



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

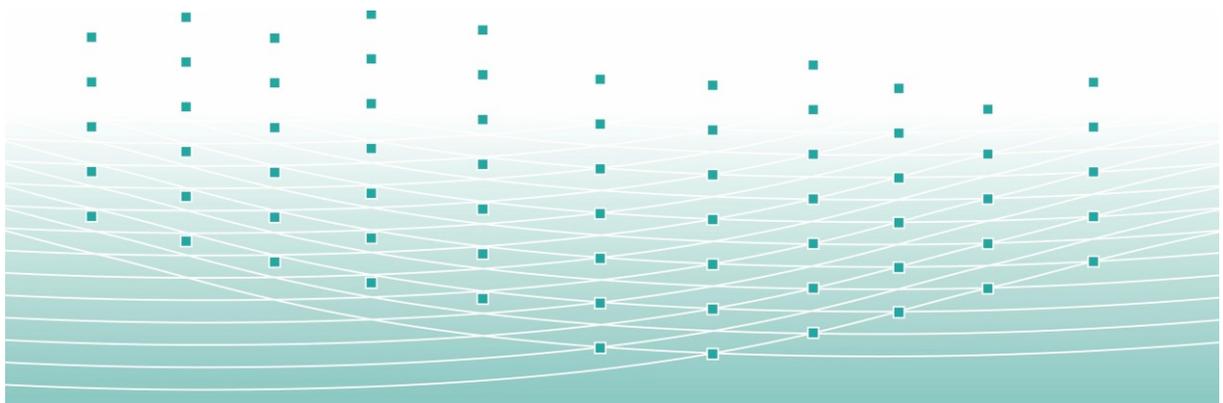
Eidgenössisches Departement für
Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK

Bundesamt für Kommunikation BAKOM

Abteilung Medien
Sektion Finanzen Medien

Finanzielle Situation der konzessionierten Lokalradios und Regionalfernsehen im Mehrjahresvergleich (2016 – 2019)

Biel, März 2021



Finanzielle Situation der konzessionierten Lokalradios und Regionalfernsehen von 2016 – 2019

Für das Verfassen und die Publikation des vorliegenden Berichts obliegt die Zuständigkeit der Sektion Finanzen Medien der Abteilung Medien (M-FM) des BAKOM.

Kontakt:

Bundesamt für Kommunikation
Abteilung Medien
Sektion Finanzen Medien
Zukunftstrasse 44
2501 Biel

Inhalt

1	Ausgangslage	5
2	Methode und Definitionen	6
2.1	Ertrag.....	7
2.2	Betriebsaufwand.....	7
2.3	Jahresergebnis.....	8
2.4	Liquidität	8
2.5	Abgabenanteil	9
3	Ergebnisse der finanziellen Situation	10
3.1	Kommerzielle Lokalradios mit Leistungsauftrag und Abgabenanteil	10
3.2	Kommerzielle Lokalradios mit Leistungsauftrag ohne Abgabenanteil	15
3.3	Komplementäre Lokalradios mit Leistungsauftrag und Abgabenanteil.....	19
3.4	Regionalfernsehen mit Leistungsauftrag und Abgabenanteil	24
4	Fazit	29
4.1	Ertrag.....	29
4.2	Betriebsaufwand.....	30
4.3	Jahresergebnis.....	30
4.4	Liquidität	30
5	Abschliessende Bemerkungen	31
6	Anhang	31

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Durchschnittlicher Bruttowerbe- und Sponsoringertrag der Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 10

Abbildung 2: Personal- und Vermittlungsaufwand in % am Betriebsaufwand (Durchschnittswerte) der Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 11

Abbildung 3: Durchschnittliche Jahresergebnisse der Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 12

Abbildung 4: Durchschnittliche Liquiditätsstruktur der Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 13

Abbildung 5: Abgabenanteile (in Total) der kommerziellen Lokalradios (Quelle: BAKOM)..... 14

Abbildung 6: Durchschnittlicher Bruttowerbe- und Sponsoringertrag der Lokalradios ohne Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 15

Abbildung 7: Personal- und Vermittlungsaufwand in % am Betriebsaufwand (Durchschnittswerte) der Lokalradios ohne Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 16

Abbildung 8: Durchschnittliche Jahresergebnisse der Lokalradios ohne Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 17

Abbildung 9: Durchschnittliche Liquiditätsstruktur der Lokalradios ohne Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 18

Abbildung 10: Personalaufwand in % am Betriebsaufwand (Durchschnittswerte) der komplementären Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)..... 20

Abbildung 11: Durchschnittliche Jahresergebnisse der komplementären Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 21

Abbildung 12: Durchschnittliche Liquiditätsstruktur der komplementären Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 22

Abbildung 13: Abgabenanteile (in Total) der komplementären Lokalradios (Quelle: BAKOM) .. 23

Abbildung 14: Durchschnittlicher Bruttowerbe- und Sponsoringertrag der Regionalfernsehen mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 24

Abbildung 15: Personal- und Vermittlungsaufwand in % an Betriebsaufwand (Durchschnittswerte) der Regionalfernsehen mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 25

Abbildung 16: Durchschnittliche Jahresergebnisse der Regionalfernsehen mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 26

Abbildung 17: Durchschnittliche Liquiditätsstruktur der Regionalfernsehen mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM) 27

Abbildung 18: Abgabenanteile (in Total) der kommerziellen Regionalfernsehen (Quelle: BAKOM) 28

1 Ausgangslage

Grundauftrag Das Bundesamt für Kommunikation (nachfolgend BAKOM) des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) ist die Aufsichtsbehörde der konzessionierten privaten Radio- und TV-Veranstalter. Diese Aufgabe beinhaltet unter anderem die Finanzaufsicht sowie die Aufsicht über die Erfüllung des Leistungsauftrags.

Die Basis für die Finanzaufsichtstätigkeit bilden die eingereichten Jahresinformationen. Diese bestehen aus:

- der statutarischen Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) gemäss Bundesgesetz betreffend die Ergänzung des Schweizerischen Zivilgesetzbuches (Fünfter Teil: Obligationenrecht),
- dem Revisionsbericht,
- der Erklärung zur Jahresrechnung,
- der Jahresrechnung nach dem vom BAKOM vorgegebenen Kontenplan,
- und dem Jahresbericht nach dem vom BAKOM vorgegebenen Formular.

Alle konzessionierten Veranstalter sind gesetzlich verpflichtet, bis zum 30. April des Folgejahres die Jahresrechnung (Stichtag 31.12.) beim BAKOM einzureichen (Art. 27 Abs. 7 RTVV). Die Jahresrechnung enthält die Bilanz und die Erfolgsrechnung sowie den Revisionsbericht. Dabei folgt die Darstellung der Jahresrechnung einem verbindlichen Kontenplan des BAKOM (Art. 27 Abs. 6 RTVV), die sowohl sinngemäss den Bestimmungen des Obligationenrechtes (OR) über die kaufmännische Buchführung für Aktiengesellschaften entspricht und die Besonderheiten der Branche berücksichtigt, als auch ergänzende Weisungen des BAKOM enthält, die zur Gewährleistung der Vollständigkeit, der Transparenz und Vergleichbarkeit unter den Veranstaltern sowie der Bewertung von Vermögen und Geschäftsfällen dient.

Auf Basis dieser Informationsquellen erläutert der vorliegende Bericht die finanzielle Lage der konzessionierten Lokalradios und Regionalfernsehen in der Schweiz für die Jahre 2016 – 2019.

Rechtliche Grundlagen Lokal-regionale Radio- und Fernsehveranstalter, die über eine Konzession verfügen, verpflichten sich nach Artikel 38 und Artikel 43 RTVG zur Erfüllung des Leistungsauftrags. Der Leistungsauftrag wird in der Konzession, die überdies das Versorgungsgebiet und die Art der Verbreitung beinhaltet, geregelt und legt die gesetzeskonformen programmlichen Leistungen (Programmauftrag) sowie die dafür notwendigen betrieblichen Anforderungen fest.

Private Radio- und TV-Veranstalter, die ein Gebiet ohne ausreichende Finanzierungsmöglichkeiten mit Radio- und Fernsehprogrammen versorgen, haben nach Artikel 38 Absatz 2 und Artikel 40 RTVG Anspruch auf einen Anteil am Ertrag der Abgaben für Radio und Fernsehen (vormals Empfangsgebühren). Zur Bestimmung dieser Abgaben (nachfolgend Abgabenanteile) werden die Grösse und das Wirtschaftspotential des jeweiligen Versorgungsgebiets sowie der Aufwand, den der Konzessionär zur Erfüllung des Leistungsauftrags inklusive Verbreitungskosten (Betriebskosten) erbringen muss, berücksichtigt. In der Regel decken die Abgabenanteile (vormals Gebührensplitting) max. 70-80 % der genannten Betriebskosten ab (Art. 39 Abs. 1 RTVV).

Auf der Basis dieser Berechnungen wird in den Konzessionen der jeweiligen Veranstalter der Abgabenanteil für eine bestimmte Dauer festgelegt – bzw. er wird in der Regel nach 5 Jahren überprüft – und ist damit zeitlich begrenzt (Art. 39 Abs. 2 RTVV).

Im Gegenzug müssen konzessionierte Veranstalter mit Abgabenanteil nach Artikel 41 Absatz 2 die finanziellen Mittel wirtschaftlich und zweckmässig verwenden. Ferner dient die BAKOM konforme Jahresrechnung als Berechnungsgrundlage für die Subventionierung der Veranstalter und die von ihnen zu leistende Konzessionsabgabe an den Bund. Letztere entspricht 0.5 %

der jährlich CHF 500'000 übersteigenden Bruttoeinnahmen aus Werbung und Sponsoring (Art. 15 und 22 RTVG, Art. 34 Abs. 2 RTVV). Für die Berechnungsgrundlage gilt das Vorjahr als Erhebungszeitraum.

Die Finanzaufsicht des BAKOM ist, neben der Nachachtung des Gewinnausschüttungsverbots (Art. 41 Abs. 2 RTVG), primär für die Überprüfung der wirtschaftlichen und bestimmungsgemässen Mittelverwendung sowie die Erfüllung des Anspruchs eines Abgabenanteils zuständig, um eine optimale Ressourcenallokation der öffentlichen Beiträge an konzessionierte Lokalradios und Regionalfernsehen zu garantieren.

Ziele

Das BAKOM trägt durch periodische Veröffentlichungen der gesetzlichen Informationspflicht gegenüber der Öffentlichkeit Rechnung.

Mit der vorliegenden Publikation zur finanziellen Situation der konzessionierten Lokalradios und Regionalfernsehen werden im Besonderen folgende Ziele verfolgt:

- Grundlegende Information zur Finanzlage (Aufwand- und Ertragsstruktur, Betriebserfolg) innerhalb der Segmente und der Branche
- Übersicht zu deren Entwicklung für die Zeitperiode von 2016 – 2019
- Überprüfung der finanziellen Gewährleistung einer nachhaltigen und langfristigen Leistungserbringung

Vor diesem inhaltlichen Hintergrund ist im vorliegenden Bericht keine umfassende Analyse über die Erfüllung des konzessionsrechtlichen Leistungsauftrags (i.S. einer Programmanalyse) vorgesehen.

2 Methode und Definitionen

Der vorliegende Bericht ist eine deskriptive Studie. Die methodische Vorgehensweise entspricht einer Sekundäranalyse.

Als Datengrundlage dienen die Finanzberichterstattungen (Jahresabschlüsse und -berichte) konzessionierter Lokalradios und Regionalfernsehen mit Leistungsauftrag (ausgenommen «meldepflichtige Veranstalter»¹), die vorzugsweise in folgende Branchensegmente unterteilt werden:

¹ Neben den bisher erwähnten konzessionierten privaten Radio- und TV-Veranstalter existieren zusätzlich meldepflichtige Veranstalter. Sie müssen keinen Programm- oder Leistungsauftrag erfüllen und haben ausschliesslich die rechtlichen Bestimmungen (z. B. Werbeverbot) des RTVG zu befolgen. Sie haben keinen Anspruch auf einen Abgabenanteil oder Zugangsrechte zu Verbreitungsinfrastrukturen und werden im vorliegenden Bericht nicht weiter berücksichtigt.

