht zu leugnen und nicht zuletzt steckt in der Übertragung eines Champions League-Spieles mehr als nur Fußball. Kaum ein anderes Event ist so prädestiniert für senderübergreifende Cross-Promotion wie ein Fußballspiel mit einem Millionen Publikum. Die Cross-Promotion oder auch On-Air-Promotion bezeichnet Werbung, die *„sowohl für die einzelnen Sendungen, als auch für den Kanal als Ganzes und dessen inhaltliches Spektrum, Zielgruppenorientierung und Image“*¹²⁷ genutzt werden. Im Falle der ProSieben Sat.1 TV Deutschland ist dieses Instrument extrem wirksam, da hier mehrere Sender unter einem Dach ein unterschiedliches Portfolio an Zuschauern abdecken und somit auf das gesamte Programmangebot hingewiesen werden kann. Passend also, wenn 'ran' an einem Europa League-Abend auf kabel eins, für ein Box-Event am Wochenende auf Sat.1 hinweist, das natürlich ebenfalls unter der Marke 'ran' ausgestrahlt wird. Aber auch andere Formate können beworben werden, um gerade bei Serien-Neustarts oder Eigenproduktionen möglichst viele Zuschauer an den Sender zu binden, die vielleicht nicht unbedingt zur Zielgruppe gehören. Genauso können andere Formate in der Sendergruppe ein Spitzenspiel oder ein kommendes Box-Event bewerben und dem Zuschauer somit eine gesteigerte Relevanz suggerieren. Eine Wechselwirkung, die allerdings nur so lange Erfolg hat, wie das Versprochene in die Tat umgesetzt wird. Sollte das nicht der Fall sein, schaltet der Zuschauer ab und die Maßnahme bleibt wirkungslos.¹²⁸ Werner E. Klatten, der ehemalige Geschäftsführer der Sat.1 GmbH, stellte die Wirkung des Fußballs auf den Sender wie folgt dar:

*„Der hat die Bedeutung des Senders vervielfacht. [...] wenn ich einmal in der Woche nur eine Sendung mache, die hat 30 Prozent Marktanteil, dann ziehe ich so viele Leute rein in den Sender und mach dann Werbung für die anderen Sender, mache Trailer für die anderen Sendungen. Tease den Sender als Ganzes, mache [...] Einschaltquote.“*¹²⁹

4.2.3 Auswirkungen auf das Image

Mit der „Königsklasse“, wie die Champions League auch gerne bezeichnet wird, hat Sat.1 allerdings ein absolutes Zugpferd und Aushängeschild verloren. Keine berauschenden Fußball-Abende mehr mit Quoten jenseits der 15 Prozent, kein Millionen Publikum, welches man mit einer tollen Präsentation an die Marke 'ran' und den Sender binden kann. Vor allem in den 90er Jahren stand die Marke 'ran' für Bundesliga Be-

¹²⁶ s. Anlage 2.1

¹²⁷ Karstens, Eric/Schütte, Jörg: 'Praxishandbuch Fernsehen: Wie TV-Sender arbeiten', 2010, S. 232

¹²⁸ Ebd. S. 233

¹²⁹ Werner E. Klatten, in Freitag, Christine: 'Fußball-Bundesliga: Ein Quotengigant ...', 2010, Anhang, S. 24

richterstattung der Extraklasse. Ein Image, das nicht nur auf die Marke, sondern auch auf den Sender abstrahlte. Spricht man heute von Sat.1, denkt keiner mehr an Fußball.

Dieses Image ist dem Sender nach dem Verlust der Bundesligarechte verloren gegangen. Als Image wird der Gesamteindruck bezeichnet, den eine Mehrzahl von Menschen von einem Meinungsgegenstand, insbesondere von einem Markenprodukt hat. Dieses Image beeinflusst den Konsumenten bei seinem Kauf- bzw. Wahlverhalten.¹³⁰ Dazu muss man allerdings in das Bewusstsein der Konsumenten eindringen. Als Sat.1 noch die Bundesligarechte besaß und die Fußballberichterstattung revolutionierte, hatte man genügend Fläche, um Präsenz zu zeigen. Alle Formate enthielten den Markennamen 'ran', wie z.B: 'ranissimo', 'frühdran', 'täglichran'. Zudem konnte man durch den hohen Bekanntheitsgrad Merchandising-Produkte verkaufen, die nochmals zusätzlich die Bindung und Identifikation mit der Marke steigerten und nicht zuletzt einen Teil zur Refinanzierung beitrugen. Die Marke konnte durch ihre hohe Strahlkraft auch auf das Image des Senders Sat.1 Einfluss nehmen, was insbesondere im hart umkämpften Fernsehmarkt einen Vorteil von entscheidender Bedeutung darstellt.

„Marken ermöglichen es, Sendungen und Sender wiedererkennbar zu machen und führen zur wiederholten Nutzung, in der die Verbundenheit der Stammkunden mit einer Marke im Sinne der Markentreue [...] zum Ausdruck kommt.“¹³¹

Eben diese Markentreue soll den Zuschauer bei der Programmauswahl beeinflussen. Nach der Wiederbelebung von 'ran' und dem Erwerb der Champions League-Übertragungsrechte für die Saison 2009/10 bis zur Saison 2011/12 ist die Marke wieder auf einem guten Weg gewesen, in das Bewusstsein der sportinteressierten Zuschauer zu gelangen. In den drei Jahren dieser Champions League erzielte man starke Quoten von durchschnittlich rund 22 Prozent Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe und ein Gesamtpublikum von durchschnittlich rund 7 Millionen Zuschauern.¹³² Dazu kam, dass man donnerstags mit der Übertragung der Europa League eine weitere Lizenz für internationalen Fußball inne hatte und mit zwei Live-Spielen pro Spieltag aufwarten konnte. Das heißt, dass man insgesamt drei Live-Spiele an zwei Tagen bieten konnte. Allerdings findet die Champions League und Europa League nicht wie die Bundesliga beinahe jedes Wochenende statt und ist auf das gute Abschneiden deutscher Mannschaften angewiesen.

Als sich 2012 abzeichnete, dass die Rechte für die Königsklasse an das ZDF gehen würden, war klar, dass man ein Flaggschiff verlieren würde. Dennoch hielt man an der Europa League fest und sicherte sich die Rechte bis zur Saison 2014/2015. Ein klares

¹³⁰ Vgl. 'Image', wikipedia.de

¹³¹ Kühnert: 'Sportfernsehen...', 2004, S. 82

¹³² s. Anlage 2.1

Bekenntnis zum Fußball, das über Jahre das Kerngeschäft und auch das Image von 'ran' ausgemacht hat.

„[...] dass diese Veränderung von 'ran' zu Champions League zu Champions TV sicherlich schwierig war, aber das Wichtigste war, dass Sat.1 immer ein Kern-Fußballrecht hatte, fast durchgehend von 1992 an. Deswegen glaube ich, dass man gut beraten wäre, weiterhin hochwertigen Live-Fußball oder die Bundesliga im Programm zu haben.“¹³³

Dass der Volkssport Nummer eins von enormer Bedeutung für den Sender gewesen ist, zeigen auch die Sendeanteile am Gesamtprogramm. Nachdem man die Erstverwertungsrechte an der Fußball Bundesliga verloren hatte, sank der Sportanteil am Gesamtprogramm von 2,9 Prozent im Jahr 2002 auf 0,2 Prozent im Jahr 2006. Oder um es in Sendestunden auszudrücken, ein Rückgang um rund 220 Sendestunden. Dabei machte König Fußball stets zwischen 70 bis 100 Prozent des Sportangebotes aus. Der Großteil der Berichterstattung ging vor allem von 'ran' aus. Im Jahr 2002 lag der Anteil bei 96 Prozent. In den folgenden Jahren reduzierte sich der Sportanteil und damit auch der Anteil von 'ran' immer weiter. Nach der Wiederbelebung der Marke zur Champions League Saison 2009/10, konnte zumindest bis 2010 durch die Übertragung der Champions League und Europa League der Sportanteil wieder auf 1,5 Prozent gesteigert werden. Nach dem Verlust der Bundesligarechte war der Verlust der Champions League-Lizenzen der nächste Rückschlag. Der Sportanteil entwickelt sich erneut rückläufig und kam im Jahr 2012 nur noch auf einen Anteil von 0,8 Prozent am Gesamtangebot.¹³⁴ Da man den Sender und auch die Marke 'ran' unabhängiger vom Bieterkampf um große Fußballrechte machen wollte, sah man sich nach neuen Lizenzen im Sportbereich um.

4.3 Neuausrichtung der Sportberichterstattung

Der Verlust der Champions League-Übertragungsrechte blieb für Sat.1 hinsichtlich der Sport- bzw. insbesondere der Fußball-Berichterstattung nicht folgenlos. Auch die Marke 'ran' sollte nicht ganz unberührt bleiben. Mit einer bereits vorhanden Sportredaktion und dem Vorteil Teil einer Sendergruppe zu sein, die ein großes Portfolio an Zielgruppen abdeckt, sah man sich auf dem Markt der zur Verfügung stehenden Sportlizenzen um und erweiterte das eigene Portfolio.

¹³³ Sven Froberg in Kraeft, Timm: 'Die Bedeutung der Fußballberichterstattung für Sat.1', 2011, Anlage A-7

¹³⁴ Vgl. Rühle: 'Sportprofile...', 2013, S. 435ff

*„'ran' stellt sich breiter auf. Neben dem Fußball werden wir auch verstärkt über andere Sportarten berichten. Im Juni planen wir für die verschiedenen Sender zehn bis zwölf Live-Übertragungen. Darunter sind Fußball mit der U-21-EM, das ADAC GT Masters, ein Kickbox-WM-Kampf von Christine Theiss sowie die X-Games auf ProSieben Fun. Außerdem ist Tennis neu bei uns.“*¹³⁵

Während der letzten drei Jahre hat der Anteil des Fußballs im Programm um rund 30 Prozent abgenommen. Eine Entwicklung von der insbesondere der Kampf- und Motorsport profitieren konnten.¹³⁶ Eine Tendenz, die sich bereits seit 2010 deutlich abzeichnet und in den nächsten Jahren wohl noch deutlicher werden wird. Denn besonders beim Erwerb eines umfangreichen Lizenz-Pakets im Bereich Tennis bewies man Mut. ProSiebenSat.1 Geschäftsführer Zjelko Karajica ist davon überzeugt, dass Tennis neben Fußball, Formel 1 und Boxen wieder zu den großen Sportrechten in Deutschland werden kann.¹³⁷ Vor allem die Erfolge der deutschen Tennis-Damen geben Anlass zur Hoffnung, dass sich der „weiße Sport“ wieder in der Sendergruppe etablieren kann. Einzelne Spiele des Fed Cup und Davis Cup sowie ausgewählte Partien der WTA-Turniere überträgt die Sendergruppe auf dem neugegründeten Sender Sat.1 Gold, der seit 2013 auf Sendung ging, sowie auf der dazugehörigen Internetplattform 'ran'.de. Derzeit liegt die technische Reichweite des Senders bei über 75 Prozent.¹³⁸ Mit Matthias Stach als Kommentator holte man sich einen erfahrenen Tennis-Experten in das Team. An seiner Seite kommentiert und analysiert Ex-Tennisprofi Nicolas Kiefer das Geschehen. Die Sendergruppe stellte ein kompetentes Team auf und signalisiert mit dem abgeschlossenen Zehn-Jahres-Vertrag mit dem DTB seine Ambitionen im Live-Tennis.

*„Im Rahmen unserer Zusammenarbeit mit dem DTB setzen wir unser Vorhaben Schritt für Schritt um und bringen mehr Live-Tennis ins Fernsehen. Der Erfolg von Sabine Lisicki in Wimbledon hat einmal mehr gezeigt, welches Potenzial die Sportart besitzt.“*¹³⁹

kabel eins profitierte seit 2010 zweifelsohne von dem Rückzug von Sat.1 aus der Sportberichterstattung und konnte seinen Sportanteil am Gesamtangebot auf 1 Prozent steigern.¹⁴⁰ So wird seit der Saison 2012/13 die komplette Europa League auf dem Schwestersender übertragen. Neben Fußball findet sich auch die ADAC GT Masters auf kabel eins wieder, die 2011 auf 21 Sendestunden kamen. Neben der ADAC GT Masters wird weiterhin das Race of Champions auf Sat.1 übertragen.

¹³⁵ Alexander Rösner: 'Schulz kommt und Kaiser macht die EM' in sportbild.bild.de

¹³⁶ Vgl. Rühle: 'Sportprofile...', 2013, S. 437

¹³⁷ Vgl. Karajica: 'Wir müssen...', dwdl.de

¹³⁸ Vgl. 'Davis Cup feiert Comeback...', finanznachrichten.de

¹³⁹ Rösner: 'Sat.1 Gold überträgt...', infosat.de

¹⁴⁰ Vgl. Rühle: 'Sportprofile...', 2013, S. 438

Allerdings muss dazu erwähnt werden, dass beide Veranstaltungen deutlich unter dem Senderschnitt liegen und dennoch um zwei weitere Jahre verlängert wurden.¹⁴¹

Neben dem Motorsport hat kabel eins Ende 2012 auch erste Versuche unternommen, Basketball wieder in das Programm aufzunehmen. Auch hier startete man mit großen Ambitionen und übertrug das Spiel des FC Bayern München gegen den deutschen Meister aus Bamberg. Mit der Stimme des Basketballs, Frank Buschmann, wollte man hoch hinaus.

Der Euphorie folgte allerdings angesichts desaströser Quoten von teilweise unter zwei Prozent in der Zielgruppe Ernüchterung. Die künftigen Übertragungen wurden nur noch auf der Internetplattform 'ran'.de gezeigt, eine 45minütige Zusammenfassung folgte dann am Abend. Dennoch wagte man einen zweiten Versuch mit dem Spiel zwischen Alba Berlin und dem FC Bayern München und wurde mit Quoten zwischen 3 bis 3,8 Prozent zumindest nicht abgestraft. Immerhin hatte der Sender mit Bastian Schweinsteiger als Co-Kommentator und Uli Hoeneß, der per Live-Schalte vom Spiel in den Sport.1-Doppelpass geschaltet wurde, alle Register gezogen.¹⁴² Von weiteren Basketball-Übertragungen nimmt der Sender vorerst Abstand, wobei man auch bereit wäre, kurzfristig einzelne Partien ins Programm zu nehmen.¹⁴³ Sowohl Basketball als auch der Motorsport wurde unter der Marke 'ran' produziert und unter dem Namen 'ran' Basketball bzw. 'ran' Racing gezeigt.

