



SWR Media Services GmbH

Stuttgart

Jahresabschluss zum Geschäftsjahr vom 01.01.2023 bis zum 31.12.2023

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2023

der SWR Media Services GmbH, Stuttgart

1. Gesellschaft und Geschäftsmodell

Die SWR Media Services GmbH (SWR MS) mit Sitz in Stuttgart ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft des Südwestrundfunks (SWR). Als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt finanziert sich der SWR über den Rundfunkbeitrag. Daneben sieht der Rundfunkstaatsvertrag als weiteren Finanzierungsbeitrag unter anderem Werbezeiten- & Sponsoringverkauf, Sendermitbenutzung, Lizenzierung und Merchandising vor. Diese privatwirtschaftlichen Tätigkeiten hat der SWR der SWR Media Services GmbH übertragen.

Die SWR Media Services GmbH vermarktet die Werbezeiten in den Radioprogrammen des SWR und das Sponsoring im SWR Fernsehen und Hörfunk. Über das Unternehmen werden zudem Sendeanlagen des SWR an Unternehmen der Telekommunikation betreut bzw. vermietet und Dienstleistungen im Bereich Kundenkontakt und Hörerbindung im Umfeld der SWR-Programme erbracht.

Weitere Einnahmequellen bestehen in der kommerziellen Verwertung von Hörfunk-/ Fernsehproduktionen und Programm-Marken des SWR sowie im Beteiligungsmanagement, der kommerziellen Nutzung von SWR-Infrastrukturen. Hinzu kommt der Betrieb des SWR Fernsehturms Stuttgart.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Werbung das Hauptgeschäft der SWR MS ist, jedoch zur Diversifizierung und Zukunftssicherung der Aufbau weiterer Leistungsangebote erfolgt bzw. forciert wird. In diesem Zusammenhang wird die Gründung einer Tochtergesellschaft erwogen, um die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern.

2. Wirtschaftsbericht

2.1. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Die mit 5,9% im Jahresdurchschnitt weiter hohe Inflation und die diversen internationalen Krisen haben die deutsche Wirtschaft im Jahr 2023 stark belastet. Gemäß den vorläufigen Berechnungen des Statistischen Bundesamtes lag das Bruttoinlandsprodukt 2023 preisbereinigt bei -0,3 % im Vergleich zum Vorjahr. Vor allem das produzierende Gewerbe stand weiterhin durch die hohen Energiepreise unter Druck und bremste das Wachstum. Der für die Werbebranche so wichtige Einzelhandel schrumpfte deutlich um preisbereinigt 3,3 % zum Vorjahr. Die verhaltene weltwirtschaftliche Dynamik ließ die Exporte preisbereinigt um 1,8 % sinken.

Das schwache Ergebnis des Handels lässt sich durch die schlechten privaten Konsumausgaben erklären, die preisbereinigt um 0,8 % nachgaben. Der Privatkonsum lag damit erneut unter dem Vor-Coronaniveau. Die Verbraucherpreise lagen 2023 um 5,9 % im Jahresdurchschnitt über dem Vorjahr. Das ist ein leichter Rückgang im Vergleich zum Rekordjahr 2022 (6,9 %), insgesamt blieb die Inflation aber auf einem Niveau wie seit über 40 Jahren nicht mehr. Die staatlichen Konsumausgaben sanken durch den Wegfall zahlreicher Coronahilfen und -maßnahmen preisbereinigt um -1,7 %.

Der Brutto-Werbemarkt 2023

Vor dem Hintergrund der gesamtwirtschaftlichen Situation setzte sich auch im Werbemarkt die Zurückhaltung und Vorsicht der Werbungtreibenden bei den Ausgaben in 2023 fort. Die schlimmsten Befürchtungen zu einer mangelnden Öl- und Gasversorgung aus der durch den Ukraine-Krieg ausgelösten Energiekrise für den Winter 2022/2023 sowie schwere Coronawellen waren ausgeblieben. Ebenso wenig zeichnete sich eine rasche Verbesserung der internationalen Lage ab. Der Ukraine-Krieg dauerte an, mit ihm die Belastung der Weltwirtschaft und die hohen Energiepreise als Haupttreiber der allgemeinen Inflation. Mit dem neu aufflammenden Nahostkonflikt im Gazastreifen kam ab Oktober ein weiterer internationaler Krisenherd hinzu. Die Werbungtreibenden behielten die volatile Entwicklung sehr genau im Blick und zögerten Ausgaben und Buchungen möglichst lang hinaus, kürzten oder strichen sie, um flexibel auf die jeweilige Stimmungslage und Lieferengpässe reagieren zu können. Für 2024 ist von einer gleichbleibenden Lage auszugehen bzw. höchstens von einer langsamen Verbesserung.

In den ersten drei Quartalen lag der Vorjahresvergleich der Bruttowerbeausgaben kontinuierlich im Negativen. Im 4. Quartal kam es seitens der Werbungtreibenden zu einem positiven Endspurt und vor allem die Ausgaben im November und Dezember konnten das Jahr insgesamt noch knapp ins Positive drehen. Abgeschlossen hat der Werbemarkt 2023 nach dem vorläufigen Stand von Nielsen Media mit +0,3 % zu 2022 bei den Bruttowerbeausgaben.



