

Lokalfunk Wuppertal GmbH & Co. KG, Wuppertal

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2015 bis zum 31. Dezember 2015

Gewinn- und Verlustrechnung

	2015		Vorjahr
	EUR	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse		1.872.702,33	1.968.251,25
2. Sonstige betriebliche Erträge		23.151,71	16.192,62
3. Materialaufwand Aufwendungen für bezogene Leistungen		988.582,37	964.034,29
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	64.983,16		74.078,85
b) Soziale Abgaben	13.936,28		16.857,46
		78.919,44	
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlage- vermögens und Sachanlagen		18.451,26	26.175,61
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		379.394,66	372.840,81
7. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		4.062,54	4.020,48
8. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		426.443,77	526.436,37
9. Steuern vom Ertrag		70.384,00	71.447,00
10. Jahresüberschuss		356.059,77	454.989,37
11. Gutschrift auf Gesellschafterkonten		-356.059,77	-454.989,37
12. Ergebnis nach Verwendungsrechnung		0,00	0,00

ANHANG
DER LOKALFUNK WUPPERTAL GMBH & CO. KG, WUPPERTAL
ZUM JAHRESABSCHLUSS 2015

I. Allgemeines

Der Jahresabschluss der Lokalfunk Wuppertal GmbH & Co. KG für das Geschäftsjahr 2015 wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches aufgestellt.

Für die Gewinn- und Verlustrechnung haben wir das Gesamtkostenverfahren nach § 275 Abs. 2 HGB gewählt.

Die Gesellschaft ist zwar nach den im § 264a i.V.m. § 267 HGB angegebenen Größenklassen eine kleine Gesellschaft, wendet aber gemäß dem Gesellschaftsvertrag hinsichtlich der Aufstellung des Jahresabschlusses freiwillig die Bestimmungen für große Kapitalgesellschaften an. Für die Offenlegung des Jahresabschlusses wird von den Erleichterungsvorschriften für kleine Kapitalgesellschaften Gebrauch gemacht.

Die Gesellschaft wird in den Konzernabschluss der Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH, Sitz Düsseldorf, einbezogen (größter Konsolidierungskreis). Der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 wird dem Bundesanzeiger übermittelt.

II. Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die Gegenstände des Anlagevermögens sind mit den Anschaffungskosten unter Berücksichtigung von Rabatten und Gutschriften bilanziert. Anschaffungsnebenkosten werden grundsätzlich aktiviert.

Die abnutzbaren Vermögensgegenstände werden linear abgeschrieben.

Folgende konzerneinheitliche Nutzungsdauern für immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen werden hierbei zugrunde gelegt:

Betriebs- und Geschäftsausstattung	5 – 30 Jahre
EDV-Anlagen/ IT	3 – 5 Jahre

Die geringwertigen Vermögensgegenstände werden im Einzelwert bis € 410,00 im Zugangsjahr voll abgesetzt.

Soweit erforderlich, wurde bei den Finanzanlagen ein niedrigerer Wert angesetzt.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sowie Guthaben bei Kreditinstituten und Kassenbestände sind mit dem Nennwert bilanziert.

Die erkennbaren Risiken bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind durch Einzelwertberichtigungen sowie durch eine Pauschalwertberichtigung abgedeckt.

Der Ausweis und die Darstellung des Eigenkapitals erfolgt gemäß § 264c i.V.m. § 272 HGB unter Berücksichtigung des Gesellschaftsvertrags.

In den sonstigen Rückstellungen sind alle im Zeitpunkt der Bilanzerstellung erkennbaren Einzelrisiken und ungewisse Verbindlichkeiten berücksichtigt. Sie sind in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags angesetzt.

Die Verbindlichkeiten sind mit dem Erfüllungsbetrag ausgewiesen.

III. Bilanz erläuterungen

Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist in der Anlage dargestellt.

Als Finanzanlagen sind die Anteile an der Komplementärin Lokalfunk Wuppertal Beteiligungsgesellschaft mbH, Wuppertal, zum Nennwert ausgewiesen (Eigenkapital zum 31. Dezember 2015: € 63.385,70, Jahresüberschuss: € 2.188,32).

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Alle Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben wie im Vorjahr eine Restlaufzeit bis zu einem Jahr.

Insgesamt sind hierin Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von T€ 13 (Vorjahr: T€ 23) enthalten.

Alle Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren wie im Vorjahr aus dem laufenden Liefer- und Leistungsverkehr.

Rückstellungen

Bei den sonstigen Rückstellungen handelt es sich im Wesentlichen um Prüfungskosten in Höhe von T€ 10 und um Rückstellungen für ausstehende Rechnungen in Höhe von T€ 11.

Verbindlichkeiten

Alle Verbindlichkeiten sind wie im Vorjahr innerhalb eines Jahres fällig.

In den Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern sind Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von T€ 317 (Vorjahr: T€ 387) enthalten.

Alle Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen resultieren wie im Vorjahr aus dem laufenden Liefer- und Leistungsverkehr.

Die sonstigen Verbindlichkeiten beinhalten Verbindlichkeiten aus Steuern in Höhe von T€ 25 (Vorjahr T€ 13).

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Sonstige finanzielle Verpflichtungen betrugen zum 31. Dezember 2015 insgesamt T€ 90 (Vorjahr T€ 81) und ergeben sich aus Miet- und Leasingverträgen.

Die künftigen sonstigen finanziellen Verpflichtungen sind folgendermaßen fällig:

	31.12.2015	31.12.2014
	T€	T€
Fällig innerhalb 1 Jahres	41	67
Fällig 1 bis 5 Jahre	49	14
Gesamt	90	81

IV. Gewinn- und Verlustrechnung

Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse entfallen auf Hörfunkwerbung (einschließlich Partnerabrechnung und Erlöse radio NRW) in Höhe von T€ 1.654 (Vorjahr: T€ 1.692), auf Sponsoring mit T€ 168 (Vorjahr: T€ 232) und auf sonstige Erlöse mit T€ 64 (Vorjahr: T€ 60) abzüglich Skonti in Höhe von T€ 13 (Vorjahr: T€ 16). Die Umsatzerlöse wurden ausschließlich im Inland erzielt. In den Umsatzerlösen sind periodenfremde Umsatzerlöse von radio NRW in Höhe von T€ 1 (Vorjahr: T€ 9) enthalten.

Ergebnisverwendung

Der Jahresüberschuss in Höhe von € 356.059,77 wurde den Kommanditisten im Verhältnis ihrer Einlage auf ihre Privatkonten gutgeschrieben.

V. Sonstige Angaben

Bei der Gesellschaft waren im Geschäftsjahr durchschnittlich 2 Mitarbeiter (Vorjahr: 2 Mitarbeiter) und zum Bilanzstichtag 2 Mitarbeiter (Vorjahr: 2 Mitarbeiter) tätig.

Für das Geschäftsjahr 2015 beträgt das Honorar des Abschlussprüfers für Abschlussprüfungsleistungen TEUR 10 (Vorjahr TEUR 10).

Das Kommanditkapital der Gesellschaft beträgt € 520.000,00 und wird wie folgt gehalten:

Gesellschafter	Anteile in %
PFD Pressefunk GmbH	75,0
Stadt Wuppertal	<u>25,0</u>
	100,0

Persönlich haftende Gesellschafterin ist die Lokalfunk Wuppertal Beteiligungsgesellschaft mbH, Wuppertal, deren gezeichnetes Kapital € 26.000,00 beträgt.

Geschäftsführer der Lokalfunk Wuppertal GmbH & Co. KG ist die Lokalfunk Wuppertal GmbH, Wuppertal, vertreten durch ihren Geschäftsführer Herrn Uwe Peltzer, Mönchengladbach, Geschäftsführer der Radiogesellschaften der Rheinische Post Mediengruppe.

Wuppertal, 26. Februar 2016

Lokalfunk Wuppertal
GmbH & Co. KG

vertreten durch

Lokalfunk Wuppertal Beteiligungsgesellschaft mbH

LOKALFUNK WUPPERTAL GMBH & CO. KG. WUPPERTAL

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR

VOM 1. JANUAR 2015 BIS 31. DEZEMBER 2015

	Anschaffungskosten				Abschreibungen				Restbuchwert	
	Stand 1.1.2015 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Stand 31.12.2015 EUR	Stand 1.1.2015 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Stand 31.12.2015 EUR	31.12.2015 EUR	31.12.2014 EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände										
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	83.536,10	2.000,00	0,00	85.536,10	81.078,10	1.658,00	0,00	82.736,10	2.800,00	2.458,00
II. Sachanlagen										
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	530.543,86	22.526,57	337,31	552.733,12	470.188,86	17.130,57	337,31	486.982,12	65.751,00	60.355,00
III. Finanzanlagen										
Anteile an verbundenen Unternehmen	26.000,00	0,00	0,00	26.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	26.000,00	26.000,00
	640.079,96	24.526,57	337,31	664.289,22	551.266,96	18.788,57	337,31	569.718,22	94.551,00	88.813,00

**LOKALFUNK WUPPERTAL
GMBH & CO. KG, WUPPERTAL**

**LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR VOM
1. JANUAR 2015 BIS 31. DEZEMBER 2015**

1 Geschäft und Rahmenbedingungen

1.1 Rechtliche Rahmenbedingungen

Die Gesellschaft ist eine Betriebsgesellschaft gem. §§ 52 ff. LMG NRW. Zwischen der Gesellschaft und der Veranstaltergemeinschaft Radio Wuppertal e.V. wurde eine vertragliche Vereinbarung zur Veranstaltung und Verbreitung von lokalem Rundfunk im Verbreitungsgebiet Wuppertal abgeschlossen, in der die Grundpflichten gem. § 60 LMG NRW geregelt sind. Insbesondere stellt die Betriebsgesellschaft alle zur Produktion erforderlichen technischen Einrichtungen zur Verfügung und erstattet der Veranstaltergemeinschaft sämtliche entstandenen Kosten. Die Veranstaltergemeinschaft ist Inhaberin der Sendelizenz für das Verbreitungsgebiet Wuppertal. Gem. Landesmediengesetz ist eine 8-stündige Sendelizenz vorgesehen (§ 55 LMG NRW). Derzeit wird im Sender 12 Stunden lokales Programm produziert. 11 Stunden Sendezeit werden vom Mantelprogrammanbieter radio NRW, sowie 1 Stunde Bürgerfunk zugeiefert.

Die Entwicklung der Geschäftsaktivitäten des Senders ist durch die rechtlichen Bestimmungen (Landesmediengesetz NRW, „Zwei-Säulen-Modell“) weitgehend begrenzt: Die Sendelizenz gilt nur für das festgelegte Verbreitungsgebiet Wuppertal. Die Stadt Wuppertal gehört mit 343 Tsd. Einwohnern (2.035 Einwohner/qkm) zu den wirtschaftlich stärkeren Lizenzierungsgebieten in NRW.

Die föderalistische Struktur der Radiolandschaft in Deutschland steht einer optimalen Vermarktung nach wie vor im Wege, da es keine bundesweite Radiomarkte gibt. Der Marktanteil der Radiowerbung in Deutschland ist im internationalen Vergleich deshalb relativ gering. Überregionale Vermarktungsgesellschaften wie RMS sind zwar hilfreiche Instrumente, um den Markt möglichst optimal auszuschöpfen, sie können diese systembedingte Schwäche jedoch nicht ausgleichen.

1.2 Wirtschaftliches Umfeld

Nach vorläufigen Berechnungen des statistischen Bundesamtes zum Jahr 2015, ist das vergangene Jahr durch ein solides und stetiges Wirtschaftswachstum gekennzeichnet. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt lag um 1,7 % höher als im Vorjahr. Die rückblickende Betrachtung des Wirtschaftswachstums zeigt, dass es im Jahr 2015 wieder über dem Durchschnittswert der letzten zehn Jahre von +1,3 % lag. Auf der Verwendungsseite des BIP war der Konsum im Jahr 2015 der wichtigste Wachstumsmotor der deutschen Wirtschaft. Die privaten Konsumausgaben wuchsen um 1,9 %, die staatlichen sogar um 2,8 % gegenüber Vorjahr. Die Bruttoinvestitionen sanken auf Grund von Vorratsveränderungen um 0,5 %. Der Außenbeitrag, also die Differenz von Exporten und Importen, leistete einen vergleichsweise geringen Beitrag zum BIP-Wachstum (+0,2 %). Auf der Entstehungsseite trugen insbesondere das Produzierende Gewerbe und die Dienstleistungsbereiche zur wirtschaftlichen Belebung im Jahr 2015 bei, (Quelle: Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung 14.01.2016).

Die Bruttowerbeerlöse des Hörfunks in Deutschland konnten sich in 2015 erneut um 2,9 % gegenüber dem Vorjahr steigern und liegen damit prozentual über dem Wachstum des Jahresvergleiches 2013/14 (+2,2 %). Dennoch verbleibt das Wachstum des Hörfunks hinter dem Wachstum des Gesamtwerbemarktes (+3,4 %) zurück. Der Marktanteil des Hörfunks am Gesamtwerbemarkt ist um 0,1 Prozentpunkte auf nun 5,8 % marginal gesunken. Im regionalen Werbemarkt konnten radio NRW (+13,3 %) und noch deutlicher die Funk Kombi West (+21,0 %) die Bruttowerbeerlöse steigern, (Quelle: Nielsen Media Research).

Weiterhin verschärft sich in NRW der Wettbewerb des werbefinanzierten privaten Hörfunks mit dem öffentlich-rechtlichen WDR. Dabei bedient sich der WDR auf der Hörermarktseite in zunehmender Weise an Programmtools, mit denen der Privatfunk seit Jahren erfolgreich ist. Hinzu kommt die professionell aufeinander abgestimmte Programmausrichtung der WDR-Hörfunkprogramme, die sich auf alle Hörerzielgruppen und die Werbeindustrie ausrichtet. Umso schmerzhafter war für das NRW-Lokalfunksystem die Entscheidung der Landesanstalt für Medien, dem NRW-Privatfunk nicht die Frequenzen für das landesweite Jugendradio zuzuteilen, womit eine aussichtsreiche Option genommen wurde, sich zukünftig gegen die Flottenstrategie des WDR zur Wehr zu setzen. Auf der Vermarktungsseite verfolgt der WDR eine offensive Preisstrategie, die eine marktkonforme Preisbildung auf Seiten der privaten Anbieter konterkariert. Dennoch ist radio NRW mit 1,667 Mio. Hörern im Gesamtmarkt weiterhin Marktführer, und auch in der jungen Zielgruppe der 14-49-jährigen schlägt radio NRW mit 882.000 Hörern die junge Welle 1LIVE des WDR (818.000 Hörer). In Summe erreichen die zielgruppenrelevanten Sender (1LIVE und WDR 2) jedoch 1,280 Mio. Hörer brutto in der Zielgruppe 14-49 Jahre und sind somit unverändert starker Wettbewerber im Hörer- und Werbemarkt, (Quelle: ma 2015 Radio II Update, Durchschnittliche Stunde 6.00 bis 18.00 Uhr, Mo-Fr.)

2 Vermögenslage

Die Zu- und Abgänge des Sachanlagevermögens betrafen hauptsächlich Ersatzbeschaffungen im Bereich Büro-EDV, Klima- und Studioteknik (+24 T€). Insgesamt erhöhte sich das Anlagevermögen nach Berücksichtigung der planmäßigen Abschreibungen um 7 T€ auf 95 T€.

Im Folgejahr wird ein Umzug des Senders in neue Räumlichkeiten in die konkrete Planung aufgenommen. Hier ist ein Investitionsvolumen in Höhe von 200 T€ zu berücksichtigen. Weitere wesentliche Investitionsverpflichtungen sind nicht zu erwarten. Soweit Ersatzinvestitionen geplant sind, werden diese aus dem Cash Flow bestritten.

Bei einer Bilanzsumme von 1.107 T€ wird ein Eigenkapital von 520 T€ ausgewiesen.

3 Finanzlage

Gemäß § 5 und 6 des Gesellschaftsvertrages ist die Finanzierung durch Gesellschaftermittel vorgesehen.

Kapitalflussrechnung	<u>2015</u> T€	<u>2014</u> T€
Jahresüberschuss (+)	356	455
+/- Ab- /Zuschreibungen des Anlagevermögens	18	26
+/- Zunahme/Abnahme der kurzfristigen Rückstellungen	21	-23
-/+ Zunahme/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	73	-18
+/- Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	7	-15
= Cash flow aus laufender Geschäftstätigkeit	475	425
- Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-2	0
- Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-23	-21
= Cash flow aus der Investitionstätigkeit	-25	-21
- Auszahlungen an Gesellschafter	-457	-362
= Cash flow aus der Finanzierungstätigkeit	-457	-362
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	-7	42
+ Finanzmittelfonds zum Jahresanfang	934	892
= Finanzmittelfonds zum Jahresende	927	934

4 Ertragslage

Der Jahresüberschuss reduziert sich von 455 T€ im Vorjahr auf 356 T€ im Berichtsjahr. Zurückzuführen ist dies im Wesentlichen auf Umsatzeinbußen im lokalen Markt und weiterhin, wie schon im Vorjahr, bei radio NRW. Die sehr gute Entwicklung auf regionaler Ebene (Funk-Kombi West) konnte diese Rückgänge nur bedingt kompensieren. Die einzelnen Erlössegmente entwickelten sich wie folgt:

Umsatz	2015		2014		Veränderung	
	T€	%	T€	%	T€	%
Umsatzerlöse Lokal	779	41,6	907	46,0	-128	-14,1
Umsatzerlöse Funk-Kombi West	503	26,9	332	16,9	171	51,5
Umsatzerlöse radio NRW	551	29,4	696	35,4	-145	-20,8
Sonstige Erlöse	40	2,1	33	1,7	7	-21,2
Summe Umsatz	1.873	100,0	1.968	100,0	-95	-4,8

Einen wesentlichen Einfluss auf die Umsatzentwicklung haben die sogenannten Hörerreichweiten. Die Hörerreichweiten (E.M.A.) entwickelten sich wie folgt:

Hörerreichweiten	E.M.A.	E.M.A.	E.M.A.	E.M.A.
	2015 II	2015 I	2014 II	2014 I
Hörer gestern Mo-Fr	40,4 %	41,2 %	45,7 %	42,2 %
Durchschnittsstunde 6-18 Uhr Mo-So	9,9 %	11,5 %	13,3 %	12,2 %
Verweildauer Mo-So	165	201	219	198

Hier zeichnete sich in den EMA Wellen aus dem Jahr 2015 ein rückläufiger Trend in der ausschüttungsrelevanten Durchschnittsstunde ab, der sich jedoch in den jüngsten Trends nun wieder zu stabilisieren scheint. Insgesamt ist die Reichweite des Senders im Landesvergleich jedoch auf einem hohen Niveau.

Der Betriebsaufwand in Höhe von 1.465 T€ liegt annähernd bei den Etatansätzen und stabil auf Vorjahresniveau.

Betriebsaufwand	2015		2014		Veränderung	
	T€	%	T€	%	T€	%
Materialaufwand	38	2,6	38	2,6	0	0,0
Personalaufwand	79	5,4	91	6,3	-12	-13,2
Abschreibungen	18	1,2	26	1,8	-8	-30,8
Kostenerstattung Veranstaltergemeinschaft	951	64,9	926	63,6	25	2,7
Übriger sonstiger betrieblicher Aufwand	379	25,9	373	25,7	6	1,6
Summe Betriebsaufwand	1.465	100,0	1.454	100,0	11	0,8

Die Geschäftsführung erwartete für das Geschäftsjahr 2015 einen Jahresüberschuss deutlich unterhalb des Vorjahresniveaus. Der Geschäftsverlauf des Berichtsjahres hat im Ergebnis die Prognosen der Geschäftsleitung übertroffen, bedingt durch die außergewöhnlich gute Marktausschöpfung der Funk-Kombi West. Umsatzrückgänge lokal und bei radio NRW wurden in der Jahresplanung berücksichtigt und haben sich auch realisiert. Da die Aufwandseite relativ fixe Strukturen aufweist, ist die Entwicklung der drei relevanten Umsatzerlösarten Lokal, Funk-Kombi West und Vertriebsvergütung radio NRW von entscheidender Bedeutung.

5 Prognosebericht

Für das Geschäftsjahr 2016 wird mit einer relativ stabilen wirtschaftlichen Gesamtentwicklung und gleichbleibenden Hörerreichweiten auf regionaler und landesweiter Ebene gerechnet.

Im lokalen Markt ist davon auszugehen, dass in 2016 das eher untypisch niedrige Umsatzniveau des Vorjahres wieder angehoben werden kann. Die Umsätze aus der Funk-Kombi West werden in 2016 hingegen kaum an das außergewöhnlich hohe Niveau des Vorjahres heranreichen können. Hier sind zweistellige prozentuale Rückgangsraten nicht auszuschließen und in der Planung entsprechend berücksichtigt. Radio NRW prognostiziert Vertriebsprovisionen für 2016 in Höhe von insgesamt 18,7 Mio. €. Auch wenn dies eine Reduzierung der Vergütung im Vergleich mit dem Jahr 2013 um rund 23 % bedeutet, ist die Prognose als sehr optimistisch einzuschätzen. Ob die Umsätze in einzelnen Etatpositionen, wie beispielsweise bei den Telefonmehrwertgewinnspielen oder den Digitalerlösen, tatsächlich in der geplanten Höhe generiert werden können, ist fraglich. Der hausinterne Planungsansatz für die Zuflüsse von Seiten radio NRW wurde aus diesem Grund mit 17,2 Mio. € angesetzt. Bei rückläufigen Vertriebsprovisionen insgesamt und einer zuletzt rückläufigen Reichweite von Radio Wuppertal zur ausschüttungsrelevanten EMA muss mit niedrigeren Zuflüssen von radio NRW gerechnet werden.

Die Gesamtkosten der Gesellschaft werden in den nächsten zwei Jahren relativ konstant bleiben, so dass in der Gesamtbetrachtung weiterhin von positiven Jahresergebnissen ausgegangen werden kann. Wegen der unsicheren Entwicklung der Umsatzerlöse wird für das Geschäftsjahr 2016 allerdings ein deutlicher Ergebnismrückgang erwartet.

6 Chancen- und Risikobericht

Durch die weiterhin bestehenden gesamtwirtschaftlichen Planungsunsicherheiten (Finanz-, Währungs- und Konjunkturkrisen insbesondere im außenwirtschaftlichen Umfeld) bleibt auch die wirtschaftliche Entwicklung des Senders kaum seriös prognostizierbar. Wir gehen von einem anhaltend schwierigen, aber dennoch relativ stabilen wirtschaftlichen Umfeld aus.

Aufgrund der inzwischen seit einigen Jahren zu beobachtenden fehlenden Langfristigkeit bei der Werbeplanung des Kunden sind die Einbuchungen der Spots überwiegend kurzfristig. Zudem kann sich ein Ausfall von wenigen Großkundenaufträgen, insbesondere im lokalen Bereich und bei der Funk-Kombi West, erheblich auf den Gesamtumsatz auswirken. Die Planung der Umsatzerlöse ist somit von großer Unsicherheit geprägt. Gut die Hälfte des Umsatzes wird von den regionalen und landesweiten Vermarktungsgesellschaften (Funk-Kombi West / radio NRW) generiert. Dieser relativ hohe Anteil führt dazu, dass Radio Wuppertal auf ein funktionsfähiges flächendeckendes Lokalfunksystem angewiesen ist, da der Sender auf die Entwicklung der regionalen und überregionalen Umsätze, und somit auf einen Großteil seines Gesamtumsatzes, nur geringen Einfluss hat. So kann beispielsweise eine durch Reichweitenverluste auf radio NRW-Ebene verursachte Gesamtumsatzeinbuße nur bedingt durch eine Reichweitensteigerung des lokalen Senders ausgeglichen werden.

Im bundesweiten Vergleich haben die Privatradios im letzten Jahr gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Hörermarkt an Zuspruch verloren. Die bundesweite Vermarktung der Privatradios durch die RMS Radio Marketing Service GmbH, Hamburg, entwickelt sich in der Folge auch rückläufig. In NRW hat sich in den letzten Jahren das Wettbewerbsverhältnis des Lokalfunks gegenüber den werbetreibenden WDR-Programmen schleichend, aber nachhaltig verschlechtert. Der Lokalfunk hat gegenüber der Werbekombination „Best of 14-49“ des WDR die Marktführerschaft verloren und liegt mittlerweile um mehr als 500.000 Hörer in der Durchschnittsstunde hinter dem WDR. Aus dieser negativen Entwicklung im Hörer- und daraus folgend auch im Werbemarkt resultiert der Rückgang der von radio NRW zur Ausschüttung gebrachten Vertriebsvergütung für das Jahr 2015 und in der Prognose auch für das Jahr 2016.

Durch die sinkenden Werbeerlöse beim Rahmenprogrammanbieter radio NRW stieg in den letzten Jahren die Abhängigkeit von landesweiten Telefonmehrwertgewinnspielen. Diese Gewinnspiele sind eine weitere Möglichkeit, um durch kostenpflichtige Anrufe der Hörer Umsatz zu generieren. In der Planung von radio NRW für das Jahr 2016 decken diese Einnahmen fast 20 % der Vertriebsvergütung. Von den Veranstaltergemeinschaften und Chefredakteuren werden diese Gewinnspiele allerdings mehrheitlich kritisch bewertet. Darüber hinaus zeigt die Erfahrung aus anderen Radiomärkten, dass der wiederholte Einsatz dieser Gewinnspiele zu einer Übersättigung der Hörschaft führen kann. Hier besteht dann zum einen die Gefahr, dass die Beteiligung der Hörer am Gewinnspiel in Form der kostenpflichtigen Anrufe zurückgeht, und zum anderen die Hörer aufgrund der mangelnden Attraktivität des Gewinnspiels um- bzw. abschalten. Beides hat dann direkte Auswirkungen auf die generierbaren Erlöse.

Der bereits im Jahr 2014 einsetzende Diskurs auf den verschiedenen Ebenen des Lokalfunksystems über eine grundlegende Reformierung der Zusammenarbeit mit Blick auf Mantel- und Lokalprogramm und eine Anpassung an die sich rasant verändernden Marktbedingungen wurde im Jahr 2015 intensiv weiter fortgeführt. Flankiert wurde dies durch die personelle Neuausrichtung der Geschäftsführung und der Programmdirektion beim Mantelprogrammanbieter radio NRW im März 2015.

Während der WDR mit seiner Flottenstrategie in den letzten Jahren eine nachhaltig positive, stark am Hörermarkt orientierte Zukunftsausrichtung durchsetzen konnte, herrschte im NRW Lokalfunk relativer Stillstand. Aufgrund der gesetzgeberischen Vorschriften im Landesmediengesetz ist das „Zwei-Säulen-Modell“ aus Veranstaltergemeinschaften und Betriebsgesellschaften weitgehend unflexibel und kaum in der Lage, auf Marktveränderungen adäquat und zeitnah zu reagieren. Auch bei der Novellierung des Landesmediengesetzes im Jahre 2014 hat der Gesetzgeber lediglich die grundsätzlichen Rahmenbedingungen für den Lokalfunk in NRW erhalten, eine Anpassung an die veränderte Wettbewerbssituation bzw. eine Entlastung der Veranstaltergemeinschaften und Betriebsgesellschaften erfolgte nicht. Aufgrund der politischen Zurückhaltung und der rückläufigen Zukunftsprognosen wurde daher auf allen Ebenen des Lokalfunks ein Reformprozess eingeleitet. Im Rahmen des Veränderungsprozesses wurden auch die Kündigungsfristen der Verträge zwischen radio NRW und den Veranstaltergemeinschaften von 18 auf 9 Monate zum Ende des Jahres verkürzt. Die Kündigungsfristen für die Verträge mit den Betriebsgesellschaften wurden in 2015 einmalig auf 12 Monate zum Jahresende verkürzt. Auf diese Weise konnten 7 bereits vorliegende Vertragskündigungen von Betriebsgesellschaften gegenüber radio NRW abgewendet werden, die vorsorglich – mit kritischem Blick auf die Ergebnisse der Reformbemühungen der neuen radio NRW-Geschäftsführung – ausgesprochen worden waren. Aus heutiger Sicht sind Vertragskündigungen von Betriebsgesellschaften zum 31.12.2017 oder Veranstaltergemeinschaften zum 31.12.2016 mit der Konsequenz des sukzessiven Zerfalls eines flächendeckenden Lokalfunksystems zwar eher unwahrscheinlich, aber nicht auszuschließen. Sie sind in engem Maße mit dem Erfolg der strategischen Neuausrichtung des Mantelprogrammanbieters verbunden. In den kommenden Monaten wird sich zeigen, ob die vorliegenden Strategiekonzepte der neuen Führung für einen Kurswechsel ausreichend sind und inwieweit hier ein Konsens im Lokalfunksystem zu erreichen ist.

Die durch die Genfer Funkwellenkonferenz angestoßene Neuordnung der Rundfunkfrequenzen im Juni 2006 (RRC 06) markiert den Übergang von der analogen auf die digitale terrestrische Rundfunkverbreitung. Dieser Übergang hat sich in den darauf folgenden Jahren aber nicht mit der Geschwindigkeit weiterentwickelt, wie allgemein erwartet wurde. Am 01. August 2012 gingen jedoch 13 öffentlich-rechtliche und private Hörfunkprogramme auf DAB+ in bundesweiter digital terrestrischer Verbreitung auf Sendung. Der Digitalstart von DAB+ wurde von der Geräteindustrie finanziell unterstützt. Laut Digitalisierungsbericht der Medienanstalten verfügten Mitte 2015 jedoch erst rund 6,4 Millionen Haushalte in Deutschland über mindestens ein DAB-Gerät. Verglichen mit der UKW-Geräteausstattung (143,5 Mio.) ist dies wenig und bleibt deutlich unter dem seinerzeit für das Jahr 2016 prognostizierten Verkauf von 16 Millionen Geräten zurück. Offensichtlich fehlt es für den Übertragungsstandard DAB+ noch an ersichtlichen Mehrwerten für den Verbraucher. Schwierig gestaltet sich auch die Lage in den einzelnen Bundesländern. Bei allen Unterschiedlichkeiten kristallisiert sich heraus, dass die ARD - Landesrundfunkanstalten und die Media Broadcast als Sendernetzbetreiber in allen Bundesländern Interesse daran haben, jeweils eigene landesweite Sendernetze aufzubauen. Mit einem "Call for Interest" hat die Landesanstalt für Medien im Herbst 2015 dazu aufgerufen, sich zur Ausgestaltung eines landesweiten DAB+-Angebotes zu äußern. Hierauf gab es 22 Interessenbekundungen. Mehrheitsergebnis war die flächendeckende landesweite Versorgung, die sich aus regionalen Versorgungsflächen zusammensetzt. Diese sind im Vergleich zu den derzeitigen Reichweiten der UKW-Frequenzen des Lokalfunksystems größer, stimmen jedoch in einem ersten Entwurf nicht zwingend mit deren Grenzen überein. Die genaue Partitionierung der 9 Flächen, in denen dann jeweils bis zu 14 Sender ausgestrahlt werden können, wird derzeit von der LfM im Konsensverfahren mit den Beteiligten abgestimmt. Ob und inwieweit das bisher auf analoger UKW-Frequenz ausgestrahlte Programm von Radio Wuppertal zukünftig auch digital-terrestrisch auf DAB+ ausgestrahlt wird, ist völlig offen.

Angesichts der mit der Rundfunkdigitalisierung einhergehenden Zunahme an Verbreitungsmöglichkeiten durchläuft die bestehende Hörfunkordnung einen schleichenden, aber grundlegenden Wandel. Die Etablierung neuer digitaler Medienformate wie das Webradio, Musikstreamingdienste, soziale Medien wie Facebook, Instagram oder Twitter macht es mehr und mehr notwendig, das Profil des klassischen Radios in diesem neuen Marktumfeld zu schärfen und zu optimieren. Denn es zeichnet sich ab, dass die zusätzliche Verbreitungsmöglichkeit von Inhalten, Musik und Werbung über das Internet eine sinnvolle Ergänzung zum terrestrischen Weg und weniger eine Alternative darstellt. UKW bleibt als lineares Angebot für die Wertschöpfung der Betriebsgesellschaft und als kuratives Angebot für die Hörer unverzichtbar. Dennoch ist durch das sich verändernde Mediennutzungsverhalten zu Gunsten des Internets mittelfristig nicht von einer steigenden Relevanz des Mediums Radio auszugehen, und der analoge Verbreitungsweg UKW wird weiterhin schleichend an Bedeutung verlieren.

Durch den Tausch von UKW-Frequenzen zwischen BFBS und Deutschlandfunk wurden von der Landesanstalt für Medien im Jahre 2014 elf analoge UKW-Frequenzen in NRW ausgeschrieben. Ein Konsortium aus dem bisherigen Lokalfunksystem hatte sich um diese Frequenzen beworben. Den Zuschlag erhielt jedoch der zum Medienkonzern Medienunion GmbH gehörende Sender metropol.fm, ein auch in anderen Bundesländern aktiver Sender mit überwiegend türkischsprachigem Repertoire. Obwohl mit diesen Frequenzen keine Flächendeckung in NRW und nach bisherigen Berechnungen lediglich maximal 6 Mio. potenzielle Hörer erreicht werden können, tritt damit dennoch ein ernstzunehmender Mitbewerber in den NRW-Radiomarkt ein, der sowohl Hörer als auch Werbeerlöse für sich beanspruchen wird. Das Konsortium aus dem bisherigen Lokalfunksystem, das sich ebenfalls um die freiwerdenden Frequenzen beworben hatte, hat beim Verwaltungsgericht Düsseldorf

Klage gegen die Entscheidung erhoben und in erster Instanz auch Recht erhalten. Das Gericht hat jedoch zu erkennen gegeben, dass die Entscheidung der LfM seiner Einschätzung nach zwar formal rechtswidrig, in der Sache selbst aber korrekt erfolgt ist. Es ist somit davon auszugehen, dass die Gerichtsentscheidung nur aufschiebende Bedeutung hat. Die Frequenzen werden aller Voraussicht nach nicht dem Lokalfunk NRW zugute kommen. Dies nimmt ihm eine Entwicklungsperspektive, die er dringend gebraucht hätte.

In der Landeshauptstadt Düsseldorf hat sich im Jahre 2011 eine zweite Veranstaltergemeinschaft zur Veranstaltung eines weiteren Lokalprogrammes gegründet. Das Programm soll nach eigenen Angaben unter dem Sender „City Radio Düsseldorf“ rund um die Uhr lokales Programm für Düsseldorf ausstrahlen und damit in direkte Konkurrenz zu Antenne Düsseldorf treten. Als Betriebsgesellschaft hat sich die „City Radio Düsseldorf GmbH“ gegründet, eine Tochtergesellschaft von „The Radio Group“, die als Dachgesellschaft bereits 17 Lokalsender unter anderem in Potsdam, Mainz, Saarbrücken und Cottbus betreibt. Bei der LfM NRW wurde die Lizenz und eine UKW-Frequenz beantragt. Bisher wurde noch keine Sendelizenz erteilt. Die Staatskanzlei NRW hat die Bundesnetzagentur mit der Suche nach einer passenden UKW-Frequenz beauftragt. Eine entsprechende Frequenz mit einer allerdings eher geringen Sendeleistung wurde inzwischen gefunden, aber noch nicht zugeteilt. Dieser bisher in NRW einzigartige Vorgang wird – sofern der Sendebetrieb mit einer UKW-Frequenz aufgenommen wird – neben wirtschaftlich negativen Auswirkungen für die Lokalradio Düsseldorf Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG auch negative Auswirkungen für das lokale Rundfunksystem in NRW haben.

Die ProSiebenSat.1-Gruppe (P7S1) plante bereits im Jahre 2012 in fünf Nielseengebieten (vom Unternehmen ACNielsen für Marktforschung und Werbung durchgeführte Aufteilung Deutschlands in verschiedene Regionen) auch regionale Werbefenster anzubieten und damit den Eintritt in die regionalen Werbemärkte. Rechtlich geklärt werden müsste in diesem Zusammenhang, ob eine regionale Auseinanderschaltung von Werbung in einem bundesweiten Rundfunkprogramm mit der Zulassung dieses Programmes als bundesweites (einheitliches) Angebot vereinbar ist. Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg als lizensierende Behörde verweigerte die Sendeerlaubnis für regionale Werbung. Das Verwaltungsgericht Berlin bestätigte diese Rechtsauffassung in erster Instanz. P7S1 hat daraufhin beim Bundesverwaltungsgericht Sprungrevision beantragt. Das Bundesverwaltungsgericht hob das erstinstanzliche Urteil auf. Nach Auffassung des Bundesverwaltungsgerichtes sind nur die redaktionellen Programminhalte Gegenstand des rundfunkrechtlichen Lizenzierungserfordernisses, nicht die Werbung. Hinsichtlich der Werbung sei der Veranstalter frei, solange er die werberechtlichen Bestimmungen einhalte, diese enthielten im Rundfunkstaatsvertrag keine einschränkenden Vorgaben zum Verbreitungsgebiet von Werbespots. Die Regionalisierung von Werbung in nationalen TV-Programmen könnte zu gravierenden Umschichtungen von Werbebudgets zu Lasten der jeweils regional agierenden Werbeträger Hörfunk, Fernsehen und Print führen. Um die Werbeerlöse der regionalen Zeitungen und Hörfunkprogramme zu schützen und die durch das Gerichtsurteil entstandene Regulierungslücke zu schließen, einigten sich die Ministerpräsidenten der Länder jedoch auf eine Änderung des Rundfunkstaatsvertrages dahingehend, dass ab 2016 regionale Werbung im bundesdeutschen Fernsehen verboten ist, es sei denn das betroffene Bundesland erlaubt dies ausdrücklich. Da P7S1 jedoch auch hier eine Berufung erwägt, bleibt auch für 2016 ein entsprechendes Risiko bestehen.

Durch die Abschaffung der GEZ-Gebühren und der Einführung des Rundfunkbeitrages werden die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der laufenden Beitragsperiode von 2013 bis 2016 voraussichtlich 1,1 Mrd. € mehr einnehmen als angefordert wurden. Ausgelöst durch diese Mehreinnahmen und die Verwendung dieser Mittel, wird die Forderung nach einem Werbeverbot oder zumindest einer Werbeeinschränkung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sehr konkret, aber auch sehr kontrovers diskutiert. Im Koalitionsvertrag wurde 2012 explizit der schrittweise Ausstieg aus Werbung und Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk aufgenommen. Auch auf NRW-Landesebene besteht hierzu ein grundsätzlicher, öffentlich artikulierter Konsens. Wenn auch ein Werbeverbot für die WDR-Wellen nach heutigem Stand mittelfristig nicht realistisch erscheint, so erscheint zumindest eine Werbeeinschränkung nach dem Vorbild des Norddeutschen Rundfunks (NDR) angemessen und durchsetzbar. Das NDR-Modell sieht vor, dass eine ARD-Anstalt auf 60 Minuten Werbung werktäglich auf einem Hörfunkprogramm reduziert ist. Damit würde sich in erster Linie das Angebot an öffentlich-rechtlicher Radiowerbung zu Gunsten des privaten Rundfunks verringern und hierdurch der preisaggressive Wettbewerb im dualen Rundfunksystem deutlich reduziert.

7 Nachtragsbericht

Ende Januar 2016 hat der nordrhein-westfälische Landtag in seiner WDR-Gesetzesnovelle eine Reduzierung der Werbung in den Hörfunkprogrammen des Westdeutschen Rundfunks beschlossen. So sollen statt bisher täglich 90 Minuten in drei Hörfunkprogrammen ab dem Jahr 2017 nur noch zwei Programme 75 Minuten und ab 2019 nur noch ein Programm 60 Minuten Werbung ausstrahlen dürfen. Diese Reduktion schafft mehr Fairness auf dem nordrhein-westfälischen Hörfunkwerbemarkt. Die geringere Werbezeit des WDR wird dazu führen, dass er seine Preise entsprechend seiner Marktposition besser entwickelt als bisher und sich das Programm weniger am Werbemarkt und mehr am Programmauftrag orientiert. Beides, die Auswirkungen auf den Werbemarkt und die erwartbaren Auswirkungen auf das Programm, stärken den Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen und damit die Medienvielfalt im Land. Durch diese dringend notwendige Stärkung des Lokalfunks ergibt sich die Chance, dass aus den 45 Sendern mit rund 1.500 Mitarbeitern auch in absehbarer Zukunft Lokalradio aus den Kreisen und Städten überall im Land zu wirtschaftlich vertretbaren Bedingungen produziert wird.

Wuppertal, 26. Februar 2016

Lokalfunk Wuppertal
GmbH & Co. KG

vertreten durch

Lokalfunk Wuppertal Beteiligungsgesellschaft mbH