Das bereits angesprochene große Portfolio der Sendergruppe hat sich die Marke 'ran' auch zu nutze gemacht, als man 2013 die Beachvolleyball-Europameisterschaften aus Klagenfurt auf SIXX übertrug. Dabei zeigte man das zweite Halbfinale, das Finale sowie das Spiel um Platz drei der Männer. Zwischen bzw. vor den Spielen wurden die finalen Partien der Frauen vom Vortag zusammengefasst. Auch wenn sich Sportchef Rösner sehr darüber freute, den „Frauensender sixx mit Top-Live-Sport versorgen zu können“¹⁴⁴ so dürften die Quoten wohl nicht über dem Quotendurchschnitt des Senders gelegen haben. Im Vergleich dazu: Der österreichische Sender ORF kam bei der Finalübertragung auf Werte bis zu 17 Prozent in der Spitze.¹⁴⁵

Mit den X-Games betrat die Sportredaktion dann völliges Neuland. Durch einen Rechtedeal mit dem amerikanischen Sportsender ESPN sicherte man sich unterschiedliche Verwertungsrechte an dem Extremsport-Ereignis und versuchte somit das actionlastige Publikum von ProSieben anzusprechen. *„Die Vereinbarung sichert ProSiebenSat.1 die Verwertungsmöglichkeit über Pay-TV, Free-TV und über Video-on-Demand für die*

¹⁴¹ Vgl. 'kabel eins und ADAC...', quotenmeter.de

¹⁴² Vgl. 'basketball: kabel eins reagiert...', dwdl.de und quotenmeter.de

¹⁴³ Vgl. Rösner: 'Schulz kommt und ...', sportbild.bild.de

¹⁴⁴ Rösner: 'sixx setzt auf Beachvolleyball', quotenmeter.de

¹⁴⁵ Vgl. 'Beachvolleyball EM beschert...', vsport.at

*sechs X Games-Wettkämpfe.*¹⁴⁶ Im Free-TV waren nur die Highlights des jeweiligen Wettkampftages auf ProSieben zu sehen. Auf ProSiebenFun wurde live und exklusiv berichtet. Auch hier blickte man voller Zuversicht und Spannung in Zukunft und zeigte sich optimistisch. Als dann allerdings kurz nach den Spielen die Nachricht kam, dass alle internationalen Ableger der Spiele eingestellt werden, folgte Ernüchterung.

Der Boxsport, in dem 'ran' und der Sender Sat.1 deutlich mehr Erfahrung haben, musste im vergangenen Jahr dann ebenfalls zwei Rückschläge hinnehmen.

Zum einen unterlag Felix Sturm in zwei entscheidenden Kämpfen denkbar knapp seinen Gegnern und zum anderen kündigte Kick-Boxerin Dr. Christine Theiss ihren Rücktritt an. Beide wurden von Sat.1 und 'ran' systematisch aufgebaut und mit einem Image versehen, sodass sie dem Sender und der Marke als Gesichter des Box- bzw. Kickbox Sports dienen. Ähnlich wie Henry Maske seinerzeit auf RTL.

Zumindest Felix Sturm bleibt dem Boxsport vorerst erhalten. *„Wir arbeiten an neuen Kampfterminen. Felix Sturm ist ein Ausnahmesportler. Wir standen und stehen jederzeit voll zu ihm und glauben an ihn.*¹⁴⁷, so Sportchef Rösner in einem Interview in der Sportbild. Nicht umsonst hofft man auf die Rückkehr Sturms. Betrachtet man die Quoten der letzten drei Jahre, so lagen diese in der Regel immer zwischen 17 bzw. rund 23 Prozent in der Zielgruppe. Für Topquoten sorgten u.a. die Kämpfe gegen Giovanni Lorenzo 2010 bzw. gegen den Australier Daniel Geal 2012. Beide Kämpfe brachten es auf Quoten zwischen 22,8 bzw. 20,9 Prozent in der Zielgruppe.¹⁴⁸

Ähnlich wie beim Fußball ist Sat.1 allerdings auch beim Boxen stark abhängig vom Erfolg seines Vorzeigeböxers. Nachdem Sturm im September 2012 die Titelvereinigung der WBA und IBF gegen Daniel Geal verloren hatte, wollten den nächsten Kampf gegen Sam Soliman lediglich 13 Prozent der Zuschauer in der werberelevanten Zielgruppe verfolgen. Dieser Kampf ging allerdings ebenfalls verloren, auch wenn Soliman im Nachhinein des Dopings überführt wurde. Momentan bleibt abzuwarten, ob sich Felix Sturm von den Rückschlägen erholt und inwiefern er zu alter Stärke zurückkehren kann.

Um auf alle Eventualitäten vorbereitet zu sein und sein Portfolio an Boxern zu erweitern, nahm Sat.1 diesen Sommer Robert Stieglitz unter Vertrag. Stieglitz, dessen Kämpfe in den letzten Jahren auf ARD gezeigt wurden, konnte allerdings nicht an die Erfolge Sturms anknüpfen. Seine letzten beiden Kämpfe im Jahr 2013 brachten es auf lediglich 12,3 bzw. magere 9 Prozent in der Zielgruppe.¹⁴⁹

146 'Deal mit ESPN...', dwdl.de

147 Rösner: 'Schulz kommt und ...', sportbild.bild.de

148 s. Anlage 2.5

149 Ebd.

Mit dem Rücktritt von Kick-Boxerin Dr. Christine Theiss muss sowohl der Kick Box Sport als auch der Sender einen echten Verlust hinnehmen. In den letzten drei Jahren konnte Sat.1 bei ihren Kämpfen durchschnittlich 10,8 Prozent in der Zielgruppe erreichen. Nur drei Kämpfe konnten dabei keine zweistelligen Quoten erreichen.¹⁵⁰ Ihre Nachfolge soll Julia Irmen antreten, die bis dato noch relativ unbekannt ist und vorerst nur auf kabel eins boxen wird.

Über die Grenzen des europäischen Spitzensports hinaus, hat man sich 2012 erstmals seit 2003 wieder die Rechte am Super Bowl gesichert. Seit 2013 werden sogar die Conference Finals der National Football League übertragen. Eine Entscheidung, die sich für die Münchner auszahlen sollte. Das Endspiel 2012 zwischen den New England Patriots und den New York Giants sahen 1,34 Millionen Zuschauer, was einem Marktanteil von 27,9 Prozent der Zielgruppe entspricht. Dabei darf nicht vergessen werden, dass dieses Event aufgrund der Zeitverschiebung, bei uns mitten in der Nacht ausgestrahlt wurde. Nach dem Erfolg 2012 entschloss man sich, die Ende Januar 2013 folgenden Conference Finales ebenfalls zu zeigen. Der Sender übertrug ab 0:10 Uhr das zweite Conference Finale und brachte auf 'ran'.de eine Zusammenfassung des ersten Conference Finals.¹⁵¹ Der Super Bowl 2013 lief dann noch besser als im Vorjahr. Der Marktanteil in der Zielgruppe schwankte beim Endspiel der Baltimore Ravens gegen die San Francisco 49ers zwischen 34 und 39,1 Prozent. Folgerichtig sicherte sich der Sender die Rechte für weitere zwei Jahre bis 2015.¹⁵²

Bis zu diesem Punkt resümierend lässt sich demnach festhalten, dass die Sendergruppe nach dem Bekanntwerden des Champions League-Verlustes reagierte und mit Tennis, den X-Games, Basketball, Beachvolleyball und dem Super Bowl sein Portfolio von Sportlizenzen durchaus in der Breite erweiterte und mit Vertragsverlängerungen im Bereich Kampf- und Motorsport Kontinuität signalisierte. Doch wie Sven Froberg schon anmerkte, hat 'ran' und der Sender Sat.1 seine Kernkompetenzen im Bereich Fußball. Und dort ist das Repertoire, auch nach dem Verlust der Champions League-Lizenzen, durchaus groß. Mit dem 'ran' Jahrhundertspiel rief 'ran' sogar eine Eigenkreation ins Leben, bei der eine Auswahl ehemaliger deutscher Topspieler gegen eine andere Länderauswahl antritt, wie Italien, die Niederlande oder die Türkei. Auch wenn das letzte Spiel gegen die Türkei nur Quoten um den Senderschnitt erreichen konnte, so waren die beiden vorangegangenen Spiele echte Quotenerfolge für kabel eins mit Werten zwischen 8,4 und 11 Prozent in der Zielgruppe.¹⁵³

150 Ebd.

151 Vgl. 'Sat.1 sichert sich...', dwdl.de

152 Ebd. 'super bowl toppt...' und 'Super Bowl bis 2015', quotenmeter.de

153 Vgl. dwdl.de und quotenmeter.de

Weiterhin im Programm hat man den Telekom-Cup, der vormals die Namen T-Home Cup 2009 bzw. Liga total!-Cup von 2010 bis 2012 trug. Mit der U-21 Europameisterschaft in Israel holte man sich dann ein vielversprechendes Fußballrecht ins Haus. Eine Lizenz, mit der der Sender bereits 2004 gute Erfahrungen gemacht hatte. Damals konnte ein Marktanteil von bis zu 16,5 Prozent in der Zielgruppe erreicht werden. Und auch die Zuschauerzahlen des Konkurrenten ZDF, bei dem die Europameisterschaft 2009 aus Schweden gezeigt wurde, gaben genug Anlass, die beiden öffentlich-rechtlichen Sender bei einem Wettbieten auszustechen.

Damals sahen im Schnitt mehr als acht Millionen Menschen den Triumph der Deutschen Nachwuchs Elite über die Engländer. Auch in diesem Jahr wollte man die Rechte auf die beiden Fußball erprobten Sender Sat.1 und kabel eins verteilen.¹⁵⁴

„Mit den deutschen Spielen der U21-EM zeigen wir die Jungstars, die auch 2014 bei der WM in Brasilien mitmischen wollen. Die U21-EM ist für sie ein wichtiger Schritt in Richtung Weltklasse – für alle eine riesige Chance – für 'ran' ein erstklassiges Event.“¹⁵⁵

Doch die Erwartungen der Sendergruppe konnten nicht ansatzweise erfüllt werden, ganz im Gegenteil sogar. Denn das letzte Vorrundenspiel, das eigentlich auf Sat.1 gezeigt werden sollte, wurde wieder an kabel eins abgegeben. Das deutsche Team war in einer ausgesprochen starken Gruppe gestartet. Mit Spanien hatte man den kommenden Titelträger in der Gruppe und mit den Niederländern den Sieger 2006 und 2007. Gegen eben diese Niederländer durften die Deutschen zur besten Sendezeit um 20:30 Uhr antreten. Die Quoten waren mit 8,4 Prozent in der ersten Hälfte und sogar 10,7 Prozent in der zweiten Hälfte sehr vielversprechend. Allerdings verlor das Team um Kapitän Lewis Holtby mit 2:3.¹⁵⁶ Anscheinend glaubte nun auch das Publikum nicht mehr an ein Weiterkommen. Das Spiel gegen die favorisierten Spanier kam nur auf 3,9 Prozent in der ersten Hälfte bzw. 6,2 Prozent in Halbzeit zwei.¹⁵⁷ Auch wenn man dem Team des U21-Trainers Rainer Adrion mehr zugetraut hätte, waren die Messen im letzten Gruppenspiel bereits gesungen. Die Quoten von teilweise katastrophalen 1,9 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe, brachten das Desinteresse dann mehr als deutlich zum Ausdruck. In der Spitze konnten gerade einmal 2,8 Prozent Zuschauer in der Zielgruppe erreicht werden. Bereits vor dem Spiel hatte Sat.1 die nötigen Konsequenzen gezogen und wie bereits erwähnt das Spiel an seinen Schwestersender kabel eins abgegeben.¹⁵⁸

¹⁵⁴ Vgl. 'kabel eins und Sat.1...', dwdl.de

¹⁵⁵ Ebd.

¹⁵⁶ Vgl. 'Spitzenquoten für...' quotemeter.de

¹⁵⁷ Vgl. 'deutschlands Nachwuchs...', quotemeter.de

¹⁵⁸ Ebd.

Zusätzlich zur Übertragung im Fernsehen setzte der Sender auch auf seine Präsenz im Internet und ging in der Europa League-Saison 2012/13 mit der ranON Webshow auf Sendung, die im kostenlosen Livestream auf ran.de zu verfolgen ist. Bereits eine Stunde vor Anpfiff geht die Webshow auf Sendung, die keineswegs Konkurrenz zur TV-Sendung ist, sondern vielmehr noch Zusatzinformationen liefert. Mit bekannten Gesichtern wie Hansi Küpper, Jörg Dahmann oder Bild-Redakteur Jörg Althoff holt man sich stets attraktive Gäste ins Studio und bietet den Konsumenten geballte Fachkompetenz.

Die Sendergruppe und auch 'ran' haben gezeigt, dass man durchaus flexibel auf den Verlust eines Sportrechts reagieren kann. Während 2010 noch keiner darüber nachdachte, dass Sport-Portfolio über den Fußball bzw. Kampfsport hinaus zu erweitern, hat sich die Sendergruppe und 'ran' nach dem Verlust der Champions League so breit aufgestellt wie nie zuvor. Sogar der Start eines eigenen Pay-TV-Senders namens 'ran plus' ist denkbar, allerdings sind diesbezüglich noch keine genaueren Entscheidungen über das Wie und Wann gefallen.¹⁵⁹

4.4 Refinanzierbarkeit der Sportlizenzen

„Fußball hat sich auch überhaupt nie gerechnet. [...] Das ist eine Lokomotivfunktion und Lokomotiven sind nun mal unwirtschaftliche Fahrzeuge in sich. Aber ohne Lokomotiven sind die Güterwägen schwer zu ziehen.“¹⁶⁰

Treffender könnte die Aussage von RTL Geschäftsführer Helmut Thoma wohl kaum sein, denn vor allem die privaten Sender können im Gegensatz zu den öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten, die mit dem Rundfunkbeitrag fest rechnen können, nur ungefähr kalkulieren, inwiefern die jeweilige Lizenz zu refinanzieren ist. Wie bereits erwähnt, spielen dabei die Einschaltquote und die damit verbundenen Marktanteile eine entscheidende Rolle. Denn nur, wenn ein Sender Quote macht, kann er sein Produkt auch teuer verkaufen. Zusätzlich zu den Rechtekosten kommen dann noch die Produktionskosten eines Spiels dazu.