Einschränkend für die leicht positive Entwicklung sind folgende Punkte hervorzuheben:

- Es handelt sich um Bruttozahlen. Zu vermuten ist, dass die Bruttozuwächse teilweise mit höheren Rabatten erkaufte wurden und die Nettoerlöse deutlich negativer ausfallen. Die Nettowerbeumsätze vom Zentralverband der deutschen Werbung (ZAW) werden jährlich im Mai veröffentlicht und liegen momentan noch nicht vor.
- Dazu gewinnen konnten unter anderem die Gattungen Außenwerbung (+11,2 %), welche von der umfangreichen Digitalisierung der Werbeflächen profitiert, und die Online-Kanäle (+3,8 %). Im Online-Bereich gibt es häufig Nachmeldungen, so dass sich die Zahl vermutlich noch nach oben verändern wird.

Nationale Hörfunk-Vermarktung

In der nationalen Hörfunkvermarktung werden sowohl von der privaten als auch von der öffentlich-rechtlichen Vermarktung nationale und regionale Verkaufspakete vertrieben. National teilt sich der Markt hauptsächlich auf die ARD Media GmbH (ARDM) mit 34,9 % und die RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG (RMS) mit 62,7 % Bruttowerbeumsatzanteil am deutschen Radiomarkt auf. Radiowerbung insgesamt liegt bei den Bruttowerbeausgaben im Jahr 2023 mit 2,9 % über 2022, das Vermarktungsjahr verlief zwischen der ARDM und der RMS allerdings sehr unterschiedlich.

Der Wechsel der privaten REGIOCAST-Radiogruppe von der RMS hin zur Vermarktung durch die ARDM hatte im Jahr 2022 für Aufsehen gesorgt und war mit hohen zusätzlichen Umsatzerwartungen verknüpft. Die ARDM übernahm mit dem Wechsel die Marktführerschaft hinsichtlich der Hörer*innen-Reichweiten. Es zeigte sich, dass Marktführerschaft allein kein Garant für Mehrumsätze ist. Der Markt reagierte wesentlich träger als erwartet. Die Umschichtung der Budgets von der RMS zur ARDM folgte nicht der Umschichtung der Reichweiten. Erschwerend hinzu kam die Abhängigkeit der nationalen Vermarktung von sechs internationalen Mediaagenturkonglomeraten. Diese sind zum einen von der RMS größere Spielräume im Rabatt- und Konditionenmodell gewohnt, als sie im öffentlich-rechtlichen Bereich möglich sind. Zum anderen investierten die Agenturen bei international geplanten Budgets eher in nationale Märkte mit einer besseren wirtschaftlichen Entwicklung und Perspektive als im deutschen Markt.

Die REGIOCAST-Gruppe erwies sich zudem nicht als verlässlicher Partner. Das Vermarktungsmandat wurde bereits nach einem halben Vermarktungsjahr zur Mitte 2023 nicht-vertragskonform durch die REGIOCAST gekündigt und für 2024 zurück an die RMS gegeben. Ein selbst im schnelllebigen Mediamarkt nicht übliches Vorgehen, welches nicht vorhersehbar war. Gleichzeitig wurde bekannt, dass die ARDM auch die langjährige Vermarktung der privaten Energy-Radiogruppe für 2024 an die RMS verliert. Zwei der drei Privatmandanten der ARDM schlagen damit einen anderen Vermarktungsweg ein. Der Hauptgrund liegt im Unterschied der Vermarktungsmöglichkeiten zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern. In rein privaten Portfolios gibt es keine Werbezeitenbeschränkungen. Dadurch kann dort rein auf Netto-Gewinn gearbeitet werden. Das Werbezeiteninventar in öffentlich-rechtlichen Programmen ist jedoch limitiert. Die Vermarktungsbeziehungen zur REGIOCAST und Energy haben sich daher vor dem Hintergrund des anhaltend schwierigen und rückläufigen Marktes als nicht tragfähig erwiesen.

Die RMS konnte von dieser Gesamtsituation profitieren. Die Bruttowerbeumsätze des verbliebenen Portfolios der RMS (ohne REGIOCAST) stiegen um 9 % im Vergleich zu 2022. Die Vermutung liegt nah, dass dieses Bruttowachstum der RMS teilweise mit höheren Rabatten erkaufte wurde. Die Bestätigung dieser Vermutung bleibt aber bis zur Veröffentlichung der Nettozahlen durch den ZAW abzuwarten.

Die ARDM konnte die Erwartungen an Mehrumsätze für 2023 nicht erfüllen. Die Umsätze der nationalen Kombis mussten außerdem durch das Hinzukommen der REGIOCAST auf mehr Mandanten verteilt werden, der Anteil für die einzelnen Mandanten sank daher. In den Nettozahlen (MN2) für die SWR-Programme wurde das Jahr 2023 national mit einer Zielerreichung von 68,2 % und 18,2 % unter dem Vorjahr abgeschlossen. Vor dem Hintergrund der sich abzeichnenden nicht zufriedenstellenden Vermarktungsergebnissen der ARDM für 2023 wurde im August durch die Werbegesellschaften gemeinsam mit der ARDM eine Struktur- und Prozessüberprüfung gestartet. Diese wird von der Unternehmensberatung Operations+ und einer Lenkungsgruppe aus dem Kreis der Werbegesellschaften eng begleitet. Ziel ist es, die ARDM für 2024 bestmöglich neu auszurichten und zukunftssicher aufzustellen. Besonders wichtig ist dies auch im Hinblick auf die einschneidende Veränderung im Angebotsportfolio der ARDM durch den Wegfall der REGIOCAST- und Energy-Vermarktung. Der Prozess läuft noch und ist aktuell bis Ende des ersten Quartals geplant.