- 12 kommerzielle Lokalradios mit Leistungsauftrag und Abgabenanteil (Segment 1)
- 14 kommerzielle Lokalradios mit Leistungsauftrag ohne Abgabenanteil (Segment 2)
- 9 komplementäre Lokalradios mit Leistungsauftrag und Abgabenanteil (Segment 3)
- 13 Regionalfernsehen mit Leistungsauftrag und Abgabenanteil (Segment 4)

Auf dieser Kategorisierung basierend werden die betrieblichen Daten aus den Finanzberichterstattungen konzessionierter Lokalradios und Regionalfernsehen mittels **Durchschnittswertbildung**² konsolidiert, systematisch analysiert und in anonymisierter Weise unter «Ergebnisse der finanziellen Situation» berichtet. Durchschnittswerte erlauben über mehrere Zeitpunkte hinweg betrachtet Rückschlüsse auf die zugrundeliegende Entwicklungsrichtung (Trend) der Finanzlage, die in Hinblick auf künftige Ressourcen sowie Subventionsplanungen aufschlussreich und zweckdienlich sind. Dabei gilt zu beachten, dass mit derartigen Aggregationsverfahren Informationsverluste einhergehen, die wiederum Vergleiche zwischen Segmenten mit jeweils unterschiedlichen Granularitäten erschweren. Zum Ausgleich allfälliger Informationsverluste werden, sofern möglich, branchenspezifische Erfahrungswerte hinzugezogen. Der Sensitivität des Mittelwerts gegenüber hohen bzw. tiefen Extremwerten³ wird mittels Angaben zur Datenverteilung (mittlere 50 % der Verteilung, sog. Interquartilbereich) entgegengewirkt.

Unter «Jahresabschluss» wird eine periodische Kontrolle in regelmässigen Zeitabständen über die Vermögens- und damit auch der Finanzlage verstanden. Diese wird anhand der Bilanz und der Erfolgsrechnung ermittelt.⁴ Zentrale Finanzkennzahlen und -indikatoren hierfür bilden, neben der Ertrags- und Aufwandstruktur, das Jahresergebnis sowie die Liquidität.

2.1 Ertrag

Beim Ertrag handelt es sich um eine erfolgskritische Kennzahl. Für die Analyse der Ertragssituation werden die Bruttoeinnahmen aus Werbung und Sponsoring herangezogen.

Als Bruttoeinnahmen aus Werbung und Sponsoring⁵ gelten alle Erträge, welche im Programm eines konzessionierten Veranstalters von diesem selbst oder von Dritten mit Werbung und Sponsoring erwirtschaftet werden (Art. 34 Abs. 1 RTVV). Dieser Gesamtertrag bildet gleichzeitig die Berechnungsgrundlage für die Konzessionsabgabe.

In dieser Hinsicht stellt das Branchensegment der komplementären Lokalradios mit Leistungsauftrag und Abgabenanteil eine Besonderheit dar. Sie unterliegen einem Werbeverbot und finanzieren sich ausschliesslich aus Sponsoring, freiwilligen Spenden und Mitgliederbeiträgen. Bei Letzteren handelt es sich namentlich um Mittel von Dritten (private Vereine, Trägerschaften) zugunsten des Veranstalters.

2.2 Betriebsaufwand

Die Haupttreiber des Betriebsaufwandes bestehen insbesondere aus:

- Personalaufwand: Beinhaltet sämtliche Personalkosten, d.h. Löhne, Sozialversicherungen, Pensionskasse, Aus- und Weiterbildung, Spesen und übriger Personalaufwand.
- Vermittlungsaufwand: Hierunter werden alle Beratungs- und Vermittlungskommissionen, die an Konzerngesellschaften und Drittfirmen bezahlt wurden, gefasst.

Der Betriebsaufwand ist der massgebliche Aufwand für die Bemessung des Abgabenanteils.

² Bei Verwendung von Summenwerten wird explizit darauf hingewiesen.

³ Aus Gründen der Repräsentativität in die Analyse miteinbezogen.

⁴ Vgl. Boemle, M. & Lutz, R. (2008). *Der Jahresabschluss* (5. Aufl., S. 63f.). Zürich: SKV.

⁵ Mit dem Inkrafttreten des revidierten Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) im April 2007 wurden neben den Brutto-Werbeinnahmen zusätzlich die Bruttoeinnahmen aus dem Sponsoring deklarationspflichtig (Art. 22 Abs. 2 RTVG).

2.3 Jahresergebnis

Der Jahresgewinn/-verlust respektive der Betriebserfolg ergibt sich aus der Differenz von Ertrag und Aufwand einer Rechnungsperiode.⁶

2.3.1 Kapitalverlust und Überschuldung (OR Art. 725)

Gemäss OR Artikel 725 zu Kapitalverlust und Überschuldung zeigt die letzte Jahresbilanz, dass die Hälfte des Aktienkapitals und der gesetzlichen Reserven nicht mehr gedeckt ist. In diesem Fall beruft der Verwaltungsrat unverzüglich eine Generalversammlung ein und beantragt ihr Sanierungsmassnahmen. Wenn begründete Besorgnis einer Überschuldung besteht, muss eine Zwischenbilanz erstellt und diese einem zugelassenen Revisor zur Prüfung vorgelegt werden. Ergibt sich aus der Zwischenbilanz, dass die Forderungen der Gesellschaftsgläubiger weder zu Fortführungs- noch zu Veräusserungswerten gedeckt sind, so hat der Verwaltungsrat den Richter zu benachrichtigen, sofern nicht Gesellschaftsgläubiger im Ausmass dieser Unterdeckung im Rang hinter alle anderen Gesellschaftsgläubiger zurücktreten.

Für das Geschäftsjahr 2019 waren dem BAKOM keine Veranstalter bekannt, die einen Kapitalverlust sowie eine Überschuldung nach OR Artikel 725 geltend machten.

2.4 Liquidität

Unter Liquidität versteht man einerseits die Fähigkeit, vorhandene Vermögenswerte in Zahlungsmittel umwandeln zu können (absolute Liquidität) und andererseits das Gleichgewicht zwischen verfügbaren Zahlungsmitteln und fälligen Verpflichtungen in zeitlicher und betragsmässiger Hinsicht (relative Liquidität). Traditionell wird die Liquidität in der Jahresabschlussanalyse anhand von Liquiditätsgraden beurteilt. Diese statische Liquiditätsanalyse liefert jedoch nur Anhaltspunkte der aus diesen Beständen zu erwartenden Ein- und Auszahlungen.⁷

Die Liquidität wird im Folgenden durch den Liquiditätsgrad 1 (nachfolgend LG 1) und Liquiditätsgrad 2 (nachfolgend LG 2) beschrieben. Es handelt sich dabei um zwei Bilanzkennzahlen. Die als optimal bewerteten Schwellenwerte (nachfolgend SW) liegen für den LG 1 bei $\geq 100\%$ und den LG 2 bei ≥ 150 bis 200% .⁶ In der Praxis hingegen ist die zweckmässige Höhe schwierig abzuschätzen und ausserordentlich stark vom Charakter des Unternehmens abhängig (z. B. Grösse, Organisationsformen, Investitionstätigkeiten). Ein LG 1 von 20 bis 30 % wird oft als genügend betrachtet, da das kurzfristige Fremdkapital meist nicht sofort fällig ist.⁸ Das BAKOM bewertet einen LG 1 von mehr als 20 % und einen LG 2 ab 100 % als ausreichend.

LG 1: Mit dieser Kennzahl können Aussagen darüber getroffen werden, ob das Unternehmen in der Lage ist, kurzfristige Schulden durch den Bestand an flüssigen Mitteln zu begleichen.

LG 2: Dies ist eine aussagekräftige Kennzahl, weil Gleiches mit Gleichem verglichen wird. Verbindlichkeiten (Kreditoren) mit einer kurzen Zahlungsfrist werden Forderungen (Debitoren) mit ähnlicher Zahlungsfrist und flüssigen Mitteln (Kasse, Bankkonto) gegenübergestellt.

Die liquiden Mittel plus die Forderungen sollten das kurzfristige Fremdkapital eins zu eins decken. Wenn die liquiden Mittel und die Kundenforderungen zusammen deutlich niedriger sind als die

⁶ Vgl. Boemle, M. & Lutz, R. (2008). *Der Jahresabschluss* (5. Aufl., S. 43f.). Zürich: SKV.

⁷ Vgl. Boemle, M. & Lutz, R. (2008). *Der Jahresabschluss* (5. Aufl., S. 699). Zürich: SKV.

⁸ Vgl. Leimgruber, J. & Prochinig, U. (2014). *Bilanz- und Erfolgsanalyse* (8. Aufl., S. 43). Zürich: SKV.

kurzfristigen Verbindlichkeiten, kann die Zahlungsbereitschaft eines Unternehmens oft als gefährdet betrachtet werden.⁷

Die verwendeten Formeln für die Berechnung der Liquiditätsgrade sind im Anhang einsehbar.

In Zusammenhang mit der Liquidität gilt zu beachten, dass ein Teil der Veranstalter einer Unternehmensgruppe angehört. Dies hat in manchen Fällen durch die Mittelbewirtschaftung auf übergeordneter Stufe entsprechende Auswirkungen auf die Liquidität der betroffenen Veranstalter. Ferner gewinnt das Cash-Management in solchen Unternehmensgruppen infolge der Negativzinsentwicklung stetig an Bedeutung.

2.5 Abgabenanteil

Eine rein marktgesteuerte Ordnung wäre in Hinblick auf die Besonderheiten der Schweiz wie die Mehrsprachigkeit und Kleinräumigkeit nicht ausreichend in der Lage, den Anliegen des Verfassungsauftrags sowie dem Beitrag zur Bildung, kulturellen Entfaltung, freien Meinungsbildung und Unterhaltung hinreichend nachzukommen.⁹

Um die bestehende sprachregionale Vielfalt und Angebote in ausreichender Qualität weiterhin zu gewährleisten, wurden die Anteile am Ertrag aus den Abgaben für Radio und Fernsehen mit der Teilrevision des RTVG vom 1. Juli 2016 zugunsten der lokalen und regionalen Rundfunkveranstalter auf das gesetzlich mögliche Maximum von 6 % erhöht. Der Bundesrat hat am 25. Mai 2016 entschieden, den lokalen Radio- und regionalen Fernsehstationen mehr finanzielle Mittel zuzusprechen. Er hat den entsprechenden Anteil von 4 auf 5 % bzw. um CHF 13.5 Mio. erhöht. Den privaten Veranstaltern kamen demnach ab Juli 2016 CHF 67.5 Mio. zu. In seiner Entscheidung vom 18. Oktober 2017 hat der Bundesrat per 2019 eine weitere Erhöhung von 5 auf 6 % beschlossen. Seit Anfang 2019 beträgt der Abgabenanteil den gemäss RTVG maximal möglichen Prozentsatz von 6 %. Diese Gelder werden auf der Basis eines komplexen Berechnungsmodells, das die Vorgaben von Artikel 40 RTVG berücksichtigt, auf die Konzessionäre verteilt.¹⁰

Der jährliche Abgabenanteil darf gemäss Artikel 39 Absatz 1 RTVV für die konzessionierten Lokalradios höchstens 70 bis 80 % und für die konzessionierten Regionalfernsehen höchstens 70 % des Betriebsaufwandes ausmachen.

⁹ Vgl. Bundesrat (2016). *Bericht zur Überprüfung der Definition und der Leistungen des Service public der SRG unter Berücksichtigung der privaten elektronischen Medien*. Verfügbar unter <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/das-bakom/organisation/rechtliche-grundlagen/bundesratsgeschaefte/bundesratsbericht-zum-service-public-im-medienbereich.html> (Stand 16. November 2020).

¹⁰ Vgl. Verwendung der Abgabe unter <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/elektronische-medien/abgabe-fur-radio-und-fernsehen/verwendung-der-abgabe.html> (Stand 16. November 2020).

3 Ergebnisse der finanziellen Situation

Die nächsten Abschnitte erläutern die aus der Datenanalyse erfolgten Ergebnisse¹¹ zur finanziellen Situation der konzessionierten privaten Radio- und TV-Veranstalter in der Schweiz.

Die Entwicklungsverläufe innerhalb der festgelegten Vergleichsperiode können durch konstante Verläufe sowie durch allfällige Änderungen aufgrund kurzfristiger (z. B. konjunktureller) Schwankungen und/oder längerfristige Auf- oder Abwärtstrends gekennzeichnet sein.

3.1 Kommerzielle Lokalradios mit Leistungsauftrag und Abgabenanteil

In der Vergleichsperiode zwischen 2016 und 2019 waren 12 kommerzielle Lokalradios mit Leistungsauftrag und Abgabenanteil (nachfolgend Lokalradios mit Abgabenanteil) operativ tätig.