Primäre Einnahmequelle sind die Werbeblöcke innerhalb einer Sendung. Da der Vermarkter der ProSiebenSat.1 Gruppe, die Seven One Media GmbH, keine Auskunft darüber gibt, welche Preise sie für einen Spot im Fernsehen verlangt, kann man nur mit den unter Punkt 4.2.1 genannten Preisen rechnen. Außer dem Werbeblock in dem ein Großteil der Werbung verkauft wird, gibt es noch andere Möglichkeiten, Einnahmen zu erzielen und den Werbepartner dennoch einzubinden.

¹⁵⁹ Vgl. Karajica: 'Wir müssen...', in dwdl.de

¹⁶⁰ Helmut Thoma in Kühnert: 'Sportfernsehen...', 2004, S. 82

Zum einen gibt es das klassische Gewinnspiel, bei dem der Zuschauer anrufen kann, um einen Preis zu gewinnen. Dieser Preis wird von einem der Sponsoring Partner zur Verfügung gestellt. In der Vergangenheit waren das SEAT, Panasonic oder auch TUI. Dabei bekommt der Sender durch die Vermittlung des Produktes zum einen die Provision vom Sponsoring Partner und zum anderen kassiert er die Einnahmen aus den Anrufen bei der kostenpflichtigen Hotline ein. Je nach Einschaltquote und Attraktivität des Preises ist dies eine durchaus gute Einnahmequelle. Als Sat.1 noch die Bundesliga-rechte inne hatte, belief sich die von dem Werbepartner gezahlte Summe auf einen sechsstelligen Betrag.¹⁶¹ Allerdings kann sich der Sender nur in der Europa League die Sponsoring Partner selbst aussuchen. In der Champions League ist er an die Partner des Vermarkters T.E.A.M. gebunden.

Weiterhin gibt es das klassische Sponsoring, also einen eindeutigen Hinweis durch einen Teaser, in dem der Zuschauer darauf hingewiesen wird, von wem die Europa League präsentiert wird. Dieser Sponsor wird auch als „Presenting Sponsor“ bezeichnet. Im aktuellen Fall der Europa League-Übertragungen wäre es das Sportwettportal bwin. Neben der Sendungsversponserung verkauft der Sender zusätzlich einzelne Kategorien, wie im Beispiel der „ran11“ geschehen, die von Hankook präsentiert wird. Dazu kommen natürlich auch Umsätze, die online erzielt werden, wie durch Live-Streams, Banner im Umfeld von online-Berichterstattung zur Europa League und on demand Videos, wie z.B: einzelne Tore oder ganze Halbzeiten. Nicht zu vergessen die mobilen Vertriebswege, wie durch die ranApp und die sogenannte Syndizierung von Videos auf anderen Portalen. Dazu kommen noch Bekleidungsfirmen die häufig im Abspann genannt werden.

Ein nicht in Zahlen zu beziffernder Wert ist die im Punkt 4.2.2 erwähnte Cross-Promotion, bei der auf andere Sendungen hingewiesen wird, um deren Einschaltquote und somit deren Marktanteil zu erhöhen.

Eine letzte Maßnahme sind dann noch Einnahmen aus dem Merchandising. Dazu benötigt ein Sender und insbesondere eine Marke allerdings mehr Fläche und eine größere Sendezeit, als es bei der Champions League bzw. der Europa League der Fall ist. Zu Bundesliga Zeiten, als man noch jedes Wochenende präsent gewesen ist, konnte Sat.1 pro Jahr allein durch den Verkauf von Merchandising Artikeln rund 30 Millionen DM umsetzen.¹⁶²

Betrachtet man eine Übertragung eines Champions League-Spiels oder im aktuellen Fall ein Live-Spiel der Europa League, so lässt sich beobachten, dass viel Sendezeit auf den sogenannten Nachlauf einer Sendung verwendet wird.

¹⁶¹ Vgl. Laaser, Erich: 'Vom gebührenfinanzierten „Sport im Fernsehen“...', 1998, S. 113

¹⁶² Ebd./Großhans, 'Fußball im...', 1997, S. 107, beziffert den Wert auf 60 Millionen DM im Jahr 1995.

Diese Maßnahme bewirkt zum einen die Kostensenkung pro Minute durch künstliches Strecken einer Sendung.¹⁶³ Zum anderen wird der Zuschauer durch Wiederholungen von Spielszenen nicht gelangweilt sondern stimuliert, was wiederum die Bindung zum Sender steigert.¹⁶⁴

Bei all diesen Maßnahmen darf allerdings nicht außer Acht gelassen werden, dass sich die Lizenzen nie vollkommen refinanzieren ließen. Weswegen auch der ehemalige Sat.1 Sportchef Sven Froberg darauf verwies, dass Sportrechte in den Kategorien Champions League und Bundesliga nicht zu refinanzieren sind und ein Stück weit vom Willen des Senders abhängen. Im besten Falle gewinnt ein Sender an Image und kann durch Cross-Promotion anderen Formaten zu guten Quoten verhelfen.¹⁶⁵ Seit 2012 besitzt der Sender nun aber keines dieser kostspieligen Lizenzen und in der Europa League hat man die Anzahl der Live-Übertragungen reduziert, weswegen eine Refinanzierung der Rechte möglich geworden ist.¹⁶⁶

¹⁶³ Vgl. Kühnert: 'Sportfernsehen ...', 2004, S. 72

¹⁶⁴ Ebd. S. 96

¹⁶⁵ Vgl. Kraeft: 'Die Bedeutung...', 2011, Anlage A-5

¹⁶⁶ Timm Kraeft Interview vom 14.12.2013, s. Anlage 1

5. Fazit

Wie schnelllebig das Sportgeschäft auch in den Medien sein kann, haben die letzten zehn Jahre eindrucksvoll gezeigt, in denen die unterschiedlichen nationalen und internationalen Lizenzen für Live-Fußball die Sendergruppen wechselten. Dabei muss zumindest in Deutschland ganz klar der Fußball herausgehoben werden. Bei keinem anderen Sport entwickelte sich ein derartiger Bieterkampf zwischen den Sendeanstalten. Ein Wettbieten, welches zwar die Attraktivität des Fußballs hierzulande unterstreicht, in den letzten Jahren aber insbesondere im Bereich der Rechte an der Fußball Bundesliga in nie geahnte Höhen vorgestoßen ist. Höhen, in welche ein privat wirtschaftlich geführter Sender oftmals nicht mehr folgen kann und will. Wie ProSiebenSat.1 Geschäftsführer Zjelko Karajica, betonte auch der Vorstandsvorsitzende des Münchener Medienkonzerns Thomas Ebeling die wirtschaftliche Sinnhaftigkeit eines Rechteerwerbs im Bereich Fußball.¹⁶⁷ Nicht zuletzt deswegen hat man im Kampf um die Champions League erneut das Nachsehen gehabt. Denn das ZDF sicherte sich erneut und trotz roter Zahlen im kommenden Jahr 2014¹⁶⁸, die Rechte an der höchsten europäischen Spielklasse bis zur Saison 2017/18.¹⁶⁹

Man könnte also durchaus davon sprechen, dass sich zumindest in der Fußball-Berichterstattung ein Ungleichgewicht in der deutschen Senderlandschaft entwickelt hat, da die Öffentlich-Rechtlichen neben der Bundesliga, den Spielen der Nationalmannschaft nun auch langfristig die Champions League übertragen. Das unterstreicht nochmals die Bedeutung des Fußballs, auch für die Öffentlich-Rechtlichen. Zumindest wird RTL ab 2014 die Qualifikationsspiele der Nationalmannschaft für die EM 2016 in Frankreich und WM 2018 in Russland übertragen.

Nachdem klar gewesen ist, dass die Champions League-Rechte an das ZDF gehen würden, hat die ProSiebenSat.1 Sendergruppe die nötigen Konsequenzen gezogen und einen Strategiewechsel in Gang gesetzt, dessen Ziel es ist, das Portfolio von Sportrechten zu vergrößern. Nie zuvor hat die Sendergruppe eine derart große Anzahl von Sportarten im Programm, die dabei nahezu allen Zielgruppen gerecht werden. Allerdings muss klar resümiert werden, dass eine Erweiterung quantitativ zwar gelungen ist, qualitativ aber noch zu wünschen übrig lässt. Trotz großem Engagements gerade im Bereich Basketball und Tennis, waren die Quoten bisher nicht zufriedenstellend. Wobei man beim Tennis eine langfristige Kooperation eingegangen ist und dort eher

¹⁶⁷ Vgl. Thomas Ebeling in Jakobs, Hans-Jürgen/Renner, Kai-Hinrich: 'Der Spieler ist heute Showstar', Handelsblatt 11/2013, S. 67

¹⁶⁸ Vgl. Renner, Kai-Hinrich/Siebenhaar, Hans-Peter: 'Über Gebühr', Handelsblatt 11/2013, S. 4

¹⁶⁹ Vgl. 'Neuer Vertrag: ZDF...', spiegel.de

mittelfristig und Stück für Stück die Quoten steigern will. Zudem hat die Sendergruppe noch mit dem mangelnden Bekanntheitsgrad von Sat.1 Gold zu kämpfen, auf dem ausgewählte Tennisspiele Live übertragen werden. Mit dem Super Bowl landete der Sender allerdings einen absoluten Volltreffer, der für traumhafte Quoten sorgte. Und auch beim ersten Spiel der U21-EM zeigte sich, welches Potenzial in diesem Event steckt. Zugleich offenbarte sich allerdings auch die größte Schwäche - nämlich die Abhängigkeit vom Abschneiden deutscher Vertreter in einem Wettbewerb. Diese Gefahr droht ebenfalls in der Europa League, in der man in den letzten drei Jahren allerdings stets Glück hatte.

Für den sportbegeisterten Zuschauer, der sich nicht nur für Fußball interessiert, stellte diese Erweiterungen einen Gewinn dar. Neben Action und Funsport auf ProSieben, läuft nun auch US Sport in Form des Super Bowls auf Sat.1 und nicht zuletzt werden auch noch zahlreiche Tennisspiele Live gezeigt.

Aus finanzieller Sicht stellt der Verlust der Champions League-Rechte sicher keinen Einschnitt für die ProSiebenSat.1 Sendergruppe dar, da sie nach wie vor nicht refinanziert werden konnte. Vielmehr fehlen die herausragenden Quoten, um den gesamten Senderschnitt zu heben und für andere Sportarten wie z.B. Tennis und Motorsport Werbung zu machen. Denn über den Fußball mit seinen in der Regel überdurchschnittlichen Quoten können andere Marken und Formate perfekt transportiert werden. Da die Sendergruppe mehr Sportlizenzen als je zuvor im Repertoire hat, wäre also ein quotenstarkes Fußballrecht eben diese benötigte Fläche, um den anderen Sportarten in der Sendergruppe zu mehr Bekanntheit und so letztendlich auch zu besseren Quoten zu verhelfen. Nach Aussagen von Timm Kraeft wird der Sender in zwei Jahren auch wieder um die Sonntagsrechte der Bundesliga mitbieten, da sie sowohl quotentechnisch als auch finanziell attraktiv sind und vor allem durch ihre Regelmäßigkeit mehr Fläche bieten würden. Insbesondere unter dem Aspekt der finanziellen Machbarkeit wurde eine Erweiterung des Sport-Portfolios vorangetrieben. Die Europa League konnte unter eben diesem Gesichtspunkt refinanziert werden und wird auch in Zukunft das Kernrecht für die Marke 'ran' und die Sendergruppe bleiben.

Auch wenn die Abhängigkeit vom Fußball beinahe fatal zu sein scheint, ist er doch ein mächtiges Instrument eines Senders, um Menschen nahezu aller Zielgruppen an einen Sender und dessen Programm zu binden. Auch deswegen wäre die ProSiebenSat.1 Sendergruppe gut beraten, weiterhin auf das Flaggschiff der deutschen Sportberichterstattung zu setzen.