Regionale Hörfunk-Vermarktung

Regionale Hörfunkkunden und Agenturen werden von der SWR MS direkt betreut. Die Werbeangebote werden in der Regel mit dem Endkunden oder mit mittelständischen Mediaagenturen regional verhandelt. Die regionale Vermarktung ist verglichen mit der nationalen Vermarktung kleinteiliger: eine Vielzahl von regionalen Medien, Vermarktern und Agenturen konkurrieren hier miteinander. Steigender Konditionendruck sowie inter- und intramedialer Wettbewerb bestimmen den Vermarktungsalltag. Beides wird durch den inflationsgetriebenen Kostendruck und die schwierige gesamtwirtschaftliche Lage verstärkt.

Insgesamt verlief das Vermarktungsjahr 2023 aus regionaler Sicht etwas besser als geplant. Die direkte Kundenbetreuung erwies sich vor dem Hintergrund der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung und der Herausforderungen des Werbemarktes erneut als die richtige Strategie. Die regionalen Kunden buchten ebenfalls vorsichtig und führten bedingt durch die Inflation harte Preisverhandlungen, aber ein befürchteter Einbruch der Werbeausgaben konnte regional verhindert werden. Durch die engen und direkten Beziehungen zu unseren Kunden konnten frühzeitig Informationen fließen und offene, partnerschaftliche Gespräche geführt werden. Allgemein bleibt der Abstand zwischen Buchung und Ausstrahlung der Werbekampagnen merklich kurzfristiger als in der Vor- Coronazeit. Abgeschlossen wurde 2023 regional im MN2 mit 105,5 % Zielerreichung und 2,9 % über dem Vorjahr. Vor dem Hintergrund der sinkenden Reichweiten der SWR- Programme ein beachtlicher Vertriebs Erfolg.

Nationale TV-Vermarktung

TV-Werbung ist weiter zurückgegangen. Gründe hierfür sind die anhaltenden Reichweitenverluste der linearen Programmangebote bzw. die Verlagerung zu Streaming-Dienstleistern. Hinzu kam, dass in 2023 keine Sport-Großereignisse stattfanden, die traditionell viele Menschen vor den Fernseher ziehen und damit meist die Werbeausgaben steigen lassen. Die Frauenfußball-WM in Australien und Neuseeland spielte in der Öffentlichkeit kaum eine Rolle.

Von Januar bis Oktober lagen die monatlichen Bruttowerbeausgaben im Vergleich zu den Vorjahresmonaten durchweg im Negativen. Ab September besserte sich die Situation. Der vorläufige Endstand liegt für den Gesamt-TV-Markt aktuell bei -3,5 % zu 2022. Wie die Jahre zuvor, dominieren im TV-Markt die privaten Vermarkter SevenOne Media GmbH mit 35,6 % und die AD Alliance (vormals IP Deutschland GmbH) mit 37,1 % Umsatzanteil am Bruttogesamt-TV-Markt. Zwar verlieren fast alle TV-Vermarkter im Vergleich zu 2022 (Ausnahmen sind nur kleine Sparten-Vermarkter), der Verlust bei der ARDM ist mit -15,9 % jedoch besonders ausgeprägt. Der Anteil der ARDM an den Bruttowerbeumsätzen im TV-Markt sinkt demnach von 2,1 auf 1,8 %. Ein wichtiger Grund dafür ist, dass die öffentlich-rechtlichen Vermarkter durch die gesetzlichen Vorgaben keine Werbung in den Online-Bereichen, wie z.B. den Mediatheken, anbieten dürfen. Die Verlagerung der Budgets in diese Bereiche geht daher an uns vorbei.



Diese Entwicklungen waren allerdings so erwartet worden und in den Planzahlen für TV berücksichtigt. Vor dem Hintergrund des schwierigen Gesamtmarktes für TV-Werbung verlief das Jahr daher erwartungsgemäß und zufriedenstellend. Abgeschlossen hat die ARDM das Jahr im MN2 mit 98,7 % Zielerreichung und 17,2 % unter dem Vorjahr.

Nettowerbeumsätze

Die offiziellen Nettowerbeumsätze vom Zentralverband der deutschen Werbung (ZAW) werden jährlich im Mai veröffentlicht und liegen momentan noch nicht vor. Gemäß der aktuellen Prognose vom 21.12.2023 geht der ZAW von einem Plus der Netto- Werbeerlöse über +1,4 % aus. Das würde bedeuten, dass der Werbemarkt erstmals wieder leicht über dem Niveau der Vor-Coronazeit liegt.

Ausschlaggebend für die höhere Wachstumsprognose in den Nettozahlen des ZAW ist der Bereich Online-Werbung. Dieser ist stärker repräsentiert als in den Berechnungen von Nielsen Media, da der ZAW auch Zahlen zu Search-, YouTube- und Social Media- Werbung mit einbezieht. Nielsen Media schließt diese Werbeformen aufgrund abweichender Erhebungsmethoden aus. Das höhere Wachstum resultiert überwiegend aus dem Online-Bereich, der das Jahr voraussichtlich mit einem Plus von 5,4 % abschließen wird. Gemäß den ZAW-Zahlen macht der Marktanteil der online Kanäle 48 % aus, der damit um ganze 2 Prozentpunkte im Vergleich zu 2022 ansteigt.