Erträge

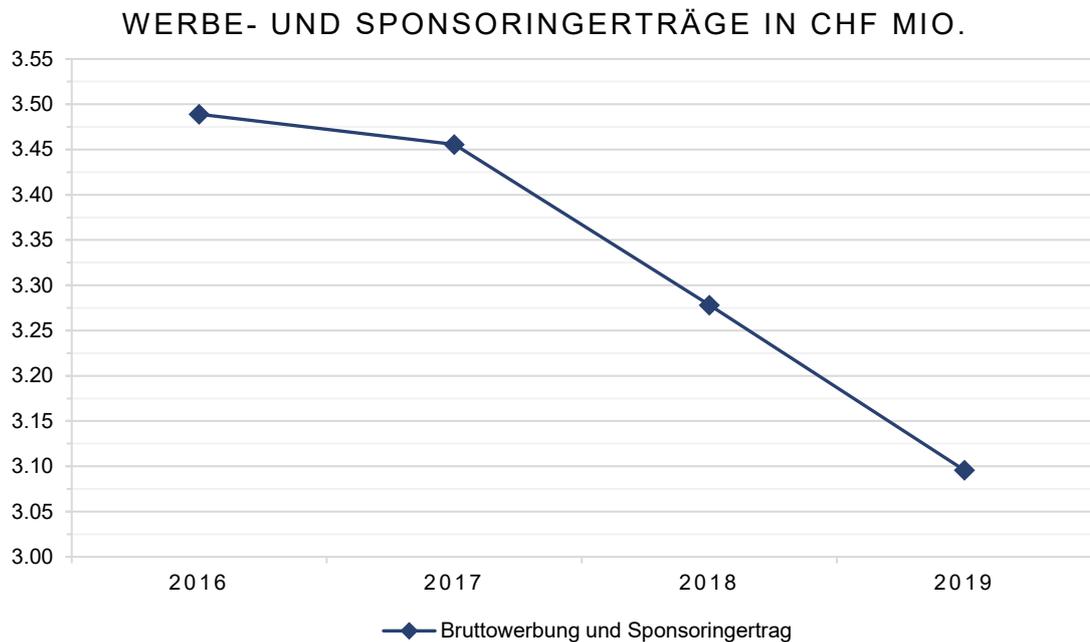


Abbildung 1: Durchschnittlicher Bruttowerbe- und Sponsoringertrag der Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Die Abbildung 1 veranschaulicht die durchschnittlichen Ergebnisse für die Bruttoeinnahmen aus Werbung und Sponsoring. Das Branchensegment der kommerziellen Lokalradios mit Abgabenanteil verfügt per Ende 2019 über einen Bruttoertrag von CHF 3.1 Mio. pro Lokalradio, die mit Werbung (86 %) und Sponsoring (14 %) erwirtschaftet wurden (vgl. Abbildung 1). 50% des Segments erwirtschaftet Bruttoeinnahmen aus Werbung und Sponsoring von CHF 1.7 Mio. bis CHF 3.7 Mio.

Die Erträge aus Werbung und Sponsoring weisen über die Vergleichsperiode insgesamt eine rückläufige Entwicklung auf (vgl. Abbildung 1). Im Zeitraum zwischen 2016 und 2019 sanken die erzielten Bruttoeinnahmen aus Werbung und Sponsoring um 11.3 %. Im Vergleich zu den Vorjahren zeichnete sich besonders zwischen 2018 und 2019 ein prägnanter Rückgang ab (5.6 %) (vgl. Abbildung 1). Die prozentualen Anteile von Werbung und Sponsoring blieben hingegen über die Vergleichsperiode konstant (2016: 88 %_w, 12 %_s; 2017: 88 %_w, 12 %_s; 2018: 87 %_w, 13 %_s).

¹¹ Aufgrund von Rundungsdifferenzen können die ausgewiesenen Werte geringfügig vom wirklichen Wert abweichen.

Die Detailbetrachtung des Segments offenbart ein differenziertes Bild: Trotz rückläufiger Erträge aus Werbung und Sponsoring bei der Mehrheit erwirtschafteten 2 Lokalradios in 2019 Umsatzsteigerungen im Bereich von CHF 18.7 Tsd. bis CHF 114.4 Tsd.

Aufwand

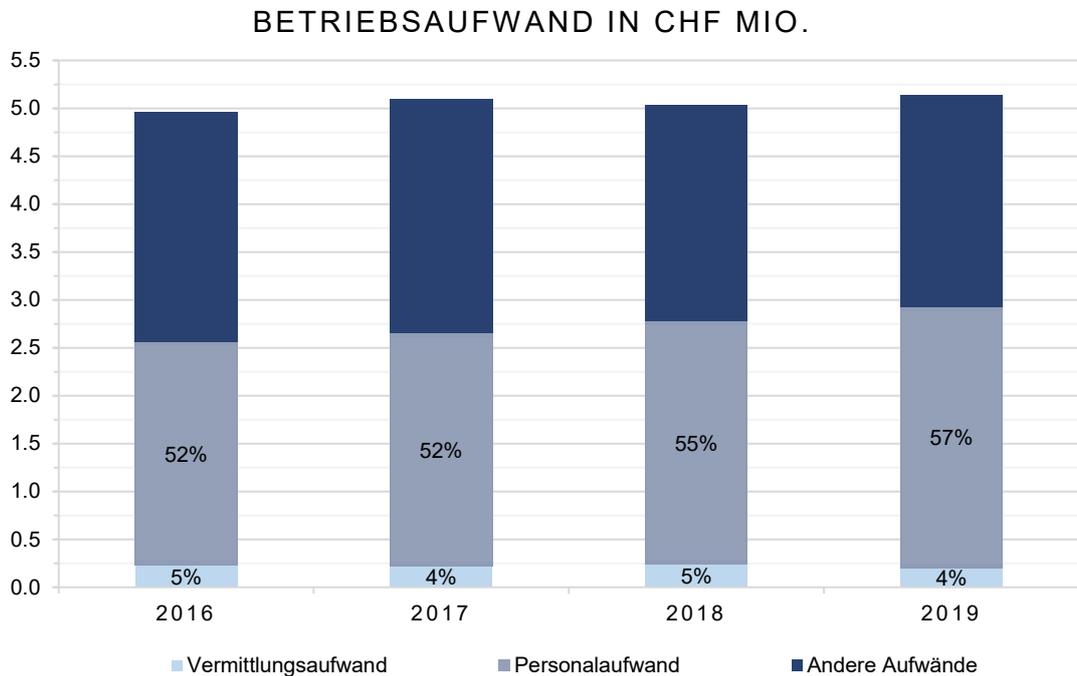


Abbildung 2: Personal- und Vermittlungsaufwand in % am Betriebsaufwand (Durchschnittswerte) der Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Die Abbildung 2 präsentiert die durchschnittlichen Ergebnisse für den anteilmässigen Personal- und Vermittlungsaufwand am gesamten Betriebsaufwand. Der Betriebsaufwand ist marginal (entspricht 4 %) angestiegen und beläuft sich Ende 2019 auf ca. CHF 5.1 Mio. pro Lokalradio. Davon entfallen CHF 2.9 Mio. (entspricht 57 %) auf den Personalaufwand und CHF 200 Tsd. (entspricht 4 %) auf den Vermittlungsaufwand (vgl. Abbildung 2). 50 % des Segments weist dabei einen Betriebsaufwand zwischen CHF 3.3 Mio. und CHF 5.7 Mio., einen Personalaufwand zwischen CHF 1.9 Mio. und CHF 3.2 Mio. sowie einen Vermittlungsaufwand zwischen CHF 100.4 Tsd. und CHF 328.2 Tsd. auf.

Aufgrund vorwiegend eigener Werbeakquisitionen innerhalb des Segments fallen die Vermittlungskommissionen vergleichsweise gering aus. Gegenüber den konstanten Vermittlungskosten über die Vergleichsperiode sind die durchschnittlichen Personalkosten um CHF 370.5 Tsd. gestiegen.

Jahresergebnis

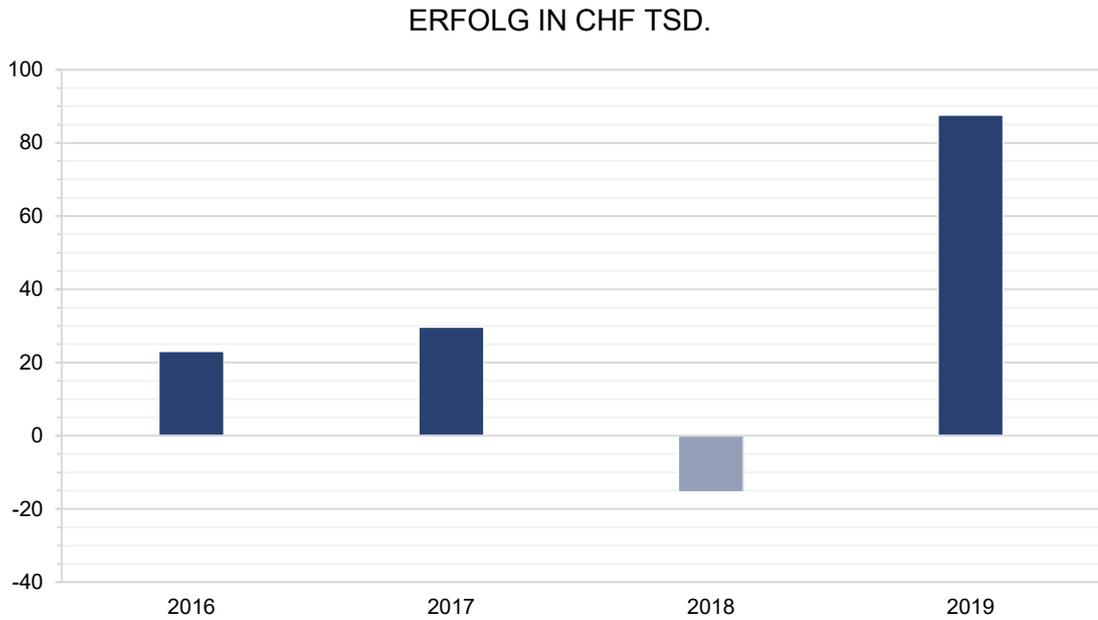


Abbildung 3: Durchschnittliche Jahresergebnisse der Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Die Abbildung 3 veranschaulicht die durchschnittlichen Jahresergebnisse der Lokalradios mit Abgabenanteil. Über die Vergleichsperiode ist ein positives Jahresergebnis von CHF 64.5 Tsd. zu verzeichnen. Nach einer marginalen Erholungsphase in 2017 sinkt das durchschnittliche Jahresergebnis Ende 2018 deutlich auf CHF - 15.3 Tsd. Das positive Jahresergebnis 2019 im Vergleich zum Vorjahr von CHF 87.6 Tsd., ergibt sich aus der sehr guten Geschäftsentwicklung der Veranstalter. Die Erfolgsspanne innerhalb des Segments variiert beträchtlich. 50 % des Segments deklariert einen Erfolg zwischen CHF 0.3 Tsd. und CHF 59.5 Tsd.

Trotz steigender Jahresergebnisse weisen 3 kommerzielle Lokalradios mit Abgabenanteil im Jahr 2019 einen Verlust im Bereich von CHF - 3.8 Tsd. bis CHF - 16.9 Tsd. aus.

Liquidität

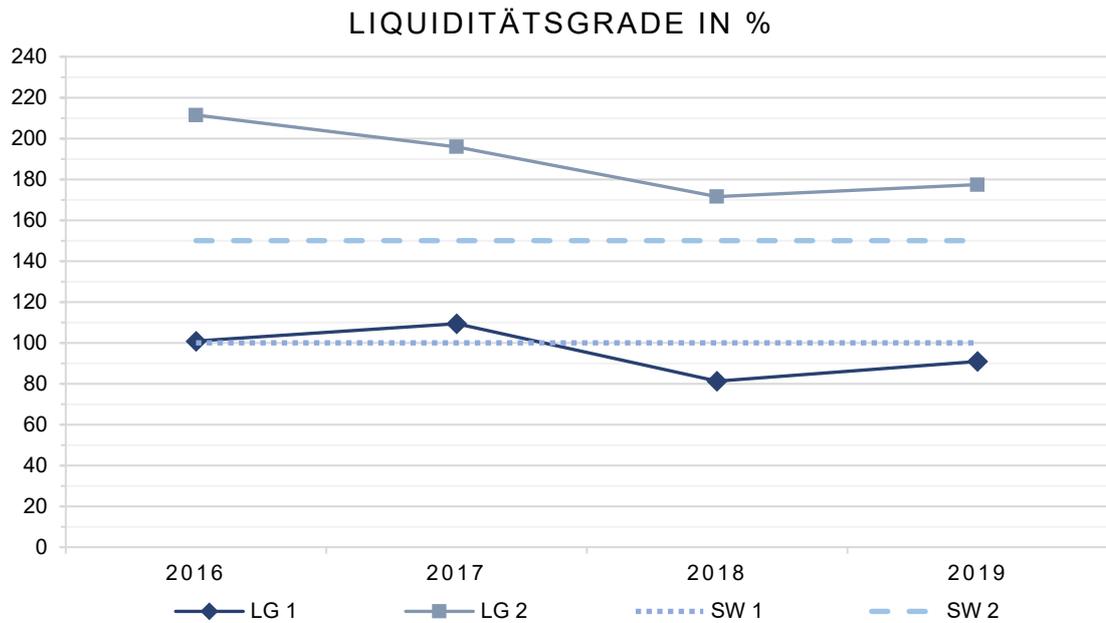


Abbildung 4: Durchschnittliche Liquiditätsstruktur der Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Die Abbildung 4 präsentiert die durchschnittlichen Liquiditätsgrade (LG). Per Ende 2019 haben konzessionierte Lokalradios mit Abgabenanteil einen LG 1 von 91 % und liegen damit knapp unterhalb des empfohlenen Schwellenwerts von 100 %. 50% des Segments weist mit einem LG 1 von 17 bis 120 % knapp ausreichende bis gute Werte auf. Der LG 2 liegt mit 177 % oberhalb des empfohlenen Schwellenwerts von 150 %. 50 % des Segments erreicht mit einem LG 2 von 112 bis 207 % ein ausreichendes bis sehr gutes Niveau. 3 Lokalradios weisen aufgrund eines kritischen LG 1 von ≤ 20 %, davon zwei Lokalradios mit Unternehmensgruppenzugehörigkeit mit einem zusätzlichen LG 2 von ≤ 100 %, kurzfristige Liquiditätsrisiken auf. Von dem analysierten Segment sind 7 Lokalradios Teil einer Unternehmensgruppe.