„Der Fußball hat die größte Strahlkraft und das wird auch auf unabsehbare Zeit so bleiben.“¹⁷⁰

¹⁷⁰ Interview mit Timm Kraeft vom 14.12.2013, s. Anlage 1

Literaturverzeichnis

Selbstständige Publikationen

BERGER, Mirko: 'Die Entwicklung der Bundesliga-Fußballberichterstattung im deutschen Fernsehen', Von den Anfängen bis zur Gegenwart, Saarbrücken, 2008

BUSS, Christian/FUHLBRÜGGE, Larina/SCHÄFER, John/.: 'Entstehung und Entwicklung des Senders SAT.1 von 1984 – 1994', in: BLEICHER, Joan Kristin: 'Programmprofile kommerzieller Anbieter', Opladen, 1997

FRIEDRICHSEN, Mike: 'Fußball und Fernsehwerbung', in: HOLTZ-BACHA, Christina (Hrsg.): 'Fußball-Fernsehen-Politik', Wiesbaden, 2006

GROSSHANS, Götz-Tillmann: 'Fußball im deutschen Fernsehen' Frankfurt am Main, 1997

HACKFORTH, Josef: 'Sport im Fernsehen', Münster, 1975

HEINRICH, Jürgen: 'Fußball – Erfolgsgarant für Pay TV?', in: HOLTZ-BACHA, Christina (Hrsg.): 'Fußball-Fernsehen-Politik', Wiesbaden, 2006

HOLTZ-BACHA, Christina: 'Wer soll das bezahlen? Fußballrechte, Vermarktung und Vermarkter.' in: HOLTZ-BACHA, Christina (Hrsg.): 'Fußball-Fernsehen-Politik', Wiesbaden, 2006

KARSTENS, Eric/SCHÜTTE, Jörg: 'Praxishandbuch Fernsehen: Wie TV-Sender arbeiten', Wiesbaden, 2010

KÜHNERT, Daniela: 'Sportfernsehen und Fernsehsport', München, 2004

LAASER, Erich: 'Vom gebührenfinanzierten „Sport im Fernsehen“ zum privatwirtschaftlichen „Fernsehsport“' in: PETIG, Rüdiger/BLIND, Sofia: 'Fernsehfinanzierung', Opladen/Wiesbaden, 1998

SCHRAMM, Holger/DOHLE, Marco/KLIMMT, Christian: 'Das Erleben von Fußball im Fernsehen', in: SCHRAMM, Holger (Hrsg.): 'Die Rezeption des Sports in den Medien', Sportpublizistik III, Köln, 2004

Hochschulschriften

FREITAG, Christine: 'Fußball-Bundesliga: Ein Quotengigant mit Verlusten - Eine analytische Aufbereitung der ehemaligen Bundesligasendung 'ran'/'Sat.1', Bachelorarbeit, Hochschule Mittweida, 2010

KRAEFT, Timm: 'Die Bedeutung der Fußball-Berichterstattung für Sat.1', Bachelorarbeit, Hochschule Mittweida, 2011

WULF, Christoph: 'Die Fußball-Bundesliga im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen', Diplomarbeit, Deutsche Sporthochschule Köln, 2004

Zeitungsartikel, Zeitschriftenaufsätze

ALICHER, Holger/HOFER, Joachim: 'Fußball ist eine Religion', in: Handelsblatt 08/2013 Nr.147, S. 18

BIALEK, Catrin: 'Mega Event bietet noch mehr Potenzial' in: Handelsblatt, 05/2013 Nr. 98, S.18-19

GUSTEDT, Volker/RUZAS, Stefan: 'Preisdiktat bis an die Schmerzgrenze', in: Fokus 34/200, S.164-168

JAKOBS, Hans-Jürgen/RENNER, Kai-Hinrich: 'Der Spieler ist heute Showstar', in: Handelsblatt, 11/2013, Nr. 226, S. 67

RENNER, Kai-Hinrich/SIEBENHAAR, Hans Peter: 'Über Gebühr', in: Handelsblatt, 11/2013, Nr. 223, S. 4

RÜHLE, Angela: 'Entwicklung der Sportberichterstattung im Free-TV: Sportprofile im deutschen Fernsehen von 2002 bis 2012', in Media Perspektiven 09/2013, S. 423-440

o. Verf., 'Kleine Steigerung im TV-Markt', in Absatzwirtschaft 09/1996, S. 121

Internetquellen

'Basketball: kabel eins reagiert auf schwache Quoten',
http://www.dwdl.de/nachrichten/38510/basketball_kabel_eins_reagiert_auf_schwache_quoten/ (aufgerufen am 18.11.2013)

'Beachvolleball- EM beschert ORF Top- Quoten',
<http://www.vsport.at/ballsport/79307-beachvolleyball-em-beschert-orf-top-quoten/> (aufgerufen am 16.11.2013)

'Champions League: Bayern bei den Einnahmen hinter Juventus',
<http://www.spiegel.de/sport/fussball/champions-league-juventus-bei-den-einnahmen-vor-bayern-a-912733.html> (aufgerufen am 17.10.2013)

'Champions TV: Premiere präsentiert die UEFA Champions League im Free-TV',
http://info.sky.de/inhalt/de/medienzentrum_news_uk_14022006b.jsp (aufgerufen am 02.12.2013)

'Davis Cup feiert Comeback bei ran',
<http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2013-09/27973477-davis-cup-feiert-comeback-bei-ran-deutschland-gegen-brasilien-ab-freitag-live-bei-sat-1-gold-nicolas-kiefer-als-experte-im-einsatz-007.htm> (aufgerufen am 16.11.2013)

'Deal mit ESPN: ProSieben Fun zeigt die X Games',
http://www.dwdl.de/nachrichten/39277/deal_mir_espn_prosieben_fun_zeigt_die_x_games/ (aufgerufen am 20.11.2013)

'Deutschlands Nachwuchs kickt sich ins Abseits',
<http://www.quotenmeter.de/n/64241/deutschlands-nachwuchs-kickt-sich-ins-abseits> (aufgerufen am 10.11.2013)

'DOSB Bestandserhebung 2012',
http://www.dosb.de/fileadmin/sharepoint/Materialien%20%7B82A97D74-2687-4A29-9C16-4232BAC7DC73%7D/Bestandserhebung_2012.pdf, (aufgerufen am 20.10.2013)

'Einnahmen-Verteilung in der UEFA Champions League',
<http://de.uefa.com/uefachampionsleague/news/newsid=1858501.html> (aufgerufen am 16.11.2013)

'Einnahmen-Verteilung in der UEFA Europa League',
<http://de.uefa.org/management/finance/news/newsid=1845822.html#verteilung+einnahmen> (aufgerufen am 23.11.2013)

'Europa League beschert Kabel 1 gute Quoten',
<http://www.haz.de/Nachrichten/Medien/Fernsehen/Europa-League-beschert-Kabel-1-gute-Quoten> (aufgerufen am 15.10.2013)

'Europa League Besucherzahlen',
http://www.transfermarkt.de/de/europaleague/ague/besucherzahlen/pokalwettbewerb_EL.html (aufgerufen am 15.11.2013)

'Fußball-TV-Rechte für Sky: Geldmaschine Bundesliga',
<http://www.spiegel.de/sport/fussball/bundesliga-sky-und-ard-sich-ern-sich-fernsehrechte-a-828087.html> (aufgerufen am 13.10.2013)

'Interview Sat.1 Chef äußert sich über das Sat.1 Programm',
<http://www.quotenmeter.de/n/518/interview-sat-1-chef-aeussert-sich-ueber-das-sat-1-programm> (aufgerufen am 06.12.2013)

- 'IP Deutschland veröffentlicht Preise für die Formel 1',
http://www.horizont.net/aktuell/marketing/pages/protected/IP-Deutschland-veroeffentlicht-Preise-fuer-die-Formel-1_89867.html (aufgerufen am 15.11.2013)
- 'kabel eins und ADAC Masters bleiben Partner',
<http://www.quotenmeter.de/n/62012/kabel-eins-und-adac-masters-bleiben-partner>
(aufgerufen am 18.11.2013)
- 'kabel eins geht mit Live-Fußball einmal mehr unter',
http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/31165/kabel_eins_geht_mit_livefuball_einmal_mehr_unter/ (aufgerufen am 25.11.2013)
- 'kabel eins macht weiteres "Jahrhundertspiel" im Juli',
http://www.dwdl.de/nachrichten/40997/kabel_eins_macht_weiteres_jahrhundertspiel_im_juli/ (aufgerufen am 18.11.2013)
- 'Kabel Eins sichert sich Rechte an der Europa League',
http://www.horizont.net/aktuell/medien/pages/protected/Kabel-Eins-sichert-sich-Rechte-an-der-Europa-League_108309.html (aufgerufen am 07.11.2013)
- 'kabel eins und Sat.1 zeigen Spiele der U21-EM',
http://www.dwdl.de/nachrichten/40562/kabel_eins_und_sat1_zeigen_spiele_der_u21em/ (aufgerufen am 10.11.2013)
- 'Kirch-Krise als Bremse - Entwicklung der TV-Rechte',
<http://www.news.de/sport/855297852/kirch-krise-als-bremse-entwicklung-der-tv-rechte/1/> (aufgerufen am 30.10.2013)
- 'Leichte Gewinne für Basketball bei kabel eins',
<http://www.quotenmeter.de/n/62010/> (aufgerufen am 26.11.2013)
- 'Neuer Vertrag: ZDF überträgt Champions League bis 2018',
<http://www.spiegel.de/sport/fussball/neuer-vertrag-zdf-uebertraegt-champions-league-bis-2018-a-938734.html> (aufgerufen am 14.12.2013)
- 'ProSiebenSat.1 will mehr Sport zeigen',
http://www.wuv.de/medien/prosiebensat_1_will_mehr_sport_zeigen (aufgerufen am 05.10.2013)
- 'ProSiebenFun sichert sich «X-Games»-Rechte',
<http://www.quotenmeter.de/n/61652/> (aufgerufen am 18.11.2013)
- 'ran Jahrhundertspiel rettet sich auf Senderschnitt',
<http://www.quotenmeter.de/n/67400/ran-jahrhundertspiel-rettet-sich-auf-senderschnitt>
(aufgerufen am 01.11.2013)

'Report 2012- Bundesliga',

http://www.bundesliga.de/media/native/autosync/dfl_bl_wirtschaftssituation_2012_01-12_dt_72dpi.pdf (aufgerufen am 20.10.2013 und derzeit nicht verfügbar)

'Sat 1 Gold überträgt mehr Tennis-Turniere live',

<http://www.infosat.de/Meldungen/?msgID=72801> (aufgerufen am 28.11.2013)

'Sat.1 im siebten Himmel: Königliche Quoten dank Champions League',

<http://www.quotenmeter.de/n/19109/sat-1-im-siebten-himmel-koenigliche-quoten-dank-champions-league> (aufgerufen am 02.12.2013)

'Sat.1 prüft Klage: ZDF sichert sich die Champions League',

<http://www.n24.de/n24/Sport/Fussball/champions-league/d/1246504/zdf-sichert-sich-die-champions-league.html> (aufgerufen am 05.10.2013)

'Sat.1-Sportchef Froberg träumt von Sport-Talk',

http://www.dwdl.de/interviews/25015/sat1sportchef_froberg_trumt_von_sporttalk/page_2.html (aufgerufen am 20.11.2013)

'Sat.1 sichert sich erneut die SuperBowl-Rechte',

http://www.dwdl.de/nachrichten/38768/sat1_sichert_sich_erneut_die_superbowlrechte/ (aufgerufen am 25.11.2013)

'Sat.1: Top-Comedians, Live-Fußball, Events und hochwertige Shows',

<http://www.quotenmeter.de/cms/?p1=n&p2=2681&p3=> (aufgerufen am 03.12.2013)

'sixx setzt auf Beachvolleyball',

<http://www.quotenmeter.de/n/65276/sixx-setzt-auf-beachvolleyball> (aufgerufen am 24.11.2013)

'Schulz kommt und Kaiser macht die EM',

<http://sportbild.bild.de/SPORT/sportmix/mehr-sport/2013/04/24/ran-sportchef-alexander-roesner-im-interview/schulz-kommt-und-kaiser-macht-die-em.html> (aufgerufen am 15.10.2013)

'Seven-One Media legt Werbepreise für UEFA Champions League vor',

http://www.horizont.net/aktuell/medien/pages/protected/Seven-One-Media-legt-Werbepreise-fuer-UEFA-Champions-League-vor_45697.html (aufgerufen am 15.11.2013)

'Super Bowl bis 2015 in Sat.1',

<http://www.quotenmeter.de/n/67758/super-bowl-bis-2015-in-sat-1> (aufgerufen am 06.12.2013)

'Super Bowl toppt Vorjahresrekord noch',

<http://www.quotenmeter.de/n/61873/super-bowl-toppt-vorjahresrekord-noch>
(aufgerufen am 25.11.2013)

'Top Twenty Hitliste 2012',

<http://www.agf.de/showfile.phtml/service/zumdownload/130925%20Hitliste%202012.pdf?foid=60746>. (aufgerufen 15.10.2013)

'TV-Coup: Premiere kauft alle Champions-League-Rechte',

<http://www.spiegel.de/sport/fussball/tv-coup-premiere-kauft-alle-champions-league-rechte-a-372172.html> (aufgerufen am 02.12.2013)

'TV-Einnahmen sollen fairer verteilt werden',

http://www.focus.de/sport/fussball/spanien-tv-einnahmen-sollen-fairer-verteilt-werden_aid_964443.html (aufgerufen am 18.10.2013)

'TV Jahresmarktanteile',

<http://www.quotenmeter.de/c/136/tv-jahr> (aufgerufen am 15.11.2013)

'UEFA Champions League: "Champions TV" im Free-TV neu auf Sat. 1',

<http://www.presseportal.de/pm/33221/1012687/uefa-champions-league-champions-tv-im-free-tv-neu-auf-sat-1> (aufgerufen am 02.12.2013)

'Uefa-Cup: Sat 1 zeigt wieder Fußball',

<http://www.tagesspiegel.de/medien/uefa-cup-sat-1-zeigt-wieder-fussball/784920.html>
(aufgerufen am 02.12.2013)

'UEFA Europa League – Modus',

<http://de.uefa.com/uefaeuropaleague/season=2014/competitionformat/>
(aufgerufen am 01.11.2013)

'Umfrage zu den beliebtesten Sportarten im TV Jahr 2012: Welche Sportart schauen sie gerne im TV?',

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/235067/umfrage/die-beliebtesten-sportarten-im-tv/> (aufgerufen am 20.10.2013)

'U21-EM: Katastrophale Quoten für Kabel eins',

http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/41229/u21wm_katastrophale_quoten_fuer_kabel_eins/
(aufgerufen am 18.11.2013)

'U21: Spitzenquoten für das Duell Niederlande – Deutschland',

<http://www.quotenmeter.de/n/64210/u21-spitzenquoten-fuer-das-duell-niederlande-deutschland> (aufgerufen am 18.11.2013)