2.2. Geschäftsverlauf

Im Geschäftsjahr 2023 lag der Gesamtumsatz mit 84,2 Mio. EUR um -8,5 Mio. EUR oder 9,1% unter dem Vorjahresniveau in Höhe von 92,7 Mio. EUR. Dieser Rückgang ist zum Großteil auf den Bereich Werbung zurückzuführen, welcher um 9,4 Mio. EUR zurückging. Der Bereich Lizenzen sank um 0,6 Mio. EUR auf 3 Mio. EUR (Vj. 3,6 Mio. EUR). Der Bereich SWR-Fernsehturm hingegen stieg leicht von 2,2 auf 2,5 Mio. EUR. Außerdem stieg der Umsatz im Bereich Sendervermarktung/ Senderinfrastruktur um 0,4 Mio. EUR auf 9,7 Mio. EUR (Vj. 9,3 Mio. EUR).

Die sonstigen betrieblichen Erträge lagen mit 8,1 Mio. EUR um 0,5 Mio. EUR über den Vorjahreswert (Vj. 7,6 Mio. EUR).

Bedingt durch diese Gesamtentwicklung fiel unsere Gesamtleistung (Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge) im Geschäftsjahr um 7,9 Mio. EUR auf 92,3 Mio. EUR (Vj. 100,2 Mio. EUR).

Gleichzeitig sanken die betrieblichen Aufwendungen im Berichtsjahr um 6,6 Mio. EUR auf den Betrag von 82,3 Mio. EUR (Vj. 88,9 Mio. EUR).

Eine bedeutende Rolle an dieser Kostenentwicklung spielte eine Reduktion des Materialaufwands, der um 6,2 Mio. EUR auf 48,0 Mio. EUR sank (Vj. 54,2 Millionen EUR). Der Hauptanteil an dieser Reduzierung entfiel auf den Bereich Leistungserstattung an den SWR, der um 23,2 % auf 19,0 Mio. EUR zurückging (Vj. 24,8 Mio. EUR). Des Weiteren sanken in den sonstigen Betriebsaufwendungen die erlösabhängigen Aufwendungen (z.B. Umsatzprovisionen) um 1,3 Mio. auf knapp 7 Mio. EUR (Vj. 8,3 Mio. EUR). Die Entwicklungen in diesen Bereichen korrelieren hier mit der Umsatzentwicklung.

Der beschriebene Geschäftsverlauf hat dazu geführt, dass sich das Betriebsergebnis um -1,3 Mio. EUR oder 11,2% auf 10 Mio. EUR verschlechtert hat. (Vj. 11,3 Mio. EUR).

Das Beteiligungs- und Finanzergebnis stieg um +0,2 Mio. EUR auf 0,7 Mio. EUR, was hauptsächlich auf höhere Einnahmen aus Beteiligungen zurückzuführen ist. (Vj. 0,5 Mio. EUR).

Aufgrund der beschriebenen Entwicklung ist das Ergebnis vor Ertragsteuern um -9,3 % auf 10,7 Mio. EUR gesunken. (Vj. 11,8 Mio. EUR).

Nach Abzug der Ertragssteuern in Höhe von 3,4 Mio. EUR (Vj. 3,9 Mio. EUR) hat sich somit das Jahresergebnis um -0,6 Mio. EUR auf 7,3 Mio. EUR verschlechtert. (Vj. 7,9 Mio. EUR). Damit liegt das Periodenergebnis um -1,4 Mio. EUR unter dem Planergebnis von 8,7 Mio. EUR.

Der Geschäftsverlauf für das Geschäftsjahr war wegen der beschriebenen Marktsituation dennoch zufriedenstellend.

Sowohl der Umsatz als auch der Jahresüberschuss lagen wie beschrieben leicht unter unseren Erwartungen. Der Gesamtnutzen für den SWR, der sich als Summe aus dem zur Ausschüttung an den SWR verfügbaren Jahresüberschuss, den an den SWR geleistete Kostenerstattungen und den Aufwendungen für das auch für Werbezwecke genutzte Fernsehprogramm der ARD ergibt, entsprach nicht ganz unseren Erwartungen. Nähere Angaben über die Höhe der Werte können Kapitel 2.4.1 Finanzielle Leistungsindikatoren entnommen werden.

Für ein Dienstleistungsunternehmen ist die Anzahl an Mitarbeitenden eine wesentliche Größe. Sie sank durchschnittlich über das gesamte Jahr 2023 um 6 Mitarbeitende auf 140 Mitarbeitende an (Vj. 146 Mitarbeitende).

Für die konsequente Ausrichtung der SWR MS an der Weiterentwicklung der bestehenden Geschäftsfelder sowie der Entwicklung neuer Geschäftsfelder besteht eine für den Markt ausgerichtete Organisationsstruktur, in der die fachliche und persönliche Weiterentwicklung der Mitarbeitenden einen wesentlichen Schwerpunkt bildet.

2.3. Lage

2.3.1. Ertragslage

Der Gesamtumsatz der SWR MS im Jahr 2023 ist um 8,5 Mio. EUR auf 84,2 Mio. EUR (Vj. 92,7 Mio. EUR) gefallen. Dies entspricht einem Rückgang von 9,1%.

Die sonstigen betrieblichen Erträge fielen mit 8,1 Mio. EUR (Vj. 7,6 Mio. EUR) höher aus. Sie enthalten Mittel für die MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH (MFG) in Höhe von TEUR 6.871 (Vorjahr: TEUR 6.409), die der Gesellschaft vom SWR zugewendet werden. Gemäß § 47 Landesmediengesetz Baden- Württemberg hat dieser die Mittel für Zwecke der Filmförderung zu verwenden. Den Erträgen stehen Aufwendungen in gleicher Höhe aus der Weiterleitung dieser Mittel an die MFG gegenüber.



Die Beteiligungserträge in Höhe von 0,9 Mio. EUR (Vj. 0,8 Mio. EUR) enthalten die Ausschüttung der Bavaria Film GmbH, München und der ARD Media GmbH.

Wesentliche Entwicklungen auf der Aufwandsseite waren:

- Die Aufwendungen bei den bezogenen Leistungen und Waren fielen im Berichtsjahr um 11,4 % auf den Betrag von 48,0 Mio. EUR (Vj. 54,2 Mio. EUR). Der Hauptanteil an dieser Reduzierung entfiel auf den Bereich der Kostenerstattung an den SWR, der auf 19,0 Mio. EUR zurückging (Vj. 24,8 Mio. EUR).
- Die Abschreibungen auf Anlagevermögen stiegen im Berichtszeitraum um 26% auf 0,9 Mio. EUR (Vj. 0,7 Mio. EUR). Die gestiegene Abschreibung rührt aus der Nutzung unseres fertiggestellten Verwaltungsgebäudes in Baden-Baden.
- Ebenso sanken die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 0,5 Mio. EUR auf 20,8 Mio. EUR (Vj. 21,3 Mio. EUR). Wesentlicher Bestandteil an dieser Entwicklung war die Reduktion der erlösabhängigen Aufwendungen (z.B. Umsatzprovisionen) um 1,3 Mio. EUR auf 7,0 Mio. EUR (Vj. 8,3 Mio. EUR). Diesem Trend gegenläufig waren die Erhöhung der Aufwendungen für die MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH (MFG) um 0,5 Mio. EUR auf 6,9 Mio. EUR (Vj. 6,4 Mio. EUR) und den Versicherungsprämien an die bbp um 0,5 Mio. EUR auf 1,4 Mio. EUR (Vj. 0,9 Mio. EUR).

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag fielen auf einen Betrag in Höhe von 3,4 Mio. EUR (Vj. 3,9 Mio. EUR).

2.3.2. Finanzlage

Kapitalflussrechnung

	2023	2022
	In Mio. EUR	in Mio. EUR
1. Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Periodenergebnis	7,3	7,9
Abschreibungen (+) /Zuschreibungen (-) auf Gegenstände des Anlagevermögens	0,9	0,7
Zu- (+)/ Abnahme (-) der Rückstellungen	1,4	0,8
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	-4,1	-0,1
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-3,0	2,5
sonstige Beteiligungserträge (-)	-0,9	-0,8
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	1,6	11,1
2. Cashflow aus Investitionstätigkeit		
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens		
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Anlagevermögen	-0,9	-5,2
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens		
Auszahlungen (-) für Investitionen des Finanzanlagevermögens		
Erhaltene Dividenden (+)	0,9	0,8
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-0,1	-4,4
3. Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		
Auszahlungen (-) an Unternehmenseigner (Ausschüttungen)	-8,0	-8,0
Einzahlungen aus Darlehensaufnahmen		
Auszahlungen für Darlehen	-0,5	-0,5



	2023	2022
	In Mio. EUR	in Mio. EUR
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-8,5	-8,6
4. Finanzmittelfonds am Ende der Periode		
zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds (1.-3.)	-7,0	-1,9
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	10,6	12,5
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	3,6	10,6

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit beträgt im Berichtsjahr 1,6 Mio. EUR (VJ: 11,1 Mio. EUR), der Cashflow aus der Investitionstätigkeit beträgt -0,1 Mio. EUR (VJ: - 4,4 Mio. EUR) und der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit -8,5 Mio. EUR (VJ: -8,6 Mio. EUR). Die Gesellschaft erzielt aus der operativen Geschäftstätigkeit grundsätzlich ausreichende Zahlungsmittelzuflüsse, um ihren Zahlungsverpflichtungen fristgerecht nachzukommen.

2.3.3. Vermögenslage

Die Bilanzsumme zum Stichtag 31. Dezember 2023 ist um 2,8 Mio. EUR auf den Wert in Höhe von 62,4 Mio. EUR (Vj. 65,3 Mio. EUR) gesunken.

Im Anlagevermögen kam es zu keinen bedeutenden Veränderungen. Die Abschreibungen auf Sachanlagen stiegen von 0,7 Mio. EUR auf 0,9 Mio. EUR, da im vorangegangenen Jahr (2022) ein Neubau fertiggestellt wurde.

Die Ansprüche aus Rückdeckungsversicherungen stiege um 1 Mio. EUR auf 8,1 Mio. EUR (Vj. 7,1 Mio. EUR)

Das Programmvermögen stieg um 2,4 Mio. EUR auf einen Wert in Höhe von 13,8 Mio. EUR (Vj. 11,4 Mio. EUR). Hauptsächlichster Bestandteil des Programmvermögens ist das Vorabendprogrammvermögen, welches nach wie vor von der DEGETO FILM GMBH, Frankfurt am Main, festgestellt wird.

Die Gesamtreduktion des Umlaufvermögens war größtenteils bedingt durch die Abnahme unserer liquiden Mittel in Höhe von 7 Mio. EUR auf 3,6 Mio. EUR (Vj; 10,6 Mio. EUR)

Das Eigenkapital der Gesellschaft ist mit einer Höhe von 22,1 Mio. EUR weitgehend zum Vorjahr konstant geblieben (Vj. 22,7 Mio. EUR).

Das Fremdkapital ist mit Ausnahme der Pensionsrückstellungen und dem Darlehen für unseren Neubau von kurzfristiger Natur. Die Rückstellungen sind gegenüber dem Vorjahr um 1,3 Mio. EUR auf knapp 23,3 Mio. EUR gestiegen (Vj. 22 Mio. EUR).

Die Kapitalstruktur der SWR MS ist durch einen hohen Eigenkapitalanteil gekennzeichnet. Die Eigenkapitalquote konnte im Berichtsjahr leicht auf 35,4 % (Vj. 34,8 %) gesteigert werden.

2.4. Leistungsindikatoren

2.4.1. Finanzielle Leistungsindikatoren

Die Gesellschaft steuert sich über folgende finanzielle Leistungsindikatoren:

- **Umsatz:**

Im Jahr 2023 lag der Gesamtumsatz mit 84,2 Mio. EUR um 8,5 Mio. EUR unter dem Vorjahresniveau in Höhe von 92,7 Mio. EUR.

- **Jahresüberschuss:**

Der Jahresüberschuss in Höhe von 7,3 Mio. EUR lag um 0,6 Mio. EUR unter dem Vorjahreswert (7,9 Mio. EUR) und um 1,4 Mio. EUR unter dem Planwert in Höhe von 8,7 Mio. EUR.

- **SWR-Gesamtnutzen:**

Der SWR-Gesamtnutzen setzt sich zusammen aus den Kostenerstattungen an den SWR, den übernommenen Aufwendungen des Vorabendprogramms/ Bundesligarechte, dem Jahresergebnis und der Änderungen des Gewinnvortrags. Dieser Betrag liegt zum Stichtag bei 52,7 Mio. EUR und somit um 6,8 Mio. EUR unter dem Vorjahreswert in Höhe von 59,5 Mio. EUR.

2.4.2. Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Die Gesellschaft steuert sich über folgende nichtfinanzielle Leistungsindikatoren:

- **Mitarbeiterbindung:**



Das Unternehmen zeichnet sich wie schon in den Vorjahren durch eine geringe Mitarbeiterfluktuation aus. Es investiert zur Mitarbeiterbindung permanent in fachliche und persönliche Weiterbildungsmaßnahmen und ein Onboarding-Konzept wurde eingeführt. Hierfür wurden in 2023 zum einen die Jahresgespräche zur Identifikation des individuellen Fortbildungsbedarfs zwischen der jeweiligen Führungskraft und den Mitarbeitenden durchgeführt. Zum anderen stellte die Organisations- und Personalentwicklung weitere Online-Trainings auf der Lernplattform CAMPUS allen Mitarbeitenden zur Verfügung sowie Erste-Hilfe-Kurse, Ausbildungen zum Räumungs- und Brandschutzbeauftragten und konzipierte einen Führungskräfteworkshop und das Sommerforum für alle Mitarbeitenden. Leithema war hier der Umgang mit Veränderungen - global, in der Gesellschaft, in der Medienlandschaft und im speziellen in der SWR Media Services.

Die Geschäftsleitung legt außerdem sehr viel Wert auf die regelmäßige und ausführliche Information im Rahmen des "Blitzlichts" für Führungskräfte sowie dem LageUpdate für alle Mitarbeitenden. Maßnahmen zur Gefährdungsbeurteilung von Büro-Arbeitsplätzen sowie Neukonzeption von Arbeitsschutz und der Einführung einer überarbeiteten Betriebsvereinbarung zum Mobilen Arbeiten dienen außerdem dem Schutz und der Sicherheit von allen Mitarbeitenden in der SWR Media Services und erhöhen gleichzeitig die Mitarbeiterzufriedenheit.

• Kundenzufriedenheit

Der regionale Radiomarkt wird von der SWR MS überwiegend direkt betreut. Aufgrund der Buchungsquote und des direkten Austausches mit den Kunden und den Agenturen gehen wir von einer starken Zufriedenheit mit der Vermarktungsleistung der SWR MS aus. Das zeigt sich unter anderem darin, dass 22 (ca. 85 %) der 26 Top-Kunden 2023 (MN2-Umsatz \geq 100.000 EUR) langjährige Kunden der SWR MS sind. Trotz schwieriger Marktlage und mit krisenbedingt schwankenden Budgets haben sie auch im Jahr 2023 in die Radiowerbung bei der SWR MS investiert. Die Zufriedenheit bei den bestehenden Kunden erkennt man daran, dass wenige Beschwerden eingehen, die Flexibilität der SWR MS geschätzt wird und ein sehr gutes und partnerschaftliches Verhältnis insbesondere zu den Top-Kunden besteht.

3. Prognose-, Chancen- und Risikobericht

3.1. Chancen- und Risikoberichterstattung

Chancen

Unternehmerische Chancen werden im jährlich erstellten Wirtschaftsplan der SWR MS erfasst und unterjährig im Rahmen der quartalsweisen Managementberichterstattung verfolgt. Die Verantwortung für das frühzeitige Identifizieren von Chancen und deren Realisierung liegt bei den Fachbereichsleitern*innen. So werden im Rahmen unseres Planungsprozesses die Chancen für weiteres profitables Wachstum ermittelt und in den Realisationsprozess eingebracht.

In wirtschaftlich angespannten Zeiten bieten sich Chancen v.a. für Medien, die relativ günstig sind und eine hohe Flexibilität bieten. Zudem wird der Fokus i.d.R. auf Absatzförderung und kurzfristige Preisaktionen gelegt. Somit besteht die Chance, dass Hörfunk als Abverkaufsmittel mit vergleichsweise niedrigen Produktions- und Schaltkosten sowie kurzen Planungsvorläufen der Vorzug vor anderen Medien gegeben wird.

Darüber hinaus sehen wir die folgenden Chancen für 2024:

- Der Verlust der REGIOCAST- und der Energy-Radiogruppe bietet auch Chancen. Die ARDM kann Ihre Vertriebskapazitäten nun fast vollständig für die Vermarktung der öffentlich-rechtlichen Programme und der Verkaufspakete der Werbegesellschaften einsetzen. Zusätzlich wird das gebuchte Volumen aus den Kombis auf weniger Mandanten verteilt. Die Trägheit des Marktes, welche in 2023 ein schnelles Umverteilen der Budgets verhinderte, könnte sich in 2024 daher für uns vorteilhaft auswirken.
Tatsächlich bestätigen die Anbuchungen in 2024 diese Vermutung. Die Budgets des letzten Jahres werden größtenteils für 2024 fortgeschrieben. Dadurch dass diese Budgets unter weniger Beteiligten aufgesplittet werden, steigen die einzelnen Anteile. Mit Stand 23.02.2024 liegt der Anteil der SWR-Programme im MN2-Umsatz aus der nationalen Vermarktung bei +23,1 % zum Stichtag des Vorjahres. Der Januar als Einzelmonat wurde mit aktuell 105 % Planerreichung abgeschlossen.
- Durch eine Preissteigerung bei SWR3 erhöht sich der Anteil im nationalen Verteilschlüssel und es können höhere Erlöse aus der nationalen Vermarktung erzielt werden. Für die regionale Vermarktung birgt dies auch Risiken, da die regionalen Kunden sehr preissensibel sind und es durch den kleinteiligeren regionalen Wettbewerb mehr Alternativen gibt. Um dem entgegenzuwirken, wurde bei den regionalen Preisverhandlungen verstärkt Mehrwertargumente und detaillierte Zielgruppenanalysen für die Kunden aufbereitet. Der nationale Anteil bei SWR3 ist außerdem deutlich größer, daher überwiegt die Chance auf nationale Mehrerlöse.
- Die neue Buchungsplattform audioXchange ging im Oktober 2023 in den Live- Betrieb. Darüber können sowohl für die nationale Vermarktung der ARDM als auch die regionale Vermarktung der SWR MS positive Effekte durch Prozessoptimierungen auf Seiten der Agenturen entstehen.
- 2024 ist ein Sport-Jahr mit zwei publikumswirksamen Großereignissen: Die UEFA-Europameisterschaft der Männer findet vom 14. Juni bis 14. Juli in Deutschland statt. Unmittelbar danach werden die Olympischen Sommerspiele vom 26. Juli bis 11. August in Paris ausgetragen. Von beiden Wettbewerben erhoffen wir uns positive Impulse für die Werbeausgaben sowohl im TV als auch im Hörfunk.
- Chinesische Automarken versuchen auf dem europäischen Markt Fuß zu fassen und planen dafür vermutlich auch hohe Werbebudgets auszugeben. Bisher spielen die Hersteller in der Nielsenstatistik für Deutschland noch keine große Rolle. Welche Konsequenzen das für die etablierten Automarken und deren Werbebudgets nach sich zieht, bleibt abzuwarten. Der zusätzliche Wettbewerb birgt daher sowohl Chancen als auch Risiken.
- KI-Technologien bieten Chancen vor allem für die Prozessoptimierung. Spots für TV und Radio können innerhalb weniger Sekunden selbst erstellt werden. Die Mediaplanung kann ebenfalls stark vereinfacht bzw. automatisiert werden. Dies könnte sogar neue Gruppen von Werbetreibenden erschließen, die bis jetzt nicht in Radio- oder TV-Werbung investiert haben.

Allgemeine Risiken im Werbebereich

Die Prognosen für 2024 sind wie schon in den Vorjahren von hoher Unsicherheit geprägt. Überwiegend wird von einer Verbesserung der Weltwirtschaft ausgegangen, die Inflation soll beträchtlich sinken und die Energiekrise weiter abflauen. Dennoch bleibt die geopolitische Lage aktuell extrem volatil. Mögliche Eskalationen in den diversen Krisenherden werden wirtschaftliche Auswirkungen haben und könnten den Aufwärtstrend schnell zunichtemachen. Die diversen Stimmungsbarometer der Wirtschaft und die Konsumlaune der Privathaushalte bleiben aus diesen Gründen für 2024 sehr verhalten.



Die Prognosen zur Veränderung des Bruttoinlandsproduktes für 2024 schwanken aktuell von -0,5 % (Institut der deutschen Wirtschaft Köln) bis +0,2 % (Ifo-Institut). Der Internationale Währungsfonds geht von +0,6 % für Deutschland aus. Damit steht Deutschland im Vergleich des Währungsfonds unter den 8 größten Volkswirtschaften der Welt am schlechtesten dar.

Die Inflationsprognosen für Deutschland 2024 schwanken aktuell von +2,1 % (RWI - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung e.V.) bis +3,5 % (Internationaler Währungsfonds), liegen demnach bei nur noch rund der Hälfte der Inflation aus 2023. Die stark fallenden Energiepreise sind der wichtigste Grund dafür. Nahrungsmittel, die für den Privatkonsum und die Werbebranche sehr wichtig sind, bleiben voraussichtlich noch länger über der durchschnittlichen Teuerungsrate.

Der GfK-Konsumklima-Index liegt nicht mehr auf den Rekord-Tiefstständen wie zu den Zeiten der Coronapandemie oder nach Ausbruch des Ukraine-Krieges, kann sich aber seit Monaten nicht wirklich verbessern. Für Februar wird erneut eine Verschlechterung prognostiziert, auf voraussichtlich -29,7 Punkte. Der Rückgang wird maßgeblich mit der Sparneigung der Verbraucher*innen begründet. Sie ist im Januar um 6,7 Punkte auf 14 Punkte angestiegen, den höchsten Wert seit August 2008. Im Wechselspiel zur Sparneigung verliert die Anschaffungsneigung fast den gleichen Betrag und sinkt um 6 Punkte auf 14,8. Die Befragungsergebnisse verdeutlichen die große Unsicherheit der Verbraucher*innen wie das Jahr verlaufen wird und die Skepsis über eine mittelfristige wirtschaftliche Erholung. Als Folge daraus gibt das Geschäftsklima nach. Der ifo Geschäftsklimaindex fällt im Januar 2024 leicht um 1,1 Punkte, auf 85,2. Der Indikator bleibt auf einem ähnlich schlechten Niveau wie über das ganze 2. Halbjahr 2023. Besonders schwer betroffen sind der Dienstleistungssektor und der Handel, die ein enttäuschendes Weihnachtsgeschäft 2023 hinter sich haben.

All dies spiegelt sich auch in der Stimmungslage der Werbebranche wider: Die Agenturgruppe Jäschke Operational Media geht für 2024 von einem Plus von rund 1,2 % bei den Nettowerbeausgaben der Unternehmen in Deutschland gegenüber dem Vorjahr aus. Das Agenturnetzwerk Dentsu hält sogar ein Wachstum von +1,8 % bei den Werbeinvestitionen für wahrscheinlich. Allerdings gehen die Analysen beider Gruppen von einer anhaltenden Abwanderung der Werbegelder von den klassischen Kanälen, insbesondere TV, in die digitalen Kanäle aus und sehen den Großteil des Wachstums daher im Online-Bereich. Aufgrund gesetzlicher Regelungen ist Werbung im non-linearen Bereich für die Öffentlich-Rechtlichen bislang untersagt, so dass es keine Möglichkeit gibt, an dieser Verschiebung zu partizipieren. Zu hoffen ist, dass durch die beiden großen Sportereignisse zur besten Tageszeit dieses Jahr lineares TV seine Stärke bei Live-Events gegenüber den nonlinearen Angeboten nutzen kann und die Reichweitenverluste geringer ausfallen werden. Auch im Hörfunk muss allein aufgrund der demographischen Entwicklung mit Reichweitenrückgängen bei SWR3 in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen gerechnet werden.

Eine offizielle Prognose des ZAW für 2024 liegt aktuell noch nicht vor. Stimmungsumfragen unter den ZAW-Mitgliedern zeigen aber, dass man von einer angespannten Gesamtlage in 2024 ausgeht. 50 % der ZAW-Mitglieder befürchten Insolvenzen bei den ihnen angeschlossenen Unternehmen. 67 % erwarten Fusionen durch den hohen wirtschaftlichen Druck. Die aktuelle Lage der Werbewirtschaft wird mit 3,2 Punkten gleich schlecht beurteilt wie zu Beginn 2023. In den letzten 16 Jahren gab es nur im Jahr 2020 und Ende 2022 schlechtere Bewertungen der Gesamtlage.

Sonstige Risiken im Werbereich

Weitere Risiken, die den Umsatz und somit das Ergebnis minimieren können, sehen wir neben der wirtschaftlichen Verschlechterung aufgrund der anhaltend angespannten konjunkturellen Lage in folgenden Bereichen:

• Umfeldrisiken:

- Starker Anstieg der Insolvenzen und der Anzahl der insolvenzgefährdeten Unternehmen: 2023 zählte der Informationsdienstleister CRIF 17.900 Firmeninsolvenzen. Das entspricht einem kräftigen Anstieg um 22,8 % im Vergleich zum Vorjahr. Die Zahl der insolvenzgefährdeten Unternehmen beträgt 305.667. Ein Plus von 1,4 % zum Vorjahr. Wir gehen davon aus, dass die Unternehmensanzahl und die Anzahl der Werbungtreibenden weiter abnehmen werden. Durch Übernahmen kann es zu einer zunehmenden Marktkonzentration und Konzentration der Budgets mit entsprechend höheren Konditionenforderungen kommen.
- Die Angriffe der Huthi-Rebellen im Roten Meer könnten zu Lieferproblemen und Engpässen führen, da Güterschiffe aus Sicherheitsgründen nicht mehr die Strecke durch den Suez-Kanal fahren können.
- Eskalationen im Ukraine-Krieg oder dem Nahostkonