Lokalfunk Wuppertal GmbH & Co. KG, Wupertal

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2014 bis zum 31. Dezember 2014

Bilanz

A K T I V A	31.12.2014 EUR	31.12.2014 EUR	Vorjahr EUR
A. ANLAGEVERMÖGEN			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		2.458,00	9.858,00
II. Sachanlagen			
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		60.355,00	57.218,00
III. Finanzanlagen			
Anteile an verbundenen Unternehmen		26.000,00	26.000,00
		88.813,00	93.076,00
B. UMLAUFVERMÖGEN			
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	133.613,52		131.219,14
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	22.772,91		3.569,99
3. Sonstige Vermögensgegenstände	303,48		0,00
		156.689,91	134.789,13
II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		933.580,50	891.565,21
		1.090.270,41	1.026.354,34
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		1.356,68	5.311,68
		1.180.440,09	1.124.742,02

P A S S I V A	31.12.2014 EUR	31.12.2014 EUR	Vorjahr EUR
A. EIGENKAPITAL			
Kapitalanteile der Kommanditisten		520.000,00	655.000,00
B. RÜCKSTELLUNGEN			
Sonstige Rückstellungen		49.876,39	72.994,08
C. VERBINDLICHKEITEN			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	81.715,24		99.835,75
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	625,23		42,73
3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	501.331,04		273.112,15
4. Sonstige Verbindlichkeiten	26.892,19		23.757,31
		610.563,70	396.747,94
		1.180.440,09	1.124.742,02

Lokalfunk Wuppertal GmbH & Co. KG, Wuppertal

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2014 bis zum 31. Dezember 2014

Gewinn- und Verlustrechnung

	2014 EUR	2014 EUR	Vorjahr EUR
1. Umsatzerlöse		1.968.251,25	1.727.875,13
2. Sonstige betriebliche Erträge		16.192,62	12.872,66
3. Materialaufwand			
Aufwendungen für bezogene Leistungen		964.034,29	38.781,60
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	74.078,85		71.435,81
b) Soziale Abgaben	16.857,46		15.654,50
		90.936,31	
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		26.175,61	37.890,30
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		372.840,81	1.227.163,52
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		0,00	1,90
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		4.020,48	5.394,54
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		526.436,37	344.429,42
10. Steuern vom Ertrag		71.447,00	72.509,00
11. Sonstige Steuern		0,00	179,51
12. Jahresüberschuss		454.989,37	271.740,91
13. Gutschrift auf Verlustkonten		0,00	-48.770,76
14. Gutschrift auf Gesellschafterkonten		-454.989,37	-222.970,15
15. Ergebnis nach Verwendungsrechnung		0,00	0,00

ANHANG
DER LOKALFUNK WUPPERTAL GMBH & CO. KG, WUPPERTAL
ZUM JAHRESABSCHLUSS 2014

I. Allgemeines

Der Jahresabschluss der Lokalfunk Wuppertal GmbH & Co. KG für das Kalenderjahr 2014 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.
Aufgrund der einheitlichen Darstellung im Konzernabschluss, wurde im Einzelabschluss die Position Kostenerstattung Veranstaltergemeinschaft in Höhe von T€ 926 (Vorjahr T€ 896) im Geschäftsjahr 2014 unter Materialaufwand, im Vorjahr unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen.
Die Gesellschaft wurde im Geschäftsjahr 2013 in den Konzernabschluss der Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH, Sitz Düsseldorf, einbezogen (größter Konsolidierungskreis). Der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 wurde elektronisch 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 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.
Die Bewertung des Eigenkapitals erfolgt zum Nennwert.
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. Bilanzerläuterungen

Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist in der Anlage dargestellt.
Als Finanzanlagen sind die Anteile an der Komplementärin Lokalfunk Wuppertal GmbH, Wuppertal, zum Nennwert ausgewiesen (Eigenkapital: € 61.197,38, Jahresüberschuss: € 3.851,18).