- 'Warum der VfB Stuttgart im Fernsehen zu kurz kommt',
<http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.entscheidung-in-der-europa-league-warum-der-vfb-stuttgart-im-fernsehen-zu-kurz-kommt.2c29e4a1-bb8d-48e3-b42b-4d56731a85f6.html> (aufgerufen am 15.10.2013)
- 'Wir müssen uns nicht jeden Tag aus dem Weg gehen',
http://www.dwdl.de/interviews/42815/wir_muessen_uns_nicht_jeden_tag_aus_dem_weg_gehen/page_2.html (aufgerufen am 30.10.2013)
- 'ZDF gibt Werbepreise für die Champions League bekannt',
http://www.horizont.net/aktuell/medien/pages/protected/ZDF-gibt-Werbepreise-fuer-die-Champions-League-bekannt_107690.html (aufgerufen am 23.10.2013)
- 'ZDF sichert sich Champions-League-Rechte',
<http://www.haz.de/Nachrichten/Sport/Fussball/Uebersicht/ZDF-sichert-sich-Champions-League-Rechte> (aufgerufen am 06.10.2013)
- Zweites "Jahrhundertspiel" tut sich schwerer als 2012',
http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/41574/zweites_jahrhundertspiel_tut_sich_schwerer_als_2012/ (aufgerufen am 18.11.2013)
- 'Überraschung: ProSieben zeigt künftig Uefa-Cup',
http://www.dwdl.de/nachrichten/11845/berraschung_prosieben_zeigt_knftig_uefacup/ (aufgerufen am 02.12.2013)
- 'Überblick Entwicklung der Fußballrechte seit 1965',
<http://www.spiegel.de/sport/fussball/ueberblick-entwicklung-der-fussballrechte-seit-1965-a-391683.html> (aufgerufen am 13.10.2013, aber nicht mehr vorhanden)
- '54 Millionen Euro GEZ-Gebühren für 18 Fußballspiele',
<http://www.welt.de/fernsehen/article13080941/54-Millionen-Euro-GEZ-Gebuehren-fuer-18-Fussballspiele.html> (aufgerufen am 30.11.2013)

Anlagen

Anlage 1:	Interview mit Timm Kraeft vom 14.12.2013	XVIII
Anlage 2:	Datensätze von Sat.1	XXIV
Anlage 2.1	Sat.1: UEFA Champions League Live-Spiele	XXIV
Anlage 2.2	kabel eins: UEFA Europa League	XXVII
Anlage 2.3	Übersicht UEFA Europa League 2009/10-2012/13	XXVIII
Anlage 2.4	Saisonschnitt Sat.1 und kabel eins	XXIX
Anlage 2.5	Quotenübersicht 'ran' Boxen ab 2010	XXX
Anlage 2.6	Sportlizenzen von 1992 bis heute	XXXII
Anlage 2.7	Kostenentwicklung der Fernsehübertragungsrechte an der Fußball-Bundesliga	XXXIII
Anlage 2.8	Die Top Twenty 2012	XXXIV
Anlage 2.9	Top Twenty - erstes Halbjahr 2013	XXXV

Anlage 1: Interview mit Timm Kraeft vom 14.12.2013

Ein Jahr Champions League beim ZDF, aus wirtschaftlicher Sicht sicher kein Schaden für Sat.1. Wie groß würden Sie den Image-Schaden für die Marke 'ran' und den Sender Sat.1 bezeichnen?

Das war natürlich ein Sahnejahr, das das ZDF direkt im ersten Jahr erwischt hat. Ein deutsches Finale – davon kann man eigentlich nur träumen als Sender. Wir sind naturgemäß sehr betrübt, die Rechte verloren zu haben und den Kollegen vom ZDF bei der Berichterstattung zuschauen zu müssen. Von einem Imageschaden würde ich allerdings nicht sprechen. Jeder, der einen Vergleich zwischen den beiden Sendern anstellt, wird sowohl aus qualitativen wie auch vermarktungstechnischer Sicht alle Vorteile bei uns sehen. Denn das Werbeverbot hat auch Nachteile. Die Sponsoren der Champions League sind nicht gerade erfreut darüber. Ein Schaden ist es also nicht, viel eher fehlt die Champions League nun, um die Marken zu transportieren. Das merkt man vor allem an der Aufmerksamkeit von Presse und Zuschauern, aber auch an den Quoten. SAT.1 hat die Champions League in einer schweren Phase verloren, das ist natürlich doppelt bitter, denn sie war immer ein verlässliches Mittel, um die Durchschnitte wieder nach oben zu ziehen.

Hat man sich gerade wegen des Verlustes der Champions League Rechte breiter im Bereich der Sportberichterstattung aufgestellt?

Das hat verschiedene Gründe – aber als Kompensation der Champions League ist das nicht gedacht. Sie fehlt viel mehr als Fläche, um die anderen Sportübertragungen zu promoten. Es geht viel mehr darum, die Sportberichterstattung in Deutschland wieder etwas aufzupolieren. Der Fußball ist allmächtig – und das wird man auch nicht ändern können. Und doch wollen wir versuchen, die anderen Sportarten wieder etwas mehr zu zeigen. Tennis, Basketball, Rennsport – das sind alles Sportarten mit sehr viel Potential. Und wir wollen helfen, sie im Fernsehen zu etablieren und dann natürlich auch davon profitieren.

Inwiefern hat sich der Verlust der Champions League auf die Faktoren Ökonomie, Image und Marktanteil des Senders Kabel eins bzw. Sat.1 und vor allem der Marke 'ran' ausgewirkt?

Wie bereits erwähnt – wirtschaftlich war das im ersten Schritt sicherlich kein Verlust. Die wirklichen Auswirkungen kommen dann mit etwas Verzögerung. Wenn die Durchschnittsquote sinkt, wirkt sich das auf den Preis eines jeden Werbespots in jedem Format aus. Ob der Verlust allerdings größer ist als der Aufwand, um die Rechte einzukaufen ist schwer zu berechnen. Wenn man aber sieht, dass die ProSiebenSat.1 Gruppe wieder nicht beim Gebot des ZDFs mithalten konnte, sind die Kosten für die Rechte wohl höher.

Fußball bleibt zweifelsohne ein Flaggschiff in der Sportberichterstattung. Wie wichtig ist der Magnet Fußball für die Marke 'ran' ?

Sehr wichtig. Der Fußball hat die einzigartige Kraft, ein ganzes Land zu begeistern. Das kann keine andere Sportart in Deutschland. Insofern kann man nur im Fußball die ganz großen Ereignisse übertragen. Sollte es Frankfurt bis ins Finale der Europa League schaffen, während alle Deutschen Mannschaften in der Champions League ausgeschieden sind, werden die Quoten durch die Decke gehen und damit die Marke eine große Aufmerksamkeit erfahren. Außerdem gilt Fußball seit jeher als die Kernkompetenz von 'ran' – mit Fußball ging es 1992 los – 'ran' ohne Fußball ist nur schwer vorstellbar. Die Europa League ist mit Sicherheit unser Kernrecht.

Sie bezeichnen die Europa League gerade als „Kernrecht“. Spielt die Europa League tatsächlich für 'ran' und Kabel eins eine solch große Rolle?

Ja, definitiv. Die Europa League ist das Kernrecht von 'ran'. Sie ist das einzig regelmäßig wiederkehrende Element, dort kann man auch seine anderen Sportevents promoten. Für Kabel eins war der Fußball erstmal eine Wundertüte. Als die Quoten dann fast doppelt so hoch wie der Senderschnitt waren, hat man den Fußball auch beim Fiction- und Reality-Sender kabel eins mit offenen Armen aufgenommen. Nach nur einem Jahr halten wir alle Rekorde des Senders, sowohl in absoluten Zuschauern als auch was die Quote betrifft. Mit den richtigen Mannschaften im Wettbewerb hat die Europa League dieselbe Wirkung wie die die Champions League für SAT.1 – sie kann den Senderschnitt um ein paar Punkte nach oben ziehen – und das bedeutet neben Relevanz auch bares Geld in der Werbung.

Wie könnte man die Europa League ihrer Meinung nach wieder attraktiver für den Zuschauer gestalten?

Ich denke nicht, dass der Wettbewerb an Relevanz verloren hat. Schon in Zeiten des UEFA-Cups sind die Deutschen auf Mannschaften getroffen, die vorher noch niemand gehört hatte. Allerdings kann man auch nicht wegdiskutieren, dass die Anzahl derer stark gestiegen ist. Da steht die Förderung des Fußballs in den armen und vor allem osteuropäischen Ländern gegen das Interesse des Zuschauers. Für uns Fernsehmacher ist es natürlich interessanter, bekannte Mannschaften zu zeigen. Wenn allerdings kleine Teams keinerlei Chance haben, sich im internationalen Geschäft nach oben zu spielen, werden wir immer dieselben Teams in der Champions League sehen. Und das ist auf Dauer auch keine Lösung. Man müsste nur die finanzielle Beteiligung der Teams verbessern. Dann hätten die Clubs auch wieder mehr Interesse daran, weit zu kommen in diesem Wettbewerb – auch die großen Clubs. Momentan ist die Europa League ein Vergnügen neben der Bundesliga – wirtschaftlich allerdings eher uninteressant. Sogar der nur national interessante DFB Pokal ist monetär wesentlich ertragreicher. Und so treten sogar zweitklassige Teams nur mit der B-Mannschaft an und sind nicht unbedingt traurig, wenn die Zweitbelastung wegfällt. Ansonsten ist aus Fernsehmacher Sicht eine klare Vorgabe in der Produktionstechnik anzumerken. Aus vielen Ländern sehen die Bilder aus wie aus dem zweiten Weltkrieg – das kommt beim Zuschauer wie Kreisklasse B an – und verliert so an Relevanz. Als letztes sind die fehlenden Zuschauer ein Problem. Gerade die kleinen Mannschaften aus dem Osten, die durch die neuen Regelungen der UEFA die Qualifikation für die Europa League schaffen, haben nur kleine Fangruppen – und so sind die Tribünen leer, was im Fernsehen schlimm aussieht, und die Atmosphäre klingt lahm.

Würde man bei gleichbleibenden Quoten die Europa League dennoch behalten?

Da die Durchschnittsquoten in der letzten Saison doppelt so hoch waren, wie der Senderschnitt, selbst die gerade laufende Saison, die für uns aufgrund der qualifizierten Mannschaften und der Auslosung eine wahres Horrorjahr ist, noch leicht darüber liegt und die Refinanzierung steht, gibt es keinen Grund, die Europa League nicht weiterführen zu wollen.

Käme denn für Sie ein Verzicht auf Fußballübertragungen in Frage?

Theoretisch ist das machbar, jedoch kein erstrebenswertes Ziel. Wie gesagt: Der Fußball hat die größte Strahlkraft und das wird auch auf unabsehbare Zeit so bleiben.

Welche Sportart hat ihrer Meinung nach, nach dem Fußball den höchsten Stellenwert in der deutschen Sender Landschaft?

Ganz klar die Formel 1. Sebastian Vettel holt in jedem Rennen vier bis acht Millionen Zuschauer vor die Geräte, und das nahezu alle zwei Wochen. Da kommen selbst die Klitschko Brüder nicht dagegen an, auch wenn Boxen wohl Rang 3 belegt. Fasst man den Wintersport zusammen, kann er sicherlich auch in dieser Liga mitspielen.

Schauen wir in die nähere Zukunft (3 Jahre). Gäbe es denn ein attraktives Sportrecht, um das man sich wieder bemühen könnte?

Gerade in dieser Woche haben wir die Champions League-Rechte leider wieder nicht bekommen. Es hat sich auch niemand ernsthaft bei uns darum bemüht, denn mit der Zahlkraft der öffentlich-rechtlichen könne wir nicht konkurrieren. Jetzt gilt es, die Europa League zu halten und dann in zwei Jahren wieder bei den Sonntagsrechten der Bundesliga, die momentan Sport 1 hält, mitzubieten. Das ist sicherlich ein interessantes Recht, auch aus wirtschaftlicher Sicht.

Die öffentlich-rechtlichen Sender haben mit der Bundesliga bzw. der Champions League zwei große Sportrechte inne. RTL fährt mit der Formel eins seit Jahren gute Quoten ein. Was bleibt Sat.1 bzw. 'ran' als großes Aushängeschild noch übrig?

Neben der Europa League ist unser Boxangebot sicherlich das größte Aushängeschild. Neben Felix Sturm, der gerade wieder Weltmeister geworden ist und damit die Relevanz wiedergewonnen hat, haben wir mit Robert Stieglitz einen zweiten deutschen Boxer ins Portfolio aufgenommen. Wir trauen Robert viel zu und erwarten eine Traumquote bei seinem Kampf gegen Arthur Abraham am 1. März. Dr. Christine Theiss hat das Frauen-Kickboxen salonfähig gemacht. Bei ihrem letzten Kampf, in dem auch sie wieder einen Titel gewonnen hat, hat sie sogar den großen WM-Kampf von Felix Sturm quotentechnisch geschlagen. Wir haben sukzessive eine Nachfolgerin aufgebaut und

hoffen nun, mit Julia Irmen die Erfolge von Frau Dr. Theiss wiederholen zu können. Daneben haben wir mit der NFL das wohl größte amerikanische Sportrecht im Portfolio. Im Januar wird es die größte Live-Berichterstattung aller Zeiten in Sat.1 geben, wir zeigen drei Spiele der Playoffs live, dazu noch Highlights anderer Spiele und natürlich am 2. Februar den Super Bowl live. In den letzten beiden Jahren haben wir mit unserer Berichterstattung vom größten Einzelsportevent der Welt alle Rekorde gebrochen und sogar eine Nominierung für den deutschen Fernsehpreis eingeheimst. Außerdem haben wir eine 10-Jahres-Kooperation mit dem DTB abgeschlossen. Mittelfristig wollen wir Tennis wieder zu altem Ruhm verhelfen und den Sport zurück ins große Free-TV bringen.

Inwiefern sind denn Sportrechte ihrer Meinung nach überhaupt noch refinanzierbar?

Die Zeiten haben sich drastisch verändert. Private Sender geben nicht mehr die Unsummen an Geld aus, die Verbände müssen umdenken. Sie helfen sich mit vielen Rechtepaketen und Einzelvermarktung. Für die Sender bedeutet das: man kann viel gezielter seine Sportberichterstattung setzen und auch kleinere Pakete erwerben, die finanziell leichter zu refinanzieren sind. Das Beispiel Europa League zeigt ja, dass es geht. Die ganz großen Rechte wie Champions League, WM oder Bundesliga sind allerdings im privaten Free-TV auch weiterhin nicht refinanzierbar.

Messen Sie persönlich die Qualität und den Erfolg einer Sendung an den Einschaltquoten? Motorsport, Basketball und Beachvolleyball sind alles gute Produktionen gewesen, deren Quoten allerdings unter dem Senderschnitt liefen. Wie ist denn die Aussicht dieser Sportarten weiterhin in der Sender-Gruppe und unter dem Namen 'ran' gezeigt zu werden?

Nein, qualitativ messen wir den Erfolg nicht an der Quote. Da vertrauen wir vor allem auf unser Gefühl und auf das Feedback einzelner Leute, deren Meinung wir schätzen. Einen kleinen Einfluss haben mittlerweile auch die sozialen Netze, deren Feedback zu 95% unbrauchbar ist, aber selbst wenige vernünftige Kommentare geben ja ein ungefähres Bild wieder.

Mit dem DTB ist man eine langfristige Partnerschaft eingegangen. Sollten es die Quoten hergeben, würde Sat.1 oder kabel eins die Übertragungen übernehmen. Ist es denn überhaupt denkbar, Tennis dorthin zu verlegen.

Das ist sicherlich langfristig das Ziel. Tennis ist eine Sportart, die nicht nur durch die Akzeptanz sondern auch durch ihre Fernsehtauglichkeit – abgesehen von der unsicheren Planbarkeit der Zeiten und Längen – das Zeug hat, wieder ganz oben mitzuspielen. Das haben wir in Zeiten von Boris Becker und Steffi Graf ja gesehen. Wir wollen dem Tennis wieder nach oben verhelfen und hoffen dabei vor allem auf die aufstrebenden Damen des DTB, die sich die letzten Jahre gut geschlagen haben. Aber der Weg ist weit, die ersten Sendungen bei SAT.1 Gold liefen bescheiden, das war aber sicherlich auch ein Problem der fehlenden Bekanntheit von SAT.1 Gold und Vermarktung. Langfristig ist es aber absolut denkbar und auch unser Ziel, Tennis bei Sat.1 oder anderen großen Sendern stattfinden zu lassen.

Anlage 2: Datensätze von Sat.1**Anlage 2.1: Sat.1: UEFA Champions League Live-Spiele****Sat.1: UEFA Champions League Live-Spiele****Zusammenfassung 1. und 2. HZ und evtl. Verlängerung/Elfmeterschießen**

Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile

Alle Fernsehhaushalte Deutschland (D + EU)

	Tag	Datum	Zusch. gesamt		Erw. 14-49 J.	
			Mio	MA in %	Mio	MA in %
Saison 2011/12 (ohne Qualifikation)			7,73	25,2	3,19	25,5
Finale: FC Bayern München - FC Chelsea	Sa.	19.05.2012	16,77	55,3	7,16	59,3
Halbfinale Rückspiel: Real Madrid - FC Bayern München (inkl. Verlängerung + Elfmeter)	Mi.	25.04.2012	12,65	41,9	5,44	43,3
Halbfinale Hinspiel: FC Bayern München - Real Madrid	Di.	17.04.2012	10,72	33,6	4,75	35,5
Viertelfinale Rückspiel: FC Bayern München - Olympique Marseille	Di	03.04.2012	6,80	22,0	2,49	20,8
Viertelfinale Hinspiel: Olympique Marseille - FC Bayern München	Mi	28.03.2012	7,67	25,0	3,03	24,9
Achtelfinale Rückspiel: Real Madrid - ZSKA Moskau	Mi	14.03.2012	3,29	10,8	1,45	11,9
Achtelfinale Rückspiel: FC Barcelona - Bayer Leverkusen	Mi	07.03.2012	3,97	13,0	1,58	12,8
Achtelfinale Hinspiel: FC Basel - FC Bayern München	Mi	22.02.2012	7,48	22,9	2,83	20,7
Achtelfinale Hinspiel: AC Milan - FC Arsenal	Mi	15.02.2012	2,89	9,1	1,41	10,7
6. Spieltag: Manchester City - FC Bayern München	Mi	07.12.2011	5,81	19,1	2,41	19,4
5. Spieltag: FC Arsenal - Borussia Dortmund	Mi	23.11.2011	6,21	20,2	2,30	18,3
4. Spieltag: FC Bayern München - SSC Neapel	Mi	02.11.2011	7,60	24,1	3,03	23,7
3. Spieltag: Olympiakos Piräus - Borussia Dortmund	Mi	19.10.2011	5,33	17,5	1,99	15,8
2. Spieltag: Olympique Marseille - Borussia Dortmund	Mi	28.09.2011	5,25	18,1	2,06	17,3
1. Spieltag: FC Villarreal - FC Bayern München	Mi	14.09.2011	6,82	23,3	2,85	23,5
Qualifikation Rückspiel: FC Zürich - FC Bayern München	Di	23.08.2011	5,58	20,1	1,95	17,8
Qualifikation Hinspiel: FC Bayern München - FC Zürich	Mi	17.08.2011	6,11	23,0	2,10	20,3
Saison 2010/11 (ohne Qualifikation)			6,11	19,7	2,42	19,0
Finale: FC Barcelona vs. Manchester United	Sa	28.05.2011	5,21	18,6	2,32	21,9
Halbfinale Rückspiel: Manchester United vs. FC Schalke 04	Mi	04.05.2011	6,61	21,5	2,62	20,8
Halbfinale Hinspiel: FC Schalke 04 vs. Manchester United	Di	26.04.2011	9,23	28,5	3,84	28,5
Viertelfinale Rückspiel: FC Schalke 04 vs. Inter Mailand	Mi	13.04.2011	8,80	26,8	3,43	25,3
Viertelfinale Hinspiel: Inter Mailand vs. FC Schalke 04	Di	05.04.2011	6,91	22,3	2,64	20,9
Achtelfinale Rückspiel: Real Madrid vs. Olympique Lyon	Mi	16.03.2011	3,48	11,4	1,46	11,8
Achtelfinale Rückspiel: FC Schalke 04 vs. FC Valencia	Mi	09.03.2011	6,82	21,6	2,66	21,1
Achtelfinale Hinspiel: FC Bayern - Inter Mailand	Mi	23.02.2011	8,02	24,5	3,25	24,7
Achtelfinale Hinspiel: FC Arsenal - FC Barcelona	Mi	16.02.2011	3,58	11,3	1,58	11,9
6. Spieltag: FC Bayern München - FC Basel	Mi	08.12.2010	5,18	16,7	1,90	14,6
5. Spieltag: FC Schalke 04 - Olympique Lyon	Mi	24.11.2010	5,55	18,1	1,93	15,1
4. Spieltag: CFR 1907 Cluj - FC Bayern München	Mi	03.11.2010	6,06	19,6	2,27	17,6
3. Spieltag: FC Schalke 04 - Hapoel Tel Aviv	Mi	20.10.2010	5,19	17,0	1,96	15,7
2. Spieltag: Inter Mailand - Werder Bremen	Mi	29.09.2010	4,56	15,2	1,73	13,6
1. Spieltag: FC Bayern München - AS Rom	Mi	15.09.2010	6,49	21,1	2,67	20,6
Qualifikation Rückspiel: Sampdoria Genua - Werder Bremen	Di	24.08.2010	4,65	17,4	1,76	15,7
Qualifikation Hinspiel: Werder Bremen - Sampdoria Genua	Mi	18.08.2010	4,19	14,8	1,52	13,3

Ø Saison 2008/09 (ohne Qualifikation)			5,13	17,6	2,06	16,8
Finale in Rom: Manchester United - FC Barcelona	Mi	27.05.2009	6,55	23,3	2,93	24,4
Halbfinale Rückspiel: FC Chelsea - FC Barcelona	Mi	06.05.2009	5,04	17,6	2,09	17,4
Halbfinale Hinspiel: Manchester United - FC Arsenal	Mi	29.04.2009	3,51	12,4	1,60	13,5
Viertelfinale Rückspiel: FC Porto - Manchester United	Mi	15.04.2009	3,61	12,9	1,49	12,8
Viertelfinale Hinspiel: FC Barcelona - FC Bayern München	Mi	08.04.2009	8,29	27,8	3,32	27,7
Achtelfinale Rückspiel: Manchester United - Inter Mailand	Mi	11.03.2009	3,23	10,7	1,32	10,5
Achtelfinale Hinspiel: Sporting Lissabon - Bayern München	Mi	25.02.2009	5,89	19,0	2,26	17,0
6. Spieltag: Olympique Lyon - Bayern München	Mi	10.12.2008	5,37	18,2	2,05	16,5
5. Spieltag: Anorthosis Famagusta - Werder Bremen	Mi	26.11.2008	4,26	14,3	1,67	13,5
4. Spieltag: AC Florenz - FC Bayern München	Mi	05.11.2008	5,82	20,0	2,24	17,9
3. Spieltag: Panathinaikos Athen - Werder Bremen	Mi	22.10.2008	4,90	16,9	1,81	14,9
2. Spieltag: Inter Mailand - Werder Bremen	Mi	01.10.2008	4,67	16,4	1,76	14,7
1. Spieltag: Steaua Bukarest - FC Bayern München	Mi	17.09.2008	5,38	18,9	2,18	17,9
Qualifikation: Schalke 04 - Atletico Madrid	Mi	13.08.2008	3,26	12,1	1,37	12,6

Ø Saison 2007/08			4,93	17,0	2,00	16,3
Finale in Moskau: Manchester United - FC Chelsea	Mi	21.05.2008	7,00	27,4	3,20	29,7
Halbfinale Rückspiel: FC Chelsea - FC Liverpool	Mi	30.04.2008	4,14	16,2	1,69	16,1
Halbfinale Hinspiel: FC Barcelona - Manchester United	Mi	23.04.2008	4,07	13,8	1,82	14,4
Viertelfinale Rückspiel: FC Barcelona - FC Schalke 04	Mi	09.04.2008	6,13	20,3	2,60	20,0
Viertelfinale Hinspiel: Fenerbahce Istanbul - FC Chelsea	Mi	02.04.2008	3,17	10,4	1,31	9,8
Achtelfinale Rückspiel: FC Porto - FC Schalke	Mi	05.03.2008	6,15	22,5	2,45	21,4
Achtelfinale Hinspiel: Arsenal London - AC Mailand	Mi	20.02.2008	3,33	11,2	1,35	10,4
6. Spieltag: FC Barcelona - VfB Stuttgart	Mi	12.12.2007	3,62	12,3	1,35	11,3
5. Spieltag: Werder Bremen - Real Madrid	Mi	28.11.2007	6,02	19,2	2,35	18,1
4. Spieltag: Live-Konferenz	Mi	07.11.2007	4,30	14,2	1,54	12,0
3. Spieltag: FC Chelsea - Schalke 04	Mi	24.10.2007	5,31	17,5	2,02	15,6
2. Spieltag: Werder Bremen - Olympiakos Piräus	Mi	03.10.2007	4,66	15,2	1,81	13,8
1. Spieltag: Glasgow Rangers - VfB Stuttgart	Mi	19.09.2007	4,75	16,1	1,74	13,9

Saison 2006/07						
Achtelfinale Rückspiel: FC Bayern München - Real Madrid	Mi	07.03.2007	9,46	30,4	3,96	30,4

Ø Saison 2005/06			6,15	20,0	2,50	18,8
Finale in Paris: FC Barcelona - FC Arsenal	Mi	17.05.2006	7,44	26,0	3,24	26,6
Halbfinal Rückspiel: FC Barcelona - AC Mailand	Mi	26.04.2006	5,58	18,4	2,35	17,8
Halbfinal Hinspiel: AC Mailand - FC Barcelona	Di	18.04.2006	4,53	14,8	2,06	15,9
Viertelfinal Rückspiel: Juventus Turin - Arsenal London	Mi	05.04.2006	4,68	14,9	1,71	12,7
Viertelfinal Hinspiel: Arsenal London - Juventus Turin	Di	28.03.2006	3,67	11,6	1,53	11,4
Achtelfinal Rückspiel: AC Mailand - Bayern München	Mi	08.03.2006	8,07	25,6	3,20	23,8
Achtelfinal Hinspiel: Bayern München - AC Mailand	Di	21.02.2006	6,72	20,4	3,00	21,3
6. Spieltag: AC Mailand - Schalke	Di	06.12.2005	6,10	19,8	2,55	19,3
5. Spieltag: Schalke - PSV Eindhoven	Mi	23.11.2005	5,75	18,4	2,18	16,0
4. Spieltag: Juventus Turin - FC Bayern München	Mi	02.11.2005	7,57	24,3	2,91	21,4
3. Spieltag: Bayern München - Juventus Turin	Di	18.10.2005	7,94	25,2	3,07	22,3
2. Spieltag: FC Schalke 04 - AC Mailand	Mi	28.09.2005	6,28	21,2	2,49	19,2
1. Spieltag: Werder Bremen - FC Barcelona	Mi	14.09.2005	5,61	19,2	2,25	17,3

Ø Saison 2004/05			6,69	22,2	2,63	20,1
Finale in Istanbul: AC Mailand - FC Liverpool	Mi	25.05.2005	5,64	23,5	2,35	23,0
Halbfinal Rückspiel: FC Liverpool - FC Chelsea	Di	03.05.2005	4,29	14,5	1,91	14,8
Halbfinal Hinspiel: FC Chelsea - FC Liverpool	Mi	27.04.2005	4,02	13,9	1,61	12,7
Viertelfinal Rückspiel: Bayern München - Chelsea London	Di	12.04.2005	9,80	30,4	3,81	27,1
Viertelfinal Hinspiel: Chelsea London - Bayern München	Mi	06.04.2005	8,44	27,2	3,29	24,6
Achtelfinal Rückspiel: Arsenal London - Bayern München	Mi	09.03.2005	9,03	28,9	3,62	27,1
Achtelfinal Hinspiel: FC Bayern München - Arsenal London	Di	22.02.2005	8,36	25,4	3,46	24,4
6. Spieltag: Bayer 04 Leverkusen - Dynamo Kiew	Mi	08.12.2004	6,00	19,3	2,17	16,1
5. Spieltag: Real Madrid - Bayer 04 Leverkusen	Di	23.11.2004	6,37	20,3	2,40	17,5
4. Spieltag: Werder Bremen - RSC Anderlecht	Di	02.11.2004	5,06	16,1	1,86	13,6
3. Spieltag: Juventus Turin - Bayern München	Di	19.10.2004	6,70	21,0	2,48	17,8
2. Spieltag: Bayern München - Ajax Amsterdam	Di	28.09.2004	6,78	22,6	2,59	20,1
1. Spieltag: Bayer 04 Leverkusen - Real Madrid	Mi	15.09.2004	6,91	24,6	2,68	21,3

Ø Saison 2003/04			7,33	24,1	2,85	21,7
Finale: AS Monaco - FC Porto	Mi	26.05.2004	5,94	20,9	2,28	18,5
Halbfinal Rückspiel: FC Chelsea - AS Monaco	Mi	05.05.2004	3,97	13,8	1,63	13,0
Halbfinal Hinspiel: AS Monaco - FC Chelsea	Di	20.04.2004	3,14	10,6	1,40	10,8
Viertelfinal Rückspiel: FC Arsenal - FC Chelsea	Di	06.04.2004	3,54	11,6	1,48	11,5
Viertelfinal Hinspiel: FC Chelsea - FC Arsenal	Mi	24.03.2004	3,84	13,1	1,47	11,5
Achtelfinal Rückspiel: Real Madrid - Bayern München	Mi	10.03.2004	12,87	39,2	5,26	37,5
Achtelfinal Hinspiel: Bayern München - Real Madrid	Di	24.02.2004	12,11	35,6	5,07	35,3
6. Spieltag: Bayern München - RSC Anderlecht	Mi	10.12.2003	8,83	28,2	3,25	24,1
5. Spieltag: VfB Stuttgart - Glasgow Rangers	Mi	26.11.2003	8,11	26,7	2,93	22,9
4. Spieltag: Bayern München - Olympique Lyon	Mi	05.11.2003	8,83	28,8	3,20	23,7
3. Spieltag: Olympique Lyon - Bayern München	Di	21.10.2003	8,28	26,4	3,11	23,5
2. Spieltag: VfB Stuttgart - Manchester United	Mi	01.10.2003	7,92	26,7	3,00	23,0
1. Spieltag: Bayern München - Celtic Glasgow	Mi	17.09.2003	7,49	25,9	2,76	21,3

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung / TV Scope / SevenOne Media, Audience Research

Anlage 2.2: kabel eins: UEFA Europa Ligue

kabel eins: UEFA Europa League

Zusammenfassung 1. und 2. HZ und ggf. Verlängerung/Elfmeterschießen

Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile

	Tag	Datum	Beginn	Zusch. gesamt		Erw. 14-49 J.	
				Mio	MA in %	Mio	MA in %
Ø Saison 2013/2014 (ohne Qualifikation)				2,03	7,3	0,75	6,8
3. Spieltag: Eintracht Frankfurt - Maccabi Tel Aviv	Do.	24.10.2013	21:04	2,03	7,2	0,76	6,6
2. Spieltag: APOEL Nikosia - Eintracht Frankfurt	Do.	03.10.2013	21:04	1,55	5,3	0,58	5,1
1. Spieltag: SC Freiburg - FC Slovan Liberec	Do.	19.09.2013	21:04	2,52	9,7	0,90	8,7
Ø Qualifikation Saison 2013/14				1,74	6,5	0,66	6,7
Qualifikation: Eintracht Frankfurt vs. FK Karabach Agdam	Do.	29.08.2013	20:28	1,84	6,8	0,67	6,7
Qualifikation: HNK Rijeka vs. VfB Stuttgart	Do.	22.08.2013	20:28	1,63	6,2	0,65	6,8
Ø Saison 2012/2013 (ohne Qualifikation)				2,18	7,9	0,89	8,2
Finale: Benfica Lissabon - FC Chelsea	Mi.	15.05.2013	20:44	2,93	10,7	1,31	12,5
Halbfinale: FC Chelsea - FC Basel	Do.	02.05.2013	21:04	1,52	5,7	0,81	7,6
Halbfinale: FC Basel - FC Chelsea	Do.	25.04.2013	21:04	1,40	5,3	0,71	6,8
Viertelfinale: FC Basel - Tottenham Hotspur incl. Verlängerung und Elfmeterschießen	Do.	11.04.2013	21:05	1,54	6,4	0,73	7,6
Viertelfinale: Tottenham Hotspur - FC Basel	Do.	04.04.2013	21:04	1,38	4,9	0,61	5,6
Achtelfinale: Lazio Rom - VfB Stuttgart	Do.	14.03.2013	21:04	1,32	4,8	0,45	4,2
Achtelfinale: VfB Stuttgart - Lazio Rom	Do.	07.03.2013	18:59	1,55	5,3	0,65	6,3
Sechzehntelfinale: Hannover 96 - Anshi Machatschkala	Do.	21.02.2013	21:05	3,04	11,2	1,34	12,4
Sechzehntelfinale: Borussia Mönchengladbach - S.S. Lazio Rom	Do.	14.02.2013	21:04	3,09	10,7	1,17	10,3
6. Spieltag: Levante UD - Hannover 96	Do.	06.12.2012	21:04	2,20	8,1	0,83	7,9
5. Spieltag: Borussia Mönchengladbach - AEL Limassol	Do.	22.11.2012	21:03	2,65	8,9	0,94	7,7
4. Spieltag: Bayer Leverkusen - Rapid Wien	Do.	08.11.2012	21:04	2,29	8,0	0,84	7,2
3. Spieltag: Borussia Mönchengladbach - Olympique Marseille	Do.	25.10.2012	21:04	2,71	9,0	0,95	7,6
2. Spieltag: Borussia Mönchengladbach - Fenerbahce Istanbul	Do.	04.10.2012	21:04	2,80	10,0	1,11	9,9
1. Spieltag: Twente Enschede - Hannover 96	Do.	20.09.2012	21:05	2,51	9,6	0,97	9,2
Ø Qualifikation Saison 2012/13				1,41	5,9	0,59	6,4
Qualifikation: Hannover 96 - Slask Wroclaw	Do	30.08.2012	20:45	2,39	8,7	1,06	9,8
Qualifikation: VfB Stuttgart - Dynamo Moskau	Di	28.08.2012	18:15	1,04	6,0	0,33	5,4
Qualifikation: Slask Wroclaw - Hannover 96	Do	23.08.2012	20:45	2,27	8,8	0,94	9,3
Qualifikation: VfB Stuttgart - Dynamo Moskau	Mi	22.08.2012	18:15	1,08	5,9	0,35	5,4
Qualifikation: Hannover 96 vs. FC St. Patrick's Athletic	Do	09.08.2012	20:30	0,56	2,0	0,31	2,8
Qualifikation: FC St. Patrick's Athletic vs. Hannover 96	Do	02.08.2012	20:43	1,06	4,0	0,52	5,0
Ø Saison 2011/12				2,71	9,6	1,06	9,5
Finale: Atlético Madrid vs. Athletic Bilbao	Mi	09.05.2012	20:43	2,08	7,2	0,98	8,4
Halbfinale Rückspiel: Live-Konferenz FC Valencia vs. Atletico Madrid und Ath	Do	26.04.2012	21:05	1,27	4,8	0,55	5,0
Halbfinale Hinspiel: Live-Konferenz Atletico Madrid vs. FC Valencia und Spo	Do	19.04.2012	21:03	1,21	4,5	0,48	4,3
Viertelfinale Rückspiel: Live-Konferenz Hannover 96 vs. Atletico Madrid und Ath	Do	05.04.2012	21:05	4,15	13,8	1,79	14,7
Viertelfinale Hinspiel: Atletico Madrid - Hannover 96	Do	29.03.2012	21:05	1,67	5,7	0,70	5,9
Achtelfinale Rückspiel: FC Schalke 04 - Twente Enschede	Do	15.03.2012	21:05	4,36	15,2	1,66	13,9
Achtelfinale Rückspiel: Hannover 96 - Standard Lüttich	Do	15.03.2012	19:00	2,66	9,2	1,03	9,7
Achtelfinale Hinspiel: Standard Lüttich - Hannover 96	Do	08.03.2012	21:03	3,28	11,5	1,45	12,2
Achtelfinale Hinspiel: Twente Enschede - FC Schalke 04	Do	08.03.2012	18:59	2,53	8,6	0,98	9,4
Sechzehntelfinale: FC Schalke 04 - FC Viktoria Pilsen (inkl. Verlängerung)	Do	23.02.2012	21:05	4,11	15,3	1,59	14,1
Sechzehntelfinale: FC Brügge - Hannover 96	Do	23.02.2012	19:00	2,90	9,6	1,12	10,3
Sechzehntelfinale: Hannover 96 - FC Brügge	Do	16.02.2012	21:04	2,88	9,7	1,15	9,7
Sechzehntelfinale: FC Viktoria Pilsen - FC Schalke 04	Do	16.02.2012	18:59	2,32	7,7	0,91	8,3
6. Spieltag: Hannover 96 - Worskla Poltawa	Do	15.12.2011	18:58	1,68	5,8	0,62	5,9
5. Spieltag: Standard Lüttich - Hannover 96	Mi	30.11.2011	21:04	2,78	9,9	1,08	9,7
3. Spieltag: Hannover 96 - FC Kopenhagen	Do	20.10.2011	21:04	2,98	10,4	0,96	8,3
3. Spieltag: AEK Larnaca - FC Schalke 04	Do	20.10.2011	18:59	2,42	8,4	0,81	7,6
2. Spieltag: Worskla Poltawa - Hannover 96	Do	29.09.2011	21:04	2,93	10,9	1,10	9,5
2. Spieltag: FC Schalke 04 - Maccabi Haifa	Do	29.09.2011	18:59	2,83	10,9	1,11	11,4
1. Spieltag: Steaua Bukarest - FC Schalke 04	Do	15.09.2011	21:04	3,25	12,1	1,28	11,2
1. Spieltag: Hannover 96 - Standard Lüttich	Do	15.09.2011	19:00	2,23	8,7	0,85	9,0
Ø Saison 2010/11				0,89	3,3	0,44	3,9
Halbfinale: Live-Konferenz Villarreal vs. FC Porto und Sporting Braga vs. Benfica Lissabon	Do	05.05.2011	21:04	0,76	2,9	0,36	3,3
Halbfinale: FC Porto vs. FC Villarreal	Do	28.04.2011	21:05	1,04	3,7	0,52	4,4
Ø Saison 2009/10				0,65	2,2	0,33	2,6
Viertelfinale Rückspiel: VfL Wolfsburg - FC Fulham	Do	08.04.2010	21:05	0,76	2,6	0,34	2,7
Viertelfinale Hinspiel: FC Fulham - VfL Wolfsburg	Do	01.04.2010	21:04	0,53	1,8	0,31	2,6

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland/Audience Research

Anlage 2.3: Übersicht UEFA Europa League 2009/10-2012/13

Übersicht UEFA Europa League 2009/10 - 2012/13

Top 10 Spiele SAT.1

Sender	Spiel	Tag	Datum	Beginn	Zusch. gesamt		Erw. 14-49 J.	
					Mio	MA in %	Mio	MA in %
SAT.1	Halbfinale Rückspiel: FC Fulham - Hamburger SV	Do	29.04.2010	21:04	6,41	23,0	2,66	22,2
SAT.1	Halbfinale Hinspiel: Hamburger SV - FC Fulham	Do	22.04.2010	21:04	5,79	20,8	2,32	18,9
SAT.1	Viertelfinale Rückspiel: Standard Lüttich - Hamburger SV	Do	08.04.2010	21:04	5,71	19,6	2,22	17,7
SAT.1	Gruppenphase 6. Spieltag: FC Sevilla - Borussia Dortmund	Mi	15.12.2010	21:04	5,37	17,8	2,09	16,5
SAT.1	Viertelfinale Hinspiel: Hamburger SV - Standard Lüttich	Do	01.04.2010	21:04	4,99	17,0	1,83	15,1
SAT.1	Gruppenphase 4. Spieltag: Paris St. Germain - Borussia Dortmund	Do	04.11.2010	21:04	4,83	17,0	1,78	14,9
SAT.1	4. Spieltag: FC Schalke 04 - AEK Lamaca	Do	03.11.2011	21:04	4,82	17,2	1,82	15,8
SAT.1	Achtelfinale Hinspiel: FC Valencia - Werder Bremen	Do	11.03.2010	21:05	4,62	16,7	1,68	14,5
SAT.1	Gruppenphase 3. Spieltag: Celtic Glasgow - Hamburger SV	Do	22.10.2009	21:04	4,50	16,0	1,52	12,6
SAT.1	Gruppenphase 5. Spieltag: Hamburger SV - Rapid Wien	Mi	02.12.2009	21:04	4,46	15,9	1,57	13,7

Top 10 Spiele kabel eins

Sender	Spiel	Tag	Datum	Beginn	Zusch. gesamt		Erw. 14-49 J.	
					Mio	MA in %	Mio	MA in %
kabel eins	Achtelfinale Rückspiel: FC Schalke 04 - Twente Enschede	Do	15.03.2012	21:05	4,36	15,2	1,66	13,9
kabel eins	Viertelfinale Rückspiel: Live-Konferenz Hannover 96 vs. Atletico Madrid und Ath	Do	06.04.2012	21:05	4,15	13,8	1,79	14,7
kabel eins	Sechzehntelfinale: FC Schalke 04 - FC Viktoria Pilsen (inkl. Verlängerung)	Do	23.02.2012	21:05	4,11	15,3	1,59	14,1
kabel eins	Achtelfinale Hinspiel: Standard Lüttich - Hannover 96	Do	08.03.2012	21:03	3,28	11,5	1,45	12,2
kabel eins	1. Spieltag: Steaua Bukarest - FC Schalke 04	Do	15.09.2011	21:04	3,25	12,1	1,28	11,2
kabel eins	Sechzehntelfinale: Borussia Mönchengladbach - S.S. Lazio Rom	Do	14.02.2013	21:04	3,09	10,7	1,17	10,3
kabel eins	Sechzehntelfinale: Hannover 96 - Anshi Machatschkala	Do.	21.02.2013	21:05	3,04	11,2	1,34	12,4
kabel eins	3. Spieltag: Hannover 96 - FC Kopenhagen	Do	20.10.2011	21:04	2,98	10,4	0,96	8,3
kabel eins	2. Spieltag: Worskla Poltawa - Hannover 96	Do	29.09.2011	21:04	2,93	10,9	1,10	9,5
kabel eins	Finale: Benfica Lissabon - FC Chelsea	Mi	15.05.2013	20:44	2,93	10,7	1,31	12,5

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/ TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland/Audience Research

Anlage 2.4: Saisonschnitte Sat.1 und kabel eins

SAT.1	Ø Saison 2009/10	25	3,91	13,9	1,45	12,7
SAT.1	Ø Saison 2010/11	18	3,46	12,1	1,23	10,9
SAT.1	Ø Saison 2011/12	5	3,75	13,1	1,33	11,7

Saisonschnitte kabel eins

Sender	Saison	Anzahl Spiele	Zusch. gesamt		Erw. 14-49 J.	
			Mio	MA in %	Mio	MA in %
kabel eins	Ø Saison 2009/10	2	0,65	2,2	0,33	2,6
kabel eins	Ø Saison 2010/11	2	0,89	3,3	0,44	3,9
kabel eins	Ø Saison 2011/12	21	2,71	9,6	1,06	9,5
kabel eins	Ø Saison 2012/13 (ohne Qualifikatio	15	2,18	7,9	0,89	8,2

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope/ProSiebenSat.1 TV Deutschland/Audience Research

Anlage 2.5: Quotenübersicht 'ran' Boxen ab 2010

	Marktanteil (%)		Reichweite (Mio.)	
	14-49 J.	Z 3+	14-49 J.	Zuschauer 3+
Kretschmann vs. Bakhtov 27.03.2010, ab 23 Uhr	14,0	18,3	1,03	2,78
Sturm vs. Lorenzo 04.09.2010, ab 23 Uhr	22,6	28,2	1,80	5,27
Stieglitz vs. Ornelas 20.11.2010, ab 23 Uhr	8,9	13,0	0,82	2,67
Sturm vs. Hearn 19.02.2011, ab 23 Uhr	17,4	22,0	1,66	4,74
Stieglitz vs. Gevor 09.04.2011, ab 23 Uhr	14,1	18,4	1,10	3,26
Theiss vs. Su-Jeong Lim 28.05.2011, ab 23 Uhr	14,1	14,8	1,01	2,35
Sturm vs. Macklin 25.06.2011, ab ca. 22.45 Uhr	18,7	23,8	1,54	4,55
Theiss vs. Zueva, 26.08.2011, ab ca. 22.45 Uhr	9,1	8,3	0,58	1,26
Sturm vs. Murray, 2.12.2011, ab 22.15 Uhr	20,8	22,8	1,87	4,34
Theiss vs. Müllerova 16.12.11, ab 22.45 Uhr	13,8	8,7	1,37	2,03
Theiss vs. Zerajic 2.03.2012, ab 22.45 Uhr	11,9	10,2	1,03	2,16
Sturm vs. Zbik 13.04.2012, ab ca. 22.45 Uhr	16,9	18,8	1,56	3,98
Theiss vs. Fucz, 18.05.2012, ab ca. 23 Uhr	8,4	7,3	0,69	1,36
Sturm vs. Geale 2.09.2012, ab ca. 22.45 Uhr	20,9	23,9	1,48	4,02
„ran Boxen: Die Super Fight Night“ – powered by Sturm: Kentikian vs. Moreno (ab 23.05 Uhr)	6,3	7,4	0,57	1,55

	Marktanteil (%)		Reichweite (Mio.)	
	14-49 J.	Z 3+	14-49 J.	Zuschauer 3+
Theiss vs. Samardzic 7.12.2012, ab ca. 23 Uhr	12,1	9,2	0,92	1,70
Sturm vs. Soliman 1.02.2013, ab ca. 23.20 Uhr	13,0	16,9	0,87	2,58
Theiss vs. Le-Mée 22.02.2013, ab ca. 23.20 Uhr	11,0	9,4	0,82	1,71
Theiss – Stavrova, 7.06.13, ab ca. 23 Uhr	6,4	6,5	0,47	1,18
Sturm vs. Radosevic 6.07.2013, ab ca. 23 Uhr	14,8	15,9	0,98	2,77
Stieglitz vs. Kiyota 13.07., ab ca. 23 Uhr	12,1	14,8	0,87	2,70
Stieglitz vs. Ekpo 19.10.2013, ab ca. 23.30 Uhr	9,0	12,6	0,65	2,09

eigene grafische Darstellung

Anlage 2.6: Sportlizenzen von 1992 bis heute

Sportart	Lizenz	Zeitraum	Sender	Anmerkung
Fußball	Fußball Bundesliga	1992- 2003	Sat. 1	
	UEFA Champions League	2003-2006 2007-2009 2009-2012		2003- 2006 nicht unter der Marke 'ran'/ 2007-2009 unter dem Namen Champions TV
	UEFA CUP/ seit 2009 UEFA Europa League	2007-2009 2009-2012 2012-2015	Sat. 1 Sat. 1 kabel eins	kabel eins hat bereits 2010 einzelne Spiele der EL übertragen
	UEFA Super Cup	2009-2012	Sat. 1	
	Telekom Cup (2013) Liga total!-Cup (2010-2012) T-Home Cup (2009)	2009- heute	Sat. 1	
	U21-Europameisterschaft	2004 2013	Sat. 1 kabel eins	nicht unter der Marke ran gezeigt
	ran Jahrhundertspiel	2012 bis heute	kabel eins	
Boxen/ Kickboxen	u.a Felix Sturm, Robert Stieglitz, Christine Theiss, Christina Hammer, Julia Immen	1998-2001 2010- heute	Sat. 1/ Kabel eins	Sturm, Stieglitz, Theiss auf Sat. 1 Hammer und Immen auf kabel eins
American Football	Superbowl	1999-2003 2012- heute	Sat. 1	
	Conference Finals der NFL	Seit 2013		
Basketball	Basketball Bundesliga	2000- 2003 2012- heute	Sat. 1 kabel eins	Seit 2012 nur noch ausgewählte Spiele
Motorsport	ADAC GT Masters	2010 bis heute	kabel eins	
	24 Stunden von Le Mans	2011-2011	Sat. 1	
	Race of Champions	2011-heute	Sat. 1	
Tennis	Fed Cup	2013-heute	Sat. 1 Gold	Sat. 1 hat mit dem DTB einen zehnjahres Vertrag abgeschlossen
	Davis Cup	2013-heute		
	WTA	2013-heute	ran.de/ Sat. 1 Gold	
Beachvolleyball	Beachvolleyball EM 2013	2013-2013	SIXX	übertragen wurden: zwei Halbfinals, Spiel um Platz drei, sowie das Finale
Extrem- Funsport	X-Games	2013-2013	ProSieben Fun/ ProSieben	
Golf	BMW International Open	2011-2011	Sat. 1	

eigene grafische Darstellung

Anlage 2.7: Kostenentwicklung für die Fernsehübertragungsrechte an der Fußball-Bundesliga

	Rechte- Erwerber	Programm	Rechte- Preis/ in Mio.€
1965- 1969	ARD/ZDF	ARD/ZDF	0,33
1969- 1974	ARD/ZDF	ARD/ZDF	1,33
1974- 1978	ARD/ZDF	ARD/ZDF	2,25
1978- 1983	ARD/ZDF	ARD/ZDF	3,44
1983- 1988	ARD/ZDF	ARD/ZDF	4,09
1988- 1991	UFA	RTL	20,25
1991- 1994	UFA	RTL/ Premiere	40,9
1994- 1999	ISPR	Sat. 1/ Premiere	112,48
1999- 2000	ISPR+ UFA	Sat. 1/ Premiere	168,73
2000- 2001	Kirch- Gruppe	Sat. 1/ Premiere	355
2001- 2002	Kirch- Gruppe	Sat. 1/ Premiere	328
2002- 2003	Kirch Sport	Sat. 1/ Premiere	290
2004- 2006	Infront	ARD/DSF/Premiere	290,99
2006- 2009	ARD/ DSF/ Premiere	ARD/DSF/Premiere	300
2009- 2013	ARD/ Sky/ DSF	ARD/DSF/Arena	412
2013- 2017	Sky/ ARD/ ZDF/ Sport1 Axel Springer	ARD/Sky/Sport. 1/ ZDF	628

eigen grafische Darstellung

Quelle: 'Kirchkrise als Bremse...', news.de

Anlage 2.8: Die Top Twenty 2012

DIE TOP TWENTY 2012

Zuschauer Gesamt, alle Sender, Montag-Sonntag, 03:00-03:00 Uhr
Mindestsendungslänge 10 Minuten

Platz	Sender	Titel	Datum	Beginn	Dauer	Sehbet. Mio	Sehbet. %	MA
1.	ARD Das Erste	EURO live: Deutschland - Italien	28.06.2012	20:46:01	1:38:32	27,99	38,9	76,6
2.	ARD Das Erste	EURO live: Dänemark - Deutschland	17.06.2012	20:43:52	1:37:09	27,67	38,5	74,1
3.	ZDF	ZDF FB EM live: Niederlande - Deutschland	13.06.2012	20:45:08	1:35:07	27,28	37,9	74,8
4.	ZDF	ZDF FB EM live: Deutschland - Griechenland	22.06.2012	20:46:11	1:35:14	26,92	37,4	77,7
5.	ARD Das Erste	EURO live: Deutschland - Portugal	09.06.2012	20:44:24	1:40:58	22,38	31,1	69,2
6.	ZDF	ZDF FB EM live: Moderation	13.06.2012	20:34:36	0:23:01	21,44	29,8	64,7
7.	ZDF	ZDF FB EM live: Moderation	22.06.2012	20:34:25	0:28:50	21,40	29,7	67,8
8.	ZDF	ZDF FB EM live: Spanien - Italien	01.07.2012	20:47:22	1:34:02	20,31	28,2	56,1
9.	ZDF	ZDF FB EM live: Portugal - Spanien	27.06.2012	20:46:05	2:15:13	19,66	27,3	61,9
10.	ARD Das Erste	Euro live: England - Italien	24.06.2012	20:43:10	2:28:01	19,33	26,9	56,1
11.	SAT.1	ran - UEFA Champions League: FC Bayern München - FC Chelsea - Elfmeter	19.05.2012	23:17:34	0:13:49	19,24	26,7	68,2
12.	SAT.1	ran - UEFA Champions League: FC Bayern München - FC Chelsea - Verlängerung	19.05.2012	22:39:09	0:35:55	17,57	24,4	39,3
13.	SAT.1	ran - UEFA Champions League: FC Bayern München - FC Chelsea (2. HZ)	19.05.2012	21:46:27	0:49:57	17,46	24,3	35,6
14.	ARD Das Erste	EURO live: Studio	17.06.2012	20:15:27	1:21:26	15,07	20,9	53,4
15.	ZDF	ZDF FB EM live: Moderation	27.06.2012	20:34:07	0:34:20	15,06	20,9	53,3
16.	SAT.1	ran - UEFA Champions League: FC Bayern München - FC Chelsea (1. HZ)	19.05.2012	20:44:57	0:46:37	14,73	20,5	47,7
17.	ARD Das Erste	EURO live: Studio	09.06.2012	20:15:31	1:14:12	14,17	19,7	52,3
18.	SAT.1	ran - UEFA Champions League - Elfmeter	25.04.2012	23:12:46	0:10:44	14,02	19,5	58,0
19.	ZDF	ZDF FB EM live: Tschechien - Portugal	21.06.2012	20:45:03	1:36:07	13,92	19,4	45,5
20.	ZDF	ZDF SPORTextra: FB DFB Dortmund - Bay.München	12.05.2012	20:00:31	1:35:24	13,84	19,0	44,0

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel D+EU, 01.01.2012-31.12.2012

Anlage 2.9: Top Twenty – erstes Halbjahr 2013

TOP TWENTY – ERSTES HALBJAHR 2013

Zuschauer Gesamt, alle Sender, Montag-Sonntag, 03:00-03:00 Uhr

Mindestsendungslänge 10 Minuten

Platz	Sender	Titel	Datum	Beginn	Dauer	Mio.	MA in %
1.	ZDF	ZDF SPORTextra: FB CL Dortmund-Bay.München	25.05.2013	20:46:13	1:33:52	30,11	61,70
2.	ZDF	ZDF SPORTextra: FB CL FC Barcelona-Bay.München	01.05.2013	20:45:09	1:31:38	22,17	46,13
3.	ZDF	ZDF SPORTextra: FB CL Dortmund-Real Madrid	24.04.2013	20:45:19	1:35:36	19,08	43,70
4.	ARD	Tatort: Summ, Summ, Summ	24.03.2013	20:16:04	1:28:19	18,10	34,15
5.	ARD	Tatort: Willkommen in Hamburg	10.03.2013	20:16:01	1:30:06	17,75	33,61
6.	ARD	DFB-Pokalfinale Herren: Bayern München - VfB Stuttgart	01.06.2013	20:00:10	1:38:58	17,58	40,31
7.	ZDF	heute-journal / Wetter	24.04.2013	21:32:07	0:10:02	16,51	35,91
8.	ZDF	ZDF SPORTextra: Moderation	25.05.2013	19:24:40	2:03:47	16,36	41,45
9.	ZDF	ZDF SPORTextra: FB CL Turin-Bay.München	10.04.2013	20:45:05	1:34:08	16,09	36,37
10.	ARD	DFB-Pokal-Viertelfinale: FC Bayern München - Borussia Dortmund	27.02.2013	20:34:13	1:43:00	16,03	34,27
11.	ARD	Fußball-WM Qualifikationsspiel: Deutschland - Kasachstan	26.03.2013	20:45:46	1:35:10	14,95	34,59
12.	ARD	Tatort: Trautes Heim	21.04.2013	20:16:23	1:26:58	14,38	28,67
13.	ARD	Tatort: Spiel auf Zeit	26.05.2013	20:15:31	1:28:10	14,27	28,37
14.	ARD	Brennpunkt: Sintflut statt Sommer	02.06.2013	20:15:09	0:15:06	14,06	30,18
15.	ARD	Tatort: Feuerteufel	28.04.2013	20:17:18	1:24:41	14,03	27,80
16.	ARD	Tatort: Kaltblütig	13.01.2013	20:16:02	1:28:33	14,03	26,00
17.	ZDF	heute-journal / Wetter	10.04.2013	21:32:35	0:10:05	14,00	30,47
18.	ARD	Tatort: Die schöne Mona ist tot	03.02.2013	20:15:56	1:27:59	13,87	26,74
19.	ZDF	ZDF SPORTextra: Moderation	01.05.2013	20:14:55	1:13:19	13,63	34,89
20.	ARD	Tatort: Puppenspieler	24.02.2013	20:15:53	1:28:50	13,52	25,82

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel D+EU; 01.01.2013-30.06.2013

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

München den 24.12.2013

Merlin Desselberger