Über die gesamte Vergleichsperiode ist der LG 1 um 10 % und der LG 2 um 16 % gesunken. Dabei wurde der empfohlene Schwellenwert für den LG 1 2018 sowie 2019 unterschritten (vgl. Abbildung 4). Nach einem kurzen Anstieg in 2017 von 8 % ist der LG 1 2018 um 26 % gesunken und im 2019 erneut um 12% gestiegen.

Bei einem Lokalradio mit Unternehmensgruppenzugehörigkeit ist die gesamte Liquiditätssituation über die Vergleichsperiode sehr angespannt. Demgegenüber erreicht ein anderes Lokalradio über die Vergleichsperiode konstant überproportional hohe Liquiditätsgradwerte.

Abgabenanteile

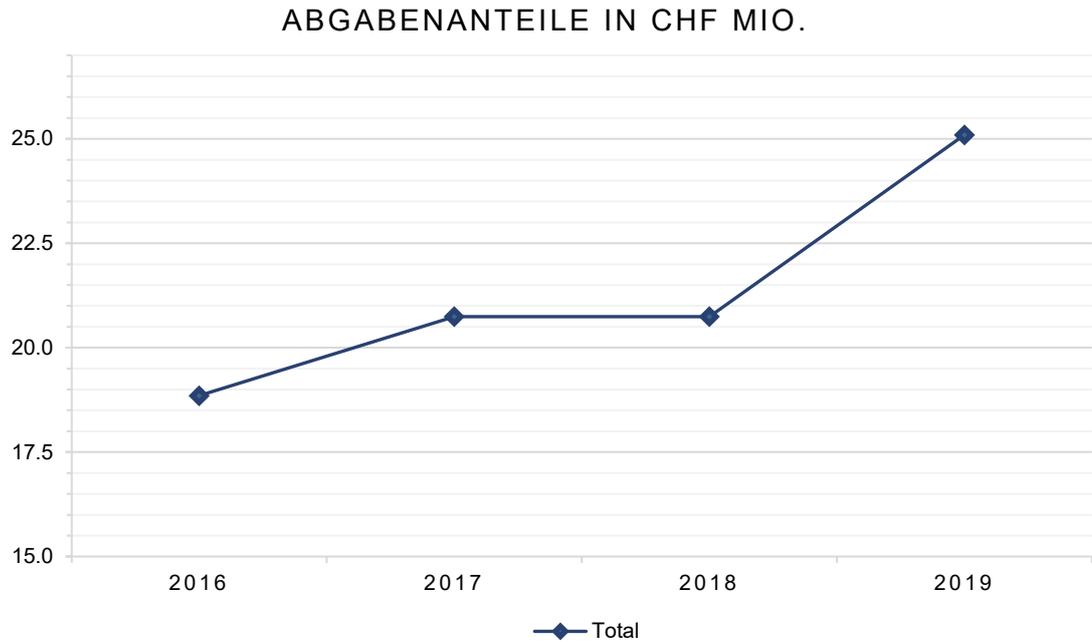


Abbildung 5: Abgabenanteile (in Total) der kommerziellen Lokalradios
(Quelle: BAKOM)

In Abbildung 5 sind die Abgabenanteile als Summenwerte aufgeführt. Die Abgabenanteile für die kommerziellen Lokalradios wurden basierend auf dem Betriebsaufwand berechnet und stiegen über die gesamte Vergleichsperiode um 33 % (2016: +11 %; 2017: +10 %; 2018: 0%; 2019: +21%) an. Diese beliefen sich in 2019 auf rund CHF 25.1 Mio. (vgl. Abbildung 5). Die jeweiligen Abgabenanteile der Lokalradios variierten in 2019 in der Höhe von CHF 1.2 Mio. bis CHF 3.4 Mio.

3.2 Kommerzielle Lokalradios mit Leistungsauftrag ohne Abgabenteil

Zu 6 kommerziellen Lokalradio mit Leistungsauftrag ohne Abgabenteil liegen – aufgrund der Konzessionsrückgabe innerhalb der Vergleichsperiode – per Ende 2019 keine vollständigen Finanzdaten mehr vor. Dies verringert die Anzahl von 20 auf 14 kommerzielle Lokalradios mit Leistungsauftrag ohne Abgabenteil (nachfolgend Lokalradios ohne Abgabenteil), die zwischen 2016 und 2019 operativ tätig waren und Gegenstand der nachfolgenden Analyse sind.

Erträge

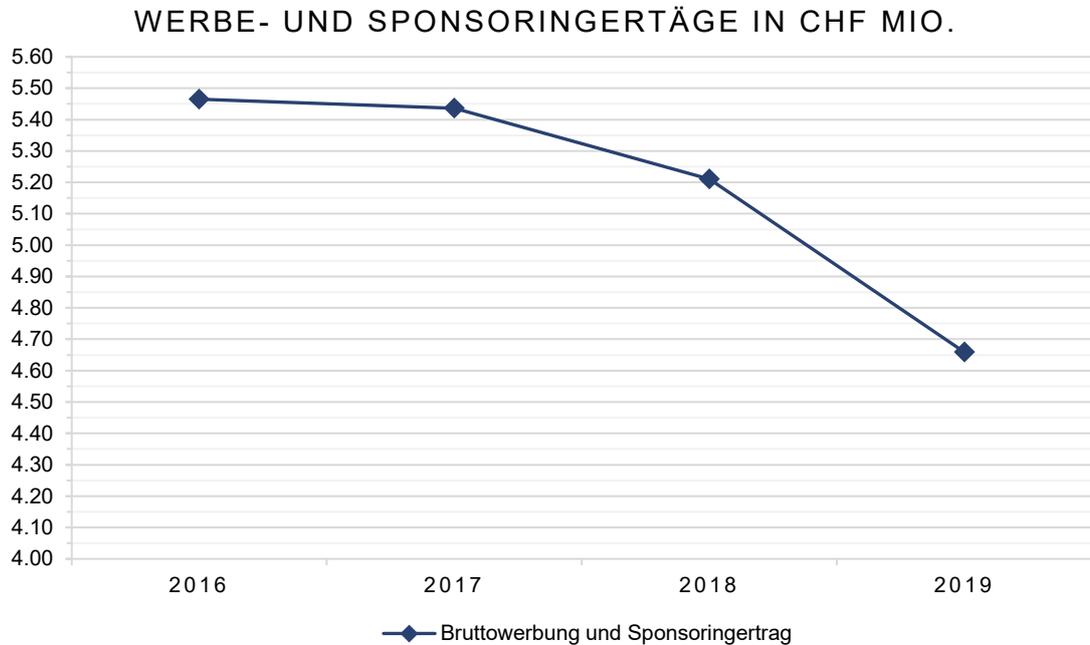


Abbildung 6: Durchschnittlicher Bruttowerbe- und Sponsoringertag der Lokalradios ohne Abgabenteil (Quelle: BAKOM)

Der durchschnittliche Bruttoertrag Ende 2019 entspricht CHF 4.66 Mio. pro Lokalradio ohne Abgabenteil, der mit Werbung (82 %) und Sponsoring (18 %) erwirtschaftet wurde (vgl. Abbildung 6). Bei 50 % der Lokalradios bewegen sich die Bruttoeinnahmen zwischen CHF 3.6 Mio. und CHF 5.8 Mio.

Die Entwicklung der durchschnittlichen Erträge aus Werbung und Sponsoring folgt in diesem Branchensegment ebenfalls einem rückläufigen Trend (vgl. Abbildung 6). Im Zeitraum zwischen 2016 und 2019 sanken die erzielten Bruttoeinnahmen aus Werbung und Sponsoring um 14.8 %, während die durchschnittliche Abnahme in 2019 im Vergleich zum Vorjahr 10.6 % betrug (vgl. Abbildung 6). Demgegenüber blieben die prozentualen Anteile von Werbung und Sponsoring am Gesamtertrag jeweils konstant (2016: 83 %_w, 17 %_s; 2017: 85 %_w, 15 %_s; 2018: 83 %_w, 17 %_s; 2019: 82 %_w, 18 %_s).

Trotz rückläufiger Erträge und Einnahmen aus Werbung und Sponsoring verzeichnen 2019 4 kommerzielle Lokalradios ohne Abgabenteil ein Umsatzwachstum im Bereich von CHF 33.4 Tsd. bis CHF 2.5 Mio.

Aufwand

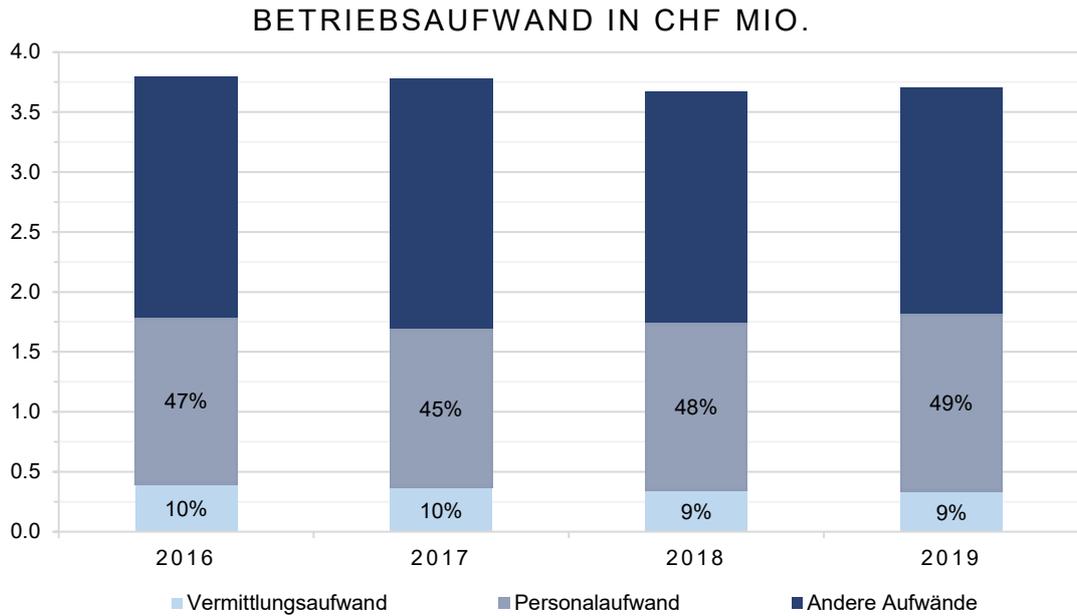


Abbildung 7: Personal- und Vermittlungsaufwand in % am Betriebsaufwand (Durchschnittswerte) der Lokalradios ohne Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Die Abbildung 7 präsentiert die durchschnittlichen Ergebnisse für den anteilmässigen Personal- und Vermittlungsaufwand am gesamten Betriebsaufwand. Die Betriebskosten sind über die Vergleichsperiode um 2.5 % auf CHF 3.7 Mio. pro Lokalradio marginal zurückgegangen (vgl. Abbildung 7). Davon entfallen Ende 2019 CHF 1.8 Mio. (entspricht 49 %) auf den Personalaufwand und CHF 333 Tsd. (entspricht 9 %) auf den Vermittlungsaufwand (vgl. Abbildung 7). 50 % des Segments weist dabei einen Betriebsaufwand zwischen CHF 3.0 Mio. und CHF 4.6 Mio., einen Personalaufwand zwischen CHF 1.0 Mio. und CHF 2.5 Mio. sowie einen Vermittlungsaufwand zwischen CHF 194.7 Tsd. und CHF 409.2 Tsd. auf.

Aufgrund vorwiegend ausgelagerter Werbeakquisitionen innerhalb des Segments, fallen die Vermittlungskommissionen im Vergleich zu Lokalradios und Regionalfernsehen mit Abgabenanteil entsprechend höher aus. Gegenüber den leicht gesunkenen Vermittlungskosten sind die durchschnittlichen Personalkosten über die Vergleichsperiode um CHF 34.3 Tsd. gestiegen.

Jahresergebnis

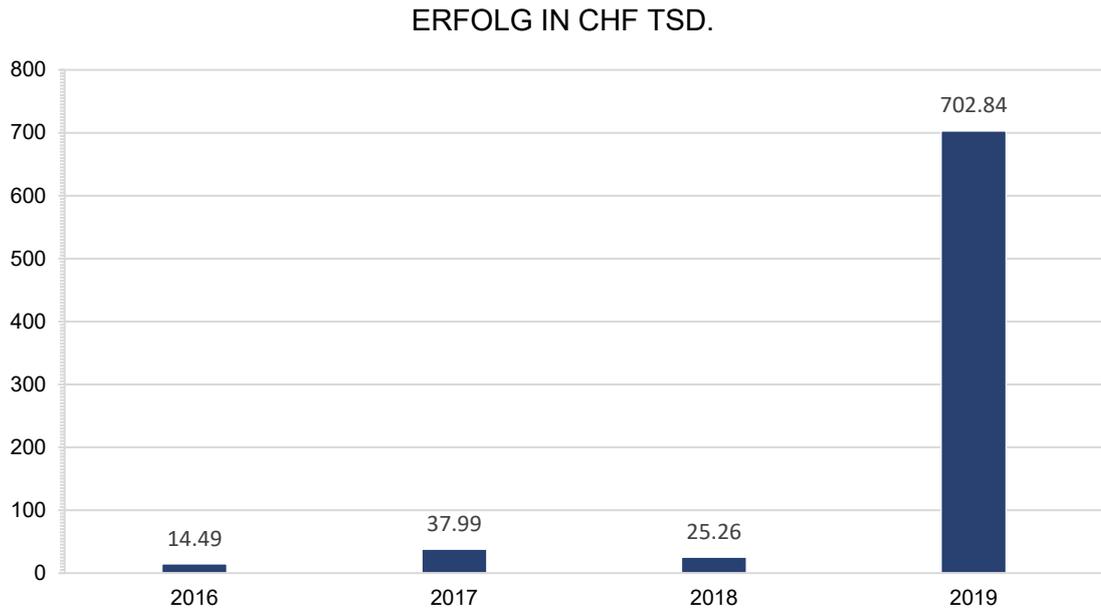


Abbildung 8: Durchschnittliche Jahresergebnisse der Lokalradios ohne Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Bei diesem Branchensegment ist ein Gewinnverlauf über die Vergleichsperiode festzustellen (vgl. Abbildung 8). Dabei fällt auf, dass das Segment immer Gewinne verbuchen konnte (2017: 162 %; 2018: -34 %). So beträgt Ende 2019 das durchschnittliche Jahresergebnis pro Lokalradio CHF 702.8 Tsd., wobei die Unterschiede innerhalb des Segments zwischen CHF -118.7 Tsd. und CHF 7.3 Mio. variieren. 50% der Lokalradios befinden sich jedoch in einem positiven Bereich zwischen CHF 2.4 Tsd. und CHF 440 Tsd.

Die positive Entwicklung des Erfolges ist vorwiegend auf 7 Lokalradios zurückzuführen.

Liquidität

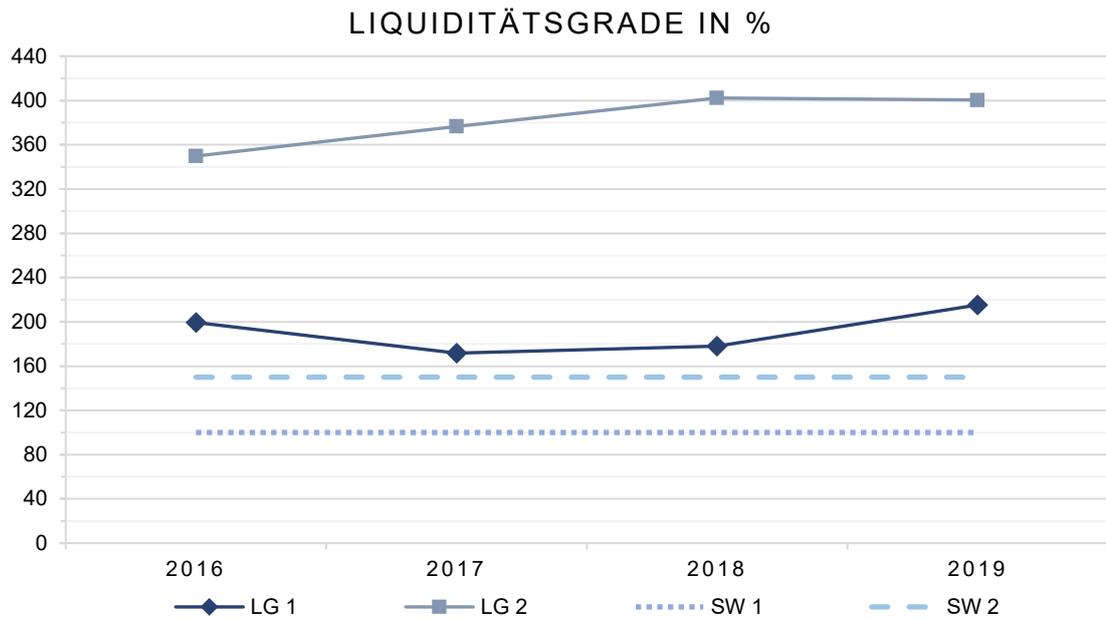


Abbildung 9: Durchschnittliche Liquiditätsstruktur der Lokalradios ohne Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Die Abbildung 9 präsentiert die durchschnittlichen Liquiditätsgrade. Per Ende 2019 haben konzessionierte Lokalradios ohne Abgabenanteil einen LG 1 von 215 % und liegen damit oberhalb des optimalen Schwellenwertes von 100 %. 50% des Segments weist mit einem LG 1 von 80 bis 293 % ausreichende bis sehr gute Liquiditätsgradwerte auf. 1 Lokalradio ist aufgrund von einem LG 1 von ≤ 20 % kurzfristigen Liquiditätsrisiken ausgesetzt. Der LG 2 liegt hingegen mit 400 % weit oberhalb des empfohlenen Schwellenwertes von 150 %. 50 % der Lokalradios weisen mit einem LG 2 von 215 bis 594 % sehr hohe Liquiditätsgradwerte auf. Der LG 2 ist somit bei diesem Branchensegment vollumfänglich im grünen Bereich. 10 Lokalradios gehören Unternehmensgruppen an.

Über die gesamte Vergleichsperiode befindet sich der durchschnittliche LG 1 solide oberhalb des Schwellenwertes und befindet sich seit 2016 zwischen 172 und 215 %. Demgegenüber stieg der LG 2 in der ersten Hälfte der Vergleichsperiode kontinuierlich an (2017: 8 %; 2018: 7 %) und stabilisierte sich ab 2018 auf einem Niveau von 400 bis 402 % (vgl. Abbildung 9). In diesem Segment erreichen mehrere Lokalradios überproportional hohe Liquiditätsgradwerte.

3.3 Komplementäre Lokalradios mit Leistungsauftrag und Abgabenanteil

Diese nicht-kommerziellen Lokalradios sind grundsätzlich kleinere, nicht-gewinnorientierte Organisationen. Sie verfolgen keine kommerziellen Ziele, was einen Vergleich mit anderen kommerziellen Lokalradios erschwert. Auch sie sind Inhaberinnen einer Konzession, welche einen Leistungsauftrag in einer Agglomeration zu erfüllen haben.

In der Vergleichsperiode zwischen 2016 und 2019 waren 9 komplementäre Lokalradios mit Leistungsauftrag und Abgabenanteil (nachfolgend komplementäre Lokalradios mit Abgabenanteil bzw. Komplementärradios) operativ tätig.

Erträge

Aufgrund des Werbeverbots ist dieses Segment bezüglich der Möglichkeit, eigene Einnahmen aus Werbung zu generieren, eingeschränkt und finanziert sich daher ausschliesslich über Sponsoring, Subventionen sowie Spenden und Mitgliederbeiträgen.¹²

Der Entwicklungsverlauf der durchschnittlichen Einnahmen aus Sponsoring, Spenden und Mitgliederbeiträgen ist im Gegensatz zu den übrigen Branchensegmenten durch wechselhafte Zu- und Abnahmen gekennzeichnet. Nach einem geringen Anstieg der Einnahmen von CHF 63.6 Tsd. (2015) auf CHF 64.8 Tsd. (2016), gingen die Einnahmen in 2017 um 12.3 % auf CHF 56.8 Tsd. zurück. 2018 gelang es den Komplementärradios erneut, ihre Einnahmen aus Spenden und Mitgliederbeiträgen auf CHF 60.5 Tsd. (entspricht 6.5 %) zu erhöhen. Dieser Trend nach oben wurde im 2019 mit einer Erhöhung von +5.7% (CHF 63.9 Tsd.) zum Vorjahr fortgesetzt. Der prozentuale Unterschied zwischen 2016 und 2019 beträgt insgesamt -1.4 %. 50 % der Komplementärradios schwanken zwischen CHF 11.95 Tsd. und CHF 92.0 Tsd. Ein Komplementärradio erzielt über die gesamte Vergleichsperiode Höchstwerte.

¹² 1 Komplementärradio ist aufgrund seines Ausbildungsauftrags vom Werbeverbot ausgenommen und wird in den Ergebnissen entsprechend berücksichtigt.

Aufwand

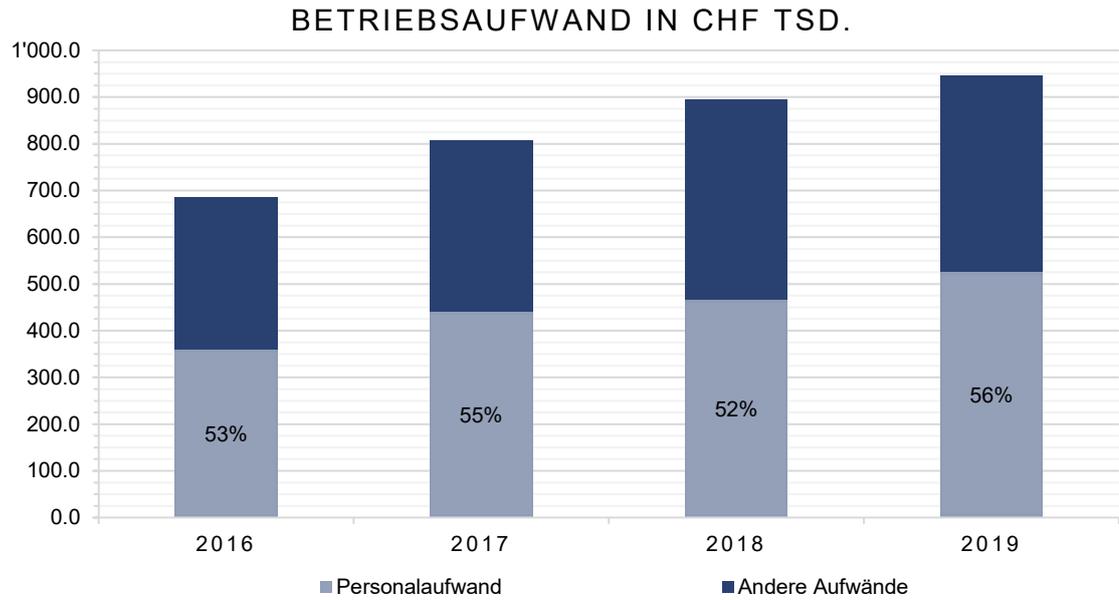


Abbildung 10: Personalaufwand in % am Betriebsaufwand (Durchschnittswerte) der komplementären Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Die Abbildung 10 veranschaulicht die durchschnittlichen Ergebnisse für den anteilmässigen Personalaufwand am gesamten Betriebsaufwand. Der Betriebsaufwand hat sich in den letzten Jahren stetig erhöht (entspricht 37.9 %) und beläuft sich Ende 2019 auf ca. CHF 951.7 Tsd. pro Lokalradio. Davon entfallen CHF 532.3 Tsd. (entspricht 56 %) auf den Personalaufwand (vgl. Abbildung 10). 50% des Segments meldet einen Betriebsaufwand zwischen CHF 769 Tsd. und CHF 1.1 Mio. sowie einen Personalaufwand zwischen CHF 504 Tsd. und CHF 618 Tsd.

Die durchschnittlichen Personalkosten haben sich über die Vergleichsperiode um CHF 167 Tsd. erhöht.

Jahresergebnis

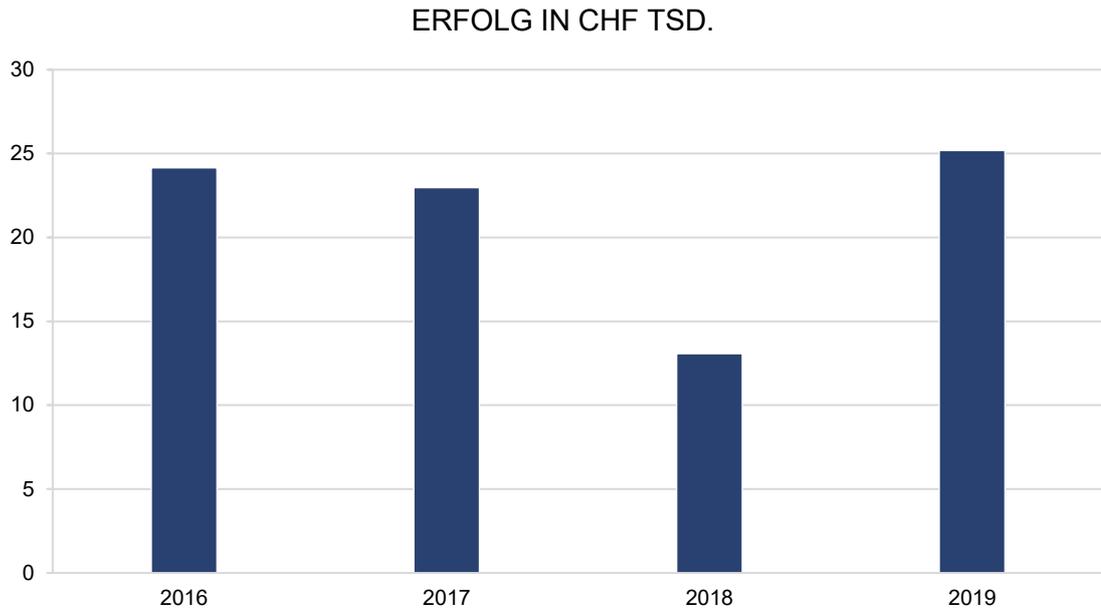


Abbildung 11: Durchschnittliche Jahresergebnisse der komplementären Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Der Gewinn stagnierte in den Vorjahren auf einem durchschnittlichen Niveau von CHF 23.5 Tsd. und fiel Ende 2018 unter die Vorjahreswerte auf CHF 13.1 Tsd. Im 2019 haben sich die Jahresergebnisse wieder auf CHF 25.2 Tsd. erhöht. Dies entspricht dem höchsten Stand in der Vergleichsperiode.

3 Komplementärradios weisen per Ende 2019 einen Verlust aus. 50 % der ausgewiesenen Jahresergebnisse variieren zwischen CHF -0.4 Tsd. und CHF 43.3 Tsd.

Im Vergleich zum Vorjahr verbuchen 2019 6 Komplementärradios höhere Betriebserfolge.

Liquidität

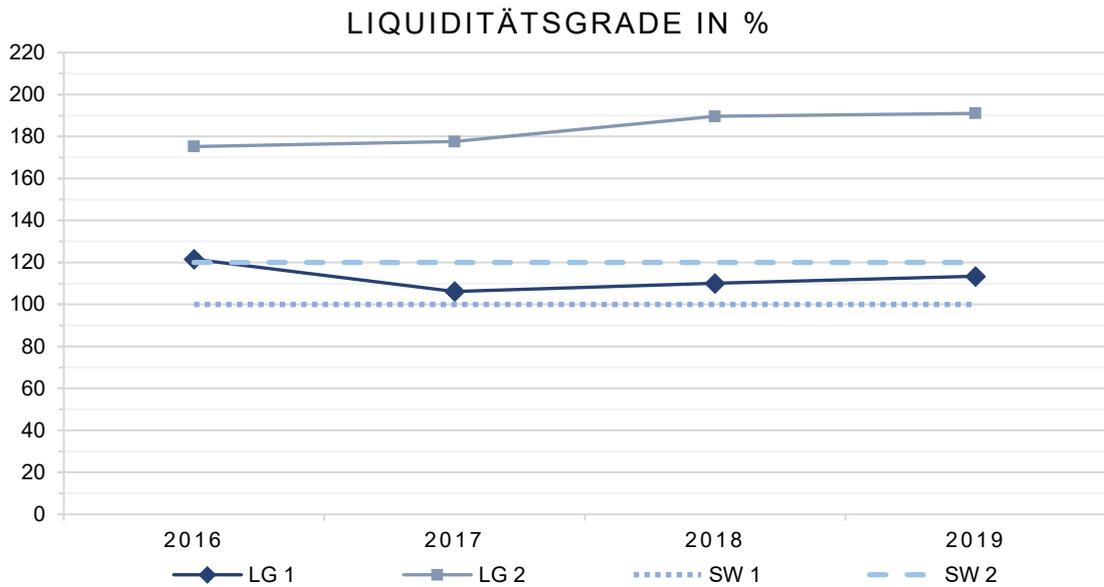


Abbildung 12: Durchschnittliche Liquiditätsstruktur der komplementären Lokalradios mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Aus der Abbildung 12 gehen die Liquiditätsgrade für die komplementären Lokalradios mit Abgabenanteil hervor. Per Ende 2019 beträgt der LG 1 im Durchschnitt 113 % und liegt damit knapp oberhalb des empfohlenen Schwellenwerts von 100 %. 50 % des Segments erreicht mit einem LG 1 von 71 bis 138 % ausreichende bis sehr gute Liquiditätsgradwerte. Die kritische Schwelle von 20 % wird nicht unterschritten, und somit befinden sich alle Komplementärradios in Hinblick auf den LG 1 in einem soliden Bereich. Der LG 2 ist ebenfalls mit 191 % über dem empfohlenen Schwellenwert von 150 % (vgl. Abbildung 12). 50 % der Komplementärradios weisen einen LG 2 von 152 bis 220 % auf und liegen damit in einem guten bis sehr guten Liquiditätsbereich. Beim LG 2 bestehen hinsichtlich der kritischen Schwelle von 100 % ebenfalls keine kurzfristigen Liquiditätsrisiken.

Über die gesamte Vergleichsperiode ist der LG 1 um 7 % gesunken und der LG 2 um 9 % gestiegen. Die empfohlenen Schwellenwerte wurden nicht unterschritten (vgl. Abbildung 12). Des Weiteren erzielten drei Komplementärradios über die Vergleichsperiode konstant sehr gute Liquiditätsgradwerte.

Abgabenanteile

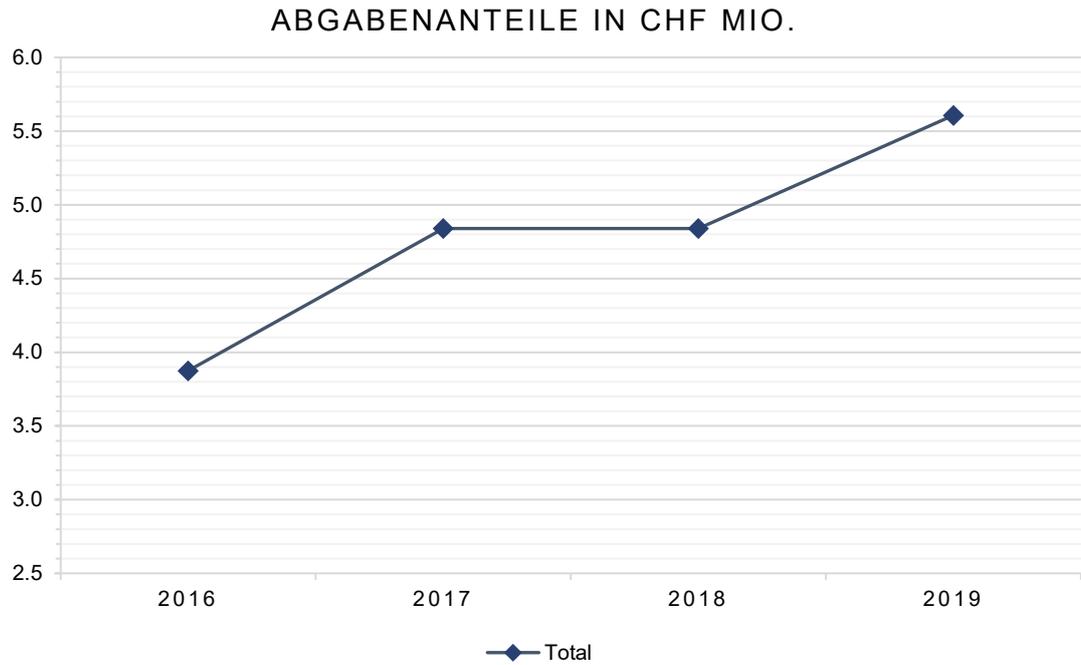


Abbildung 13: Abgabenanteile (in Total) der komplementären Lokalradios
(Quelle: BAKOM)

Die Abgabenanteile für Komplementärradios wurden basierend auf den Betriebskosten berechnet und stiegen über die gesamte Vergleichsperiode um 45 % (2017: +25 %; 2018: 0 %; 2019: +16 %) an. Diese betragen in 2019 rund CHF 5.6 Mio. (vgl. Abbildung 13). Die individuellen Abgabenanteile der Komplementärradios variieren in 2019 in der Höhe von CHF 350 Tsd. bis CHF 750 Tsd.

3.4 Regionalfernsehen mit Leistungsauftrag und Abgabenteil

In der Vergleichsperiode von 2016 bis 2019 waren 13 kommerzielle Regionalfernsehen mit Leistungsauftrag und Abgabenteil (nachfolgend Regionalfernsehen mit Abgabenteil bzw. regionale Fernsehveranstalter mit Abgabenteil) operativ tätig.

Erträge

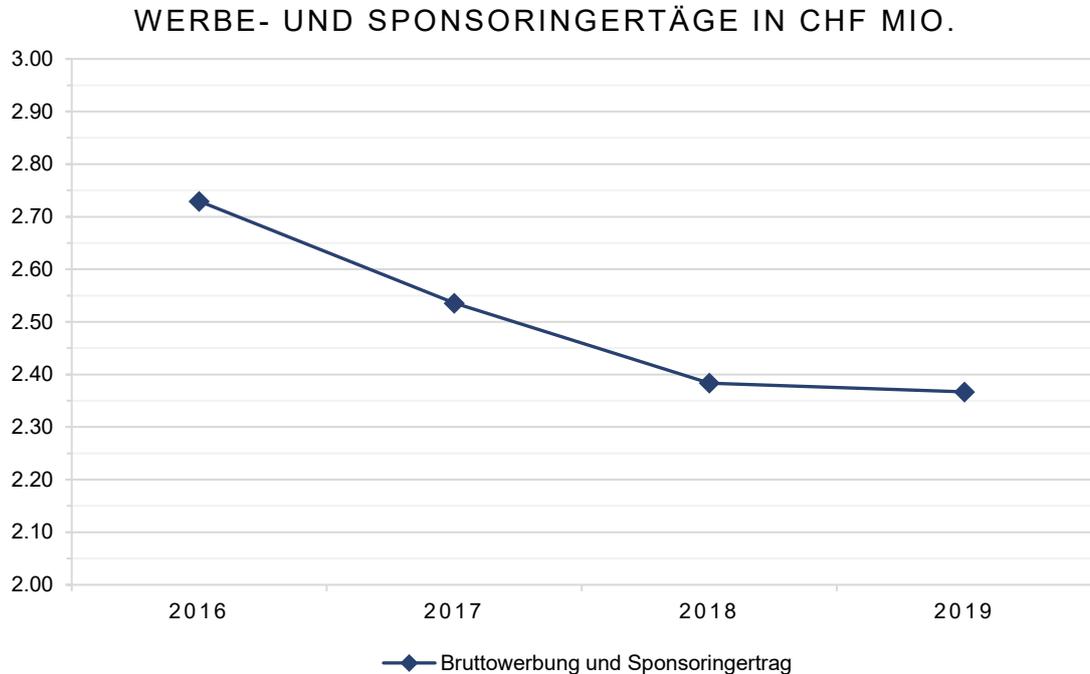


Abbildung 14: Durchschnittlicher Bruttowerbe- und Sponsoringertag der Regionalfernsehen mit Abgabenteil (Quelle: BAKOM)

Aus der Abbildung 14 gehen die durchschnittlichen Ergebnisse für Bruttoeinnahmen aus Werbung und Sponsoring hervor. Das Segment der Regionalfernsehen mit Abgabenteil verfügt per Ende 2019 über einen durchschnittlichen Bruttoertrag von CHF 2.37 Mio. pro Fernsehveranstalter, der mit Werbung (62 %) und Sponsoring (38 %) erwirtschaftet wurde (vgl. Abbildung 14). Bei 50 % des Segments variieren die Bruttoerträge zwischen CHF 1.98 Mio. und CHF 2.61 Mio.

Die durchschnittlichen Erträge aus Werbung und Sponsoring weisen über die Vergleichsperiode ähnlich wie bei allen Branchensegmenten einen Rückgang auf (vgl. Abbildung 14). Im Zeitraum zwischen 2016 und 2019 sanken die erzielten Bruttoeinnahmen aus Werbung und Sponsoring um 13.3 %, während die Abnahme im Vergleich zum Vorjahr 1 % betrug (vgl. Abbildung 14). Der Anteil von Sponsoring am Gesamtertrag ist über die Vergleichsperiode ausgeglichen (2016: 61 %_w, 39 %_s; 2017: 62 %_w, 38 %_s; 2018: 57 %_w, 43 %_s).

Trotz mehrheitlicher Ertragsrückläufe aus Werbung und Sponsoring, erzielten 4 Regionalfernsehen mit Abgabenteil im Jahr 2019 einen Zuwachs im Bereich von CHF 52.5 Tsd. bis CHF 920.1 Tsd.

Aufwand

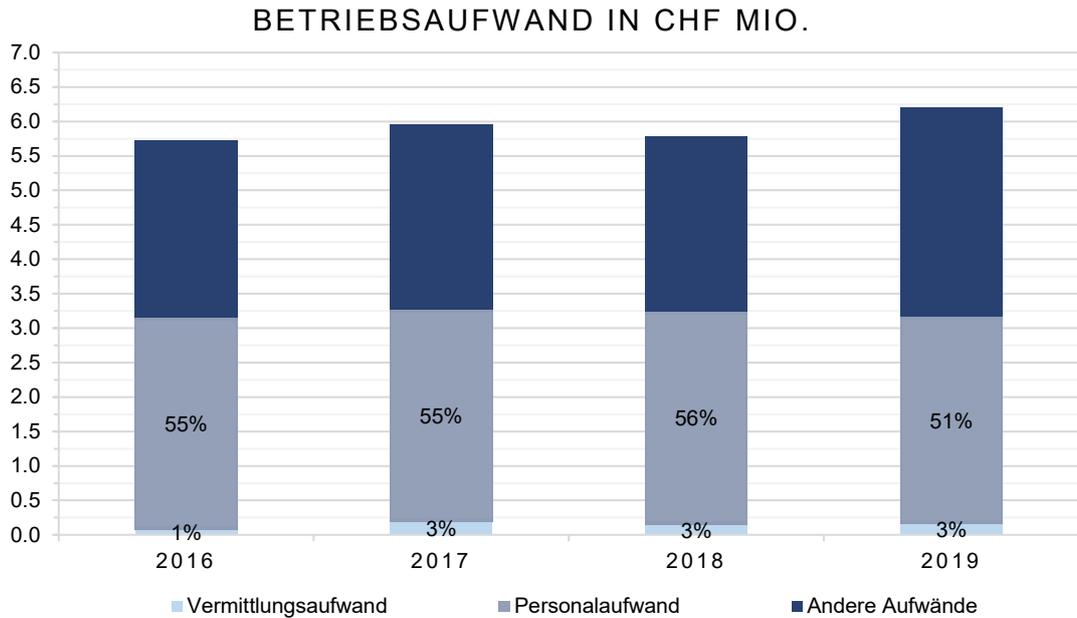


Abbildung 15: Personal- und Vermittlungsaufwand in % am Betriebsaufwand (Durchschnittswerte) der Regionalfernsehen mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Die Abbildung 15 illustriert die durchschnittlichen Ergebnisse für den anteilmässigen Personal- und Vermittlungsaufwand am gesamten Betriebsaufwand. Der Betriebsaufwand befindet sich jährlich ungefähr auf gleicher Höhe und beläuft sich Ende 2019 auf ca. CHF 6.2 Mio. pro Regionalfernsehen mit Abgabenanteil. Davon entfallen CHF 3.17 Mio. (entspricht 51 %) auf den Personalaufwand und CHF 157.0 Tsd. (entspricht 3.0 %) auf den Vermittlungsaufwand (vgl. Abbildung 15). 50 % des Segments meldet einen Betriebsaufwand zwischen CHF 5.6 Mio. und CHF 7.0 Mio., einen Personalaufwand zwischen CHF 2.4 Mio. und CHF 4.2 Mio. sowie einen Vermittlungsaufwand zwischen CHF 13.7 Tsd. und CHF 157.2 Tsd.

Bei diesem Segment fallen die Vermittlungskommissionen aufgrund mehrheitlich eigener Werbeakquisitionen verglichen mit den übrigen Branchensegmenten gering aus.

Jahresergebnis

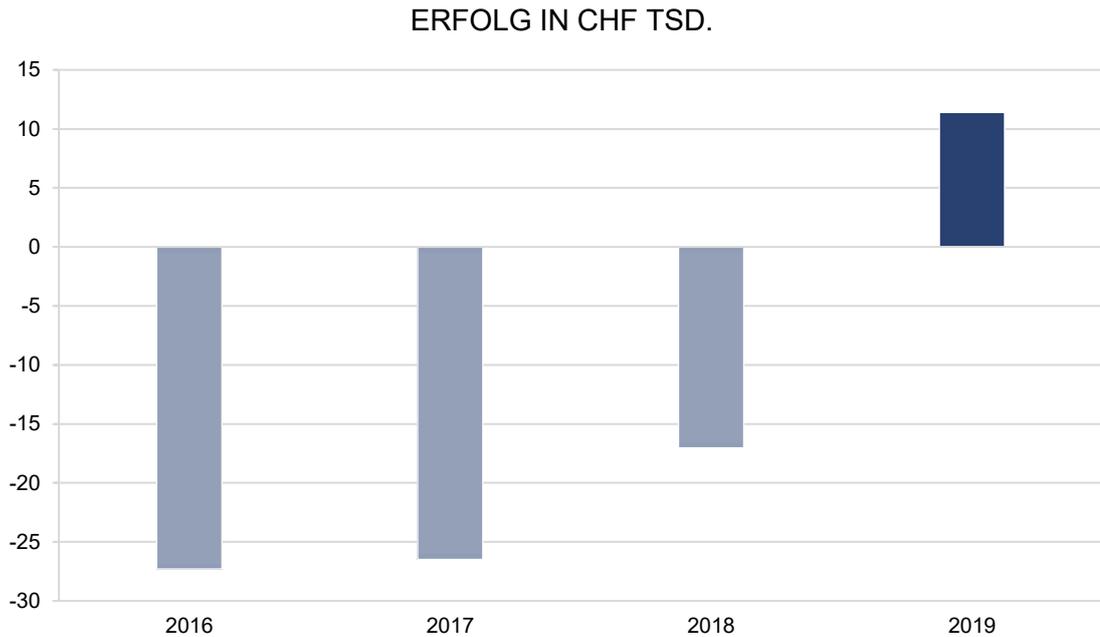


Abbildung 16: Durchschnittliche Jahresergebnisse der Regionalfernsehen mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Die Abbildung 16 veranschaulicht die durchschnittlichen Jahresergebnisse der regionalen Fernsehveranstalter mit Abgabenanteil. Besonders auffällig ist der markante Erlösanstieg von CHF 38.7 Tsd. (entspricht 142 %) zwischen 2016 und 2019. Nach leichten Verlustrückgängen (2017: 3 %; 2018: 36 %) beziffert sich das positive durchschnittliche Jahresergebnis Ende 2019 auf ca. CHF 11.4 Tsd. (vgl. Abbildung 16). Dennoch weisen 7 regionale Fernsehveranstalter trotz gesteigener Erfolge in 2019 gegenüber dem Vorjahr Verluste in der Höhe zwischen CHF - 2.5 Tsd. und CHF - 1.0 Mio. aus.

Die Erfolgsspanne innerhalb des Segments ist jeweils gross. Ende 2019 erzielt 50 % des Segments ein Jahresergebnis zwischen CHF - 26.7 Tsd. und CHF 127.1 Tsd.

Liquidität

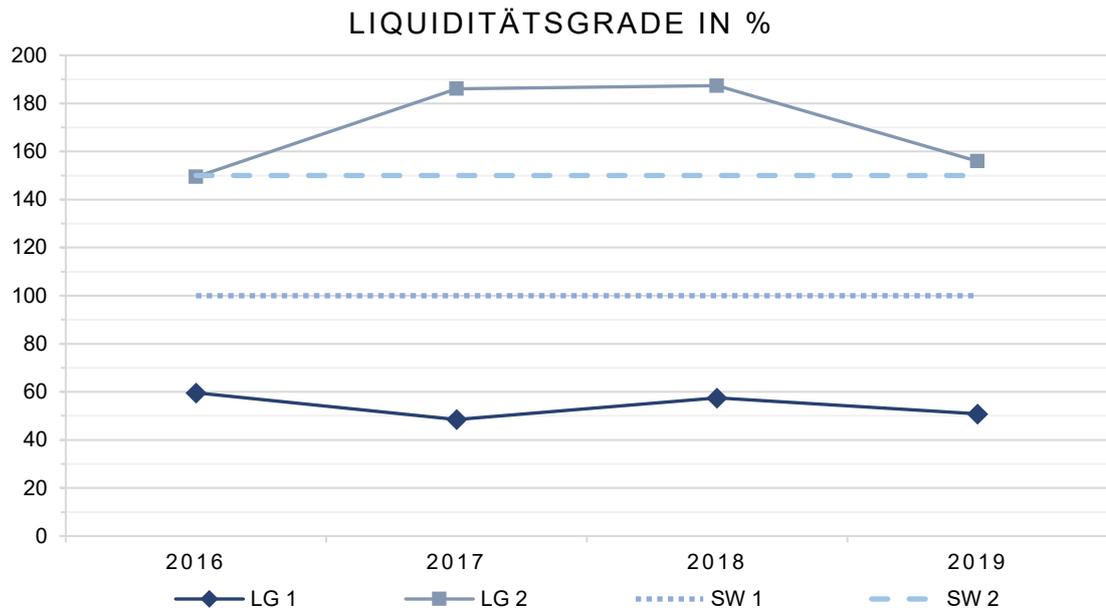


Abbildung 17: Durchschnittliche Liquiditätsstruktur der Regionalfernsehen mit Abgabenanteil (Quelle: BAKOM)

Die Abbildung 17 veranschaulicht den durchschnittlichen LG 1 und LG 2. Per Ende 2019 haben regionale Fernsehveranstalter mit Abgabenanteil einen durchschnittlichen LG 1 von 51 % und liegen damit unterhalb des empfohlenen Schwellenwerts von 100 % (vgl. Abbildung 17). 50% des Segments weist mit einem LG 1 von 21 bis 75 % genügende bis ausreichende Liquiditätsgradwerte auf. 3 von 13 Regionalfernsehen mit Abgabenanteil sind aufgrund einer kritischen LG 1 von ≤ 20 % kurzfristigen Liquiditätsrisiken ausgesetzt und befinden sich folglich in einer angespannten Liquiditätssituation. Der durchschnittliche LG 2 liegt mit 156 % oberhalb des empfohlenen Schwellenwerts von 150 % (vgl. Abbildung 17). 50 % der regionalen Fernsehveranstalter erreicht hingegen einen LG 2 von 117 bis 188 % und befindet sich somit in einem ausreichenden bis guten Liquiditätsbereich. Aufgrund eines kritischen LG 2 von ≤ 100 % ist bei einem Regionalfernsehen die gesamte Liquiditätssituation sehr angespannt. Von dem analysierten Segment gehören 6 regionale Fernsehveranstalter zu einer Unternehmensgruppe.

Über die gesamte Vergleichsperiode, ist der LG 1 um 15 % gesunken und der LG 2 um 4 % gestiegen, jedoch ist ein Rückgang zum Vorjahr von 17% zu verzeichnen. Dabei wurde lediglich der empfohlene Schwellenwert für LG 1 unterschritten (vgl. Abbildung 17).

Abgabenanteile

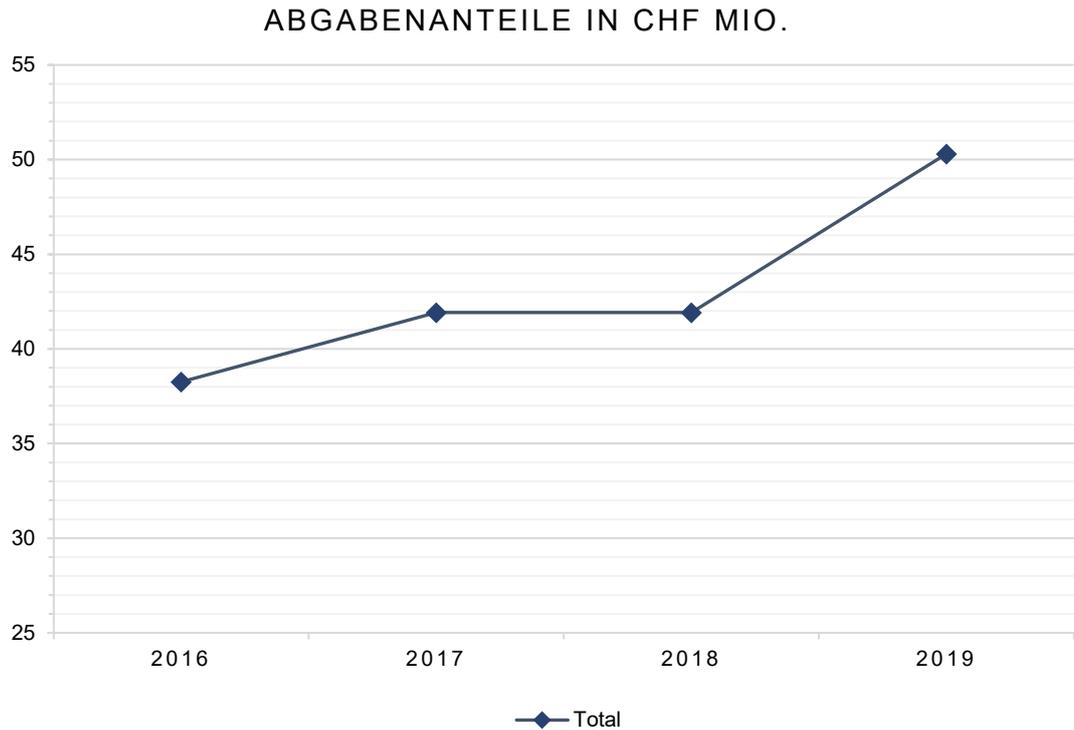


Abbildung 18: Abgabenanteile (in Total) der kommerziellen Regionalfernsehen
(Quelle: BAKOM)

Die Abgabenanteile für die kommerziellen Regionalfernsehen wurden basierend auf den Betriebskosten berechnet und stiegen über die gesamte Vergleichsperiode um 31 % (2017: +10 %; 2018: 0 %; 2019: +20 %) an. Die Abgabenanteile lagen in 2019 bei CHF 50.3 Mio. (vgl. Abbildung 18). Die jeweiligen Abgabenanteile der regionalen Fernsehveranstalter variieren in 2019 in der Höhe von CHF 2.9 Mio. bis CHF 4.9 Mio.

4 Fazit

In diesem Abschnitt werden die wichtigsten Ergebnisse beleuchtet und segmentübergreifend zusammengefasst. Dabei gilt zu beachten, dass ein Benchmarking aufgrund unterschiedlicher wirtschaftlicher und gesetzlicher Rahmenbedingungen zwischen den jeweiligen Branchensegmenten schwierig ist, weshalb entsprechende Vergleiche vorsichtig zu betrachten sind.

4.1 Ertrag

Werbung ist mithin die wichtigste Einnahmequelle der konzessionierten kommerziellen privaten Radio- und Fernsehveranstalter. In der Schweiz bewirtschaften neben den Fernsehstationen ausschliesslich Privatradios den Werbemarkt, denn für die SRG-Radios gilt ein Werbeverbot (Sponsoring ausgenommen). So generieren die 3 kommerziellen Branchensegmente den Grossteil ihrer Finanzierung auf dem Werbemarkt. Trotz grosser Diversität zwischen und innerhalb der Branchensegmenten, die nicht zuletzt auf unterschiedliche Unternehmensgrössen und -strukturen zurückzuführen sind, zeichnet sich hinsichtlich der Ertragsituation bei allen Branchensegmenten ein rückläufiges Bild ab.

Ende 2019 haben die kommerziellen Lokalradios und Regionalfernsehen zusammen Einnahmen aus Werbung und Sponsoring in der Höhe von CHF 133.1 Mio. generiert – CHF 20.7 Mio. weniger (entspricht 13.5 %) verglichen mit 2016. Entgegen diesem branchenübergreifenden Trend gelingt in 2019 rund einem Viertel der kommerziellen Veranstalter, im Vergleich zum Vorjahr ihre Werbe- und Sponsoringeinnahmen zu steigern.

Über die Vergleichsperiode fällt weiter auf, dass Lokalradios ohne Abgabenanteil (2019: total CHF 65.2 Mio.) den grössten Anteil der Einnahmen aus Werbung und Sponsoring erzielen.

Am stärksten von Ertragsrückgängen ist über die Vergleichsperiode mit 15 % das Segment der Lokalradios ohne Abgabenanteil betroffen. Die prozentual geringsten Ertragsrückgänge hingegen verzeichnen mit knapp 1.5 % die komplementären nicht-gewinnorientierten Lokalradios. Letztere finanzieren sich primär aus Sponsoring, Spenden und Mitgliederbeiträgen.

Die Lokalradios und Regionalfernsehen operieren zwar unter sehr unterschiedlichen Rahmenbedingungen, für alle ist es aber gleichermassen anspruchsvoll. Trotz Diversifikation der Ertragskanäle haben sie erhebliche Schwierigkeiten, den Umsatz auszubauen. Hinzu kommt, dass die Entwicklungsmöglichkeiten auf dem Werbemarkt Schweiz durch die steigende ausländische Sender zusätzlich erschwert werden. Im Radiomarkt spielen ausländische Sender ausschliesslich in den Grenzgebieten eine Rolle.¹⁴

Während frühere werbewirtschaftliche Einbrüche vielmehr konjunkturell verursacht waren, gründet der gegenwärtige Abwärtstrend bei den Werbeeinnahmen vor allem in strukturellen Veränderungen der Medienbranche. Die Werbetreibenden haben ihre Investitionsentscheidungen entsprechend den technologischen Veränderungen und dem veränderten Nutzerverhalten angepasst, weshalb die Werbeumsätze in den letzten Jahren nach dem Prinzip «money follows attention»¹³ stark in den Online-Bereich zugunsten von Suchmaschinen und Internetgiganten wie z. B. Google, Facebook, Amazon etc. abgewandert sind. Die Webpräsenz und Algorithmen der

¹³ Vgl. Siegert, G., Mellmann, U., Kienzler, S. & Lischka, J. (2012). Wirtschaftskrise – Werbewirtschaftskrise – Medienkrise? In W. A. Meier, H. Bonfadelli & J. Trappel (Hrsg.), *Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmedien wird* (Bd. 8, 1. Aufl., S. 171ff.). Berlin: LIT.

Suchmaschinen erlauben eine grössere Reichweite sowie zielgruppenspezifische Werbung (engl. *targeted advertising*), wodurch Streuverluste vermieden werden.¹⁴

Unter diesen Voraussetzungen können die meisten Lokalradios und Regionalfernsehen längerfristig trotz Abgabenerstützung die tendenziell steigenden Betriebskosten (vgl. Kapitel zu «Betriebsaufwand») durch Werbung möglicherweise nur unzureichend finanzieren.¹³

4.2 Betriebsaufwand

Der Betriebsaufwand beziffert sich Ende 2019 bei den kommerziellen Lokalradios und Regionalfernsehen auf durchschnittliche CHF 3.7 Mio. bis CHF 6.2 Mio. Während sich der Betriebsaufwand bei komplementären Lokalradios und Regionalfernsehen tendenziell erhöht haben, sind die kommerziellen Radios (mit und ohne Abgabenanteil) über die Vergleichsperiode relativ stabil geblieben. Bei einer differenzierten Betrachtung der Kostenentwicklungen wird deutlich, dass der Personalaufwand jeweils den kostenintensivsten Ausgabeposten darstellt. Dieser umfasst Ende 2019 CHF 532.3 Tsd. bis CHF 3.2 Mio. und ist bei allen Radioveranstaltern über die Vergleichsperiode gestiegen. Dieser Anstieg lässt sich aus Lohnmassnahmen und/oder durch mehr Anstellungen erklären.

In Relation zum Betriebsaufwand haben die nicht abgabefinanzierten Lokalradios die geringsten Personalkosten, während die Vermittlungskommissionen (an Dritte) bei diesen aufgrund ausgelagerter Werbeakquisitionen am höchsten ausfallen.

4.3 Jahresergebnis

Das Gesamtbild beim Betriebserfolg der Branchensegmente fällt über die Vergleichsperiode betrachtet sehr heterogen aus. Sowohl die Regionalfernsehen und kommerziellen Lokalradios mit Abgabenanteil Ende 2019 erwirtschaften im Durchschnitt Gewinne zwischen CHF 11.4 Tsd. und CHF 87.6 Tsd. Die komplementären und nicht abgabefinanzierten Lokalradios erzielen Gewinne zwischen CHF 25.2 Tsd. und CHF 702.8 Tsd.

4.4 Liquidität

Der LG 1 der kommerziellen sowie komplementären Lokalradios zeigt über die Vergleichsperiode ausreichende bis sehr gute Liquiditätsgradwerte. Bei den Regionalfernsehen liegt der LG1 hingegen stabil bei 50%.

Beim LG2 sind alle analysierten Segmente über die gesamte Vergleichsperiode stabil über dem optimalen Schwellenwert von 150%.

In 2019 sind 4 Lokalradios und Regionalfernsehen mit und ohne Abgabenanteil in einer angespannten Liquiditätssituation. Die guten Liquiditätswerte der Komplementärradios sind hervorzuheben.

Bei der Interpretation der Liquiditätsgradwerte gilt zu beachten, dass einige der kommerziellen Lokalradios und Regionalfernsehen Teil einer Unternehmensgruppe sind, in der die Liquiditätsbewirtschaftung auf übergeordneter Stufe organisiert ist. Dies hat einen entscheidenden Einfluss auf das Cash-Management.

¹⁴ Vgl. Bundesrat (2016). *Bericht zur Überprüfung der Definition und der Leistungen des Service public der SRG unter Berücksichtigung der privaten elektronischen Medien*. Verfügbar unter <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/das-bakom/organisation/rechtliche-grundlagen/bundesratsgeschaefte/bundesratsbericht-zum-service-public-im-medienbereich.html> (Stand 18. November 2020)

5 Abschliessende Bemerkungen

Das Potential der Daten zur Beobachtung der finanziellen Entwicklung privater Rundfunkveranstalter ist beträchtlich. Jedoch bedürfen genauere Prognosen entsprechend umfangreiche und valide Daten, während sich der vorliegende Bericht ausschliesslich auf die seitens der konzessionierten Lokalradios und Regionalfernsehen eingereichten Jahresinformationen stützt.

Die Selbstdeklaration der Finanzdaten durch die jeweiligen Betriebe können mit Genauigkeitsabweichungen einhergehen und in Hinblick auf die Datenqualität eine potentielle Einschränkung darstellen (insbesondere bei mehrteiligen Gesellschaftsstrukturen wie z. B. Mutter- / Tochtergesellschaften).

6 Anhang

Kennzahl / Indikator	Definition	Formel ¹⁵
Liquiditätsgrad 1	Setzt die flüssigen Mittel ins Verhältnis zu den kurzfristig fälligen Verbindlichkeiten.	$= \frac{Fl. Mittel}{Kurzfr. Fremdkapital} * 100$
Liquiditätsgrad 2	Setzt die flüssigen Mittel und Forderungen zusammen ins Verhältnis zu den kurzfristig fälligen Verbindlichkeiten.	$= \frac{Fl. Mittel + kurzfr. Forderungen}{Kurzfr. Fremdkapital} * 100$

¹⁵ Gemäss Formelsammlung zur Jahresabschlussanalyse in Boemle, M. & Lutz, R. (2008). *Der Jahresabschluss* (5. Aufl.). Zürich: SKV.