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Alle Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.
Insgesamt sind hierin Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von T€ 23 (Vorjahr: T€ 4) 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, um Rückstellungen für ausstehende Rechnungen in Höhe von T€ 5 und um Personalkosten in Höhe von T€ 3.

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€ 387 (Vorjahr: T€ 242) 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€ 13 (Vorjahr T€ 14).

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Sonstige finanzielle Verpflichtungen betrugen zum 31. Dezember 2014 insgesamt T€ 81 (Vorjahr T€ 100) und ergeben sich aus Miet- und Leasingverträgen.
Die nicht abgezinsten künftigen sonstigen finanziellen Verpflichtungen sind folgendermaßen fällig:

	31.12.2014 T€	31.12.2013 T€
Fällig innerhalb 1 Jahres	67	71
Fällig 1 bis 5 Jahre	14	29
Gesamt	81	100

IV. Gewinn- und Verlustrechnung

Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse entfallen auf Hörfunkwerbung (einschließlich Partnerabrechnung und Erlöse radio NRW) in Höhe von T€ 1.692 (Vorjahr: T€ 1.434), auf Sponsoring mit T€ 232 (Vorjahr: T€ 265) und auf sonstige Erlöse mit T€ 60 (Vorjahr: T€ 43) abzüglich Skonti in Höhe von T€ 16 (Vorjahr: T€ 14). Die Umsatzerlöse wurden ausschließlich im Inland erzielt. In den Umsatzerlösen sind periodenfremde Umsatzerlöse von radio NRW in Höhe von T€ 9 (Vorjahr: T€ 21) enthalten.

Ergebnisverwendung

Der Jahresüberschuss in Höhe von € 454.989,37 wurde unter Berücksichtigung der Vorabvergütung in Höhe von € 937,50 den Gesellschaftern 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 die erbrachten Prüfungsleistungen der BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft sind 2014 T€ 10 als Aufwand erfasst worden.
Das Kommanditkapital der Gesellschaft beträgt € 520.000,00 und wird wie folgt gehalten:

Gesellschafter	Anteile in %
PFD Pressefunk GmbH	75,0
Stadt Wuppertal	25,0

Persönlich haftende Gesellschafterin ist die Lokalfunk Wuppertal GmbH, Wuppertal, deren gezeichnetes Kapital € 26.000,00 beträgt.
Der Konzernabschluss der Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH zum 31. Dezember 2014 wird dem Bundesanzeiger übermittelt.
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, 27. Februar 2015

Lokalfunk Wuppertal
GmbH & Co. KG

vertreten durch

Lokalfunk Wuppertal GmbH

LOKALFUNK WUPPERTAL GMBH & CO. KG, WUPPERTAL

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR

VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2014

	Anschaffungskosten				Abschreibungen				Restbuchwert	
	Stand 1.1.2014	Zugänge	Abgänge	Stand 31.12.2014	Stand 1.1.2014	Zugänge	Abgänge	Stand 31.12.2014	31.12.2014	31.12.2013
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände										
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	83.536,10	0,00	0,00	83.536,10	73.678,10	7.400,00	0,00	81.078,10	2.458,00	9.858,00
II. Sachanlagen										
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	508.968,56	21.912,61	337,31	530.543,86	451.750,56	18.775,61	337,31	470.188,86	60.355,00	57.218,00
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
	618.504,66	21.912,61	337,31	640.079,96	525.428,66	26.175,61	337,31	551.266,96	88.813,00	93.076,00

LOKALFUNK WUPPERTAL

GMBH & CO. KG, WUPPERTAL

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR VOM

1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2014

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). Mit der Lizenzverlängerung vom 26.07.2012 um weitere 5 Jahre wurde die lokale Sendezeit ab Oktober 2012 von 6 auf 8 Stunden erhöht. 15 Stunden Sendezeit werden vom Mantelprogrammanbieter radio NRW, sowie 1 Stunde Bürgerfunk zugeliefert.

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 Radiomarke 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

Das Jahr 2014 verlief für die deutsche Wirtschaft nach einem schwungvollen Jahresauftakt und einer folgenden Schwächephase im Sommer insgesamt stabil. Das preisbereinigte BIP lag um 1,5% höher als im Vorjahr. In den vorangegangenen Jahren wuchs das BIP sehr viel moderater (2012: 0,4%, 2013: 0,1%) als in 2014, offensichtlich konnte sich die deutsche Wirtschaft in einem schwierigen weltwirtschaftlichen Umfeld behaupten und von einer starken Binnennachfrage profitieren. Auf der Verwenderseite des BIP weisen sowohl die privaten (+1,1%) als auch die staatlichen (+1,0%) Konsumausgaben ein Wachstum auf, die Bruttoinvestitionen stiegen um 1,7%. Der Außenbeitrag (= Differenz zwischen Im- und Exporten) lieferte mit einem Wachstum von 0,4 Prozentpunkten einen vergleichsweise geringen Beitrag zum BIP, im Jahr 2013 hatte der Außenbeitrag noch einen negativen Einfluss auf das BIP-Wachstum ausgeübt.

Die Bruttowerbeerlöse im deutschen Hörfunkmarkt stiegen im Vergleich zum Vorjahr zwar um 2,2%, verbleiben damit jedoch ein weiteres Jahr hinter der Vorjahresrate (3,6%) und liegen auch hinter dem Wachstum des Gesamtmarktes (4,2%) zurück. Im regionalen Werbemarkt konnten sowohl radio NRW als auch die Funk-Kombi West (FKW) zulegen. Während radio NRW seine Bruttowerbeumsätze moderat um 2,7% steigern konnte, legte die FKW mit 14,5% deutlich zu. (Quelle: Nielsen Media Research)

Die weiterentwickelte Flottenstrategie des WDR und seiner Hörfunksender hat den Wettbewerb zwischen dem öffentlich-rechtlichen Hörfunk und den nordrhein-westfälischen Lokalsendern weiter verschärft. Zwar ist radio NRW als Einzelsender mit einer Bruttoreichweite von 1,633 Mio. Hörern (durchschnittliche Stunde 6-18 Uhr, Mo-Fr) und einem Hörergewinn von +1,7% (28.000 Hörer) gegenüber Vorjahr weiterhin Marktführer. Jedoch kann der WDR mit seinen werbeführenden Hörfunk-Angeboten (1LIVE, WDR 2, WDR 4) die Bruttoreichweite um 3,2% (91.000 Hörer) steigern. In der werberelevanten Zielgruppe der 14-49-jährigen zeigt sich ein Bild mit gleicher Tendenz: radio NRW gewinnt geringfügig mit +0,7% (6.000 Hörer) hinzu, die werbeführenden WDR-Sender hingegen erzielen einen Zuwachs von 2,9% (42.000 Hörer). Absolut betrachtet ist radio NRW auch in dieser Zielgruppe weiterhin mit 892.000 Hörern vor 1LIVE als Einzelsender mit 826.000 Hörern Marktführer. In Summe erreichen die zielgruppenrelevanten WDR-Sender (1LIVE und WDR 2) 1.364 Mio. Hörer in der Zielgruppe 14-49 Jahre und stellen somit unverändert einen starken Wettbewerber dar. (Quelle: ma 2014 Radio II Update)

2 Vermögenslage

Die Zu- und Abgänge des Anlagevermögens betrafen hauptsächlich Ersatzbeschaffungen im Bereich Büro-EDV und Studiotechnik. Insgesamt verringerte sich das Anlagevermögen hauptsächlich aufgrund der planmäßigen Abschreibungen um 4 T€.

Wesentliche Investitionsverpflichtungen sind für das Folgejahr nicht zu erwarten. Soweit Ersatzinvestitionen geplant sind, werden diese aus dem Cash Flow bestritten.

Das Eigenkapital der Gesellschaft verringerte sich aufgrund der Auszahlung des Kapitalkontos II um 135 T€. Bei einer Bilanzsumme von 1.180 T€ wird ein Anlagevermögen von 88 T€ sowie ein Eigenkapital von 520 T€ ausgewiesen.

3 Finanzlage

Gemäß § 5 und 6 des Gesellschaftsvertrages ist die Finanzierung durch Gesellschaftermittel vorgesehen. Aufgrund der konstant guten Entwicklung finanziert sich die Gesellschaft ausschließlich aus Eigenmitteln.

	Kapitalflussrechnung	**2014** T€	**2013** T€
	Jahresüberschuss	**455**	**272**
+/-	Ab- /Zuschreibungen auf das Anlagevermögen	26	38
+/-	Zunahme/Abnahme der kurzfristigen Rückstellungen	-23	32
-/+	Zunahme/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	-18	-6
+/-	Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sowie anderer Passiva	-15	38
=	**Cash flow aus laufender Geschäftstätigkeit**	**425**	**374**
-	Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	0	-1
-	Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-21	-11
=	**Cash flow aus der Investitionstätigkeit**	**-21**	**-12**
-	Auszahlungen an Gesellschafter	-362	-614
=	**Cash flow aus der Finanzierungstätigkeit**	**-362**	**-614**
	Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	**42**	**-252**
+	Finanzmittelfonds zum Jahresanfang	892	1.144
=	**Finanzmittelfonds zum Jahresende**	**934**	**892**

4 Ertragslage

Der Jahresüberschuss erhöhte sich von 272 T€ im Vorjahr auf 455 T€ im Berichtsjahr. Zurückzuführen ist dies im Wesentlichen auf Umsatzsteigerungen im lokalen Bereich und bei der Funk-Kombi West. Die einzelnen Erlössegmente entwickelten sich wie folgt:

Umsatz	**2014**		**2013**		**Veränderung**	
	T€	*%*	**T€**	*%*	**T€**	*%*
Umsatzerlöse Lokal	907	*46,0*	862	*49,8*	45	*5,2*
Umsatzerlöse Funk-Kombi West	332	*16,9*	183	*10,6*	149	*81,4*
Umsatzerlöse radio NRW	696	*35,4*	670	*38,8*	26	*3,9*
Sonstige Erlöse	33	*1,7*	13	*0,8*	20	*-153,8*
Summe Umsatz	**1.968**	**100,0**	**1.728**	**100,0**	**240**	***13,9***

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

Hörerreichweiten	**E.M.A. 2014 II**	**E.M.A. 2014 I**	**E.M.A. 2013 II**	**E.M.A. 2013 I**
Hörer gestern Mo-Fr	45,7%	42,2%	40,4%	38,8%
Durchschnittsstunde 6-18 Uhr Mo-So	13,3%	12,2%	10,2%	10,7%
Verweildauer Mo-So	203	188	164	185

Der Betriebsaufwand in Höhe von 1.454 T€ liegt über den Etatansätzen und leicht über Vorjahr.

Betriebsaufwand	**2014**		**2013**		**Veränderung**	
	T€	*%*	**T€**	*%*	**T€**	*%*
Materialaufwand (ohne Kostenerstattung VG)	38	*2,6*	39	*2,8*	-1	*-2,6*
Kostenerstattung Veranstaltergemeinschaft	926	*63,6*	896	*64,4*	30	*3,3*
Personalaufwand	91	*6,3*	87	*6,3*	4	*4,6*
Abschreibungen	26	*1,8*	38	*2,7*	-12	*-31,6*
Übriger sonstiger betrieblicher Aufwand	373	*25,7*	331	*23,8*	42	*12,7*
Summe Betriebsaufwand	**1.454**	***100,0***	**1.391**	***100,0***	**63**	***4,5***

Der Geschäftsverlauf des Berichtsjahres hat damit im Ergebnis die Prognosen der Geschäftsleitung übertroffen. 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. Neben der sehr positiven Entwicklung im lokalen und regionalen Bereich führte die Steigerung der Reichweite des Senders zu gestiegenen Vertriebserlösen von radio NRW, obwohl die absolute Ausschüttungssumme sinkt.

5 Prognosebericht

Für das Geschäftsjahr 2015 wird mit einer relativ stabilen wirtschaftlichen Gesamtentwicklung und gleichbleibenden Hörerreichweiten auf landesweiter Ebene gerechnet.

Bei den Umsatzerlösen Lokal und Funk-Kombi West wird von leicht rückläufigen Umsätzen ausgegangen. Radio NRW prognostiziert Vertriebsprovisionen für 2015 in Höhe von insgesamt 19,8 Mio. € (Hochrechnung für 2014 ca. 22,4 Mio. €, Stand Dezember 2014). Damit reduziert sich die geplante Vertriebsvergütung 2015 gegenüber dem Jahre 2013 um über 18%. Bei rückläufigen Vertriebsprovisionen muss auch bei annähernd stabiler Reichweite von Radio Wuppertal mit deutlich geringeren Zuflüssen gerechnet werden. Die Gesamtkosten werden in den nächsten zwei Jahren relativ konstant bleiben, so dass von weiterhin positiven Jahresergebnissen ausgegangen werden kann. Für das Jahr 2015 erwartet die Gesellschaft allerdings einen Gewinn deutlich unter Vorjahresniveau. Unter Berücksichtigung des Nachtragsberichtes wird diese Prognose noch einmal nach unten hin verstärkt.

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 fast 500.000 Hörer in der Durchschnittstunde 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 2014 und in der Prognose auch für das Jahr 2015.

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 2015 decken diese Einnahmen fast 25% 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 Hörerschaft 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.

Die alarmierenden Entwicklungen im Hörer- als auch im Werbemarkt führten im Jahre 2014 auf den verschiedenen Ebenen des Lokalfunksystems zu erheblichen Diskussionen darüber, wie sich das für unser Unternehmen sehr wichtige flächendeckende Lokalfunksystem mit dem alleinigen Mantelprogrammanbieter radio NRW den veränderten Rahmenbedingungen anpassen kann. Während der WDR mit seiner Flottenstrategie in den letzten Jahren eine nachhaltig positive 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 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. ein 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 2015 verkürzt. Aus heutiger Sicht sind Vertragskündigungen von Veranstaltergemeinschaften mit der Konsequenz des sukzessiven Zerfalls eines flächendeckenden Lokalfunksystems zwar eher unwahrscheinlich, aber nicht auszuschließen.

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 DABplus in bundesweiter digital terrestrischer Verbreitung auf Sendung. Der Digitalstart von DABplus wurde von der Geräteindustrie finanziell unterstützt. Bis 2016 sollen in Deutschland 16 Millionen DABplus-fähige Multinormempfänger verkauft werden. Es sind allerdings Zweifel angebracht, ob das angesichts der Verfügbarkeit des bundesweiten DABplus-Radioangebotes realistisch ist, denn das als bundesweit angepriesene Netz erreicht derzeit erst 38 Millionen Hörer. 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. Eine belastbare Prognose, wie sich das bundesweite DABplus entwickeln wird und ob es zu einem flächendeckenden landesweiten DABplus Sendebetrieb mit neuen regionalen Programmen in NRW kommen wird, ist nach wie vor kaum möglich.

Angesichts der mit der Rundfunkdigitalisierung einhergehenden Zunahme an Verbreitungsmöglichkeiten durchläuft die bestehende Hörfunkordnung einen schleichenden, aber grundlegenden Wandel. Die Verbreitung der „Neuen Medien" (Web-Radio, Online-Dienste, E-Commerce etc.) ist nicht in dem Maße und der Geschwindigkeit erfolgt, wie die anfängliche Euphorie erwarten ließ. Vielmehr hat sich die zusätzliche Verbreitung über Internet als sinnvolle Ergänzung zu dem terrestrischen Weg etabliert. Durch das sich verändernde Mediennutzungsverhalten zu Gunsten des Internets ist mittelfristig nicht von einer steigenden Relevanz des Mediums Radio auszugehen, und der analoge Verbreitungsweg UKW wird 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. Obwohl mit diesen Frequenzen keine Flächendeckung in NRW und nach bisherigen Berechnungen lediglich maximal 6 Mio. potenzielle Hörer erreicht werden können, gab es 12 Bewerber, die diese Frequenzen für ein Hörfunkprogramm in NRW nutzen möchten. Unter diesen Bewerbern war auch ein Konsortium des bisherigen Lokalfunksystems. Die strategische Ausrichtung dieser Bewerbung war es, mit einem Jugendradio das Lokalfunksystem zu unterstützen und zu stabilisieren und so der Flottenstrategie des WDR etwas entgegenzusetzen. Von der Landesmedienanstalt (LfM) wurde im Ausschreibungsverfahren gegen Ende des letzten Jahres allerdings der Spartensender metropol.fm favorisiert. Dieser erhielt am 23.01.2015 auch die Zuweisung. Für das Lokalfunksystem ist diese Entscheidung eine Belastung. Denn es schafft zum Einen einen neuen Wettbewerber und nimmt zum Anderen eine Entwicklungsperspektive, die der Lokalfunk 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 NE-WS 89.4 und 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, diese konnte aber bisher nicht gefunden werden. Dieser bisher in NRW einzigartige Vorgang wird – sofern der Sendebetrieb mit einer UKW-Frequenz aufgenommen wird – auch negative Auswirkungen für das lokale Rundfunksystem in NRW haben.

Die ProSiebenSat.1-Gruppe (P7S1) plante bereits im Jahre 2012 in fünf Nielsengebieten auch regionale Werbefenster anzubieten und damit den Eintritt in die regionalen Werbemärkte. Rechtlich fragwürdig ist 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 daher auch 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 allerdings auf. Nach Auffassung des Bundesverwaltungsgerichtes sind nur die redaktionellen Programminhalte Gegenstand des rundfunkrechtlichen Lizensierungserfordernisses, 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.

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. Ein Werbeverbot scheint eher unwahrscheinlich, eine Werbeeinschränkung nach dem Vorbild des Norddeutschen Rundfunks (NDR) erscheint allerdings 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.

Die von der LfM NRW in 2011 verlängerte Sendelizenz ist bis 2016 gültig. Die Tätigkeit von Radio Wuppertal darüber hinaus ist von der weiteren Verlängerung der Sendelizenz abhängig. Von der weiteren Lizenzverlängerung um fünf Jahre kann aus heutiger Sicht ausgegangen werden.

7 Nachtragsbericht

Im Januar 2015 teilte radio NRW mit, dass die nationalen Werbeerlöse im Januar 2015 voraussichtlich 23% unter Plan liegen werden. Darüber hinaus generierte das Telefonmehrwertgewinnspiel in den ersten zwei Spielwochen lediglich 20% der geplanten Callzahlen. Radio NRW sah sich daher gezwungen, auf eine wahrscheinliche Reduzierung der geplanten Vertriebsvergütung 2015 in Höhe von 19,8 Mio. € auf 17,0 Mio. € hinzuweisen. Weitere Vorgänge von besonderer Bedeutung, die das im vorliegenden Abschluss vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft beeinflussen, sind in 2015 bisher nicht eingetreten.

Wuppertal, den 27. Februar 2015

Lokalfunk Wuppertal
GmbH & Co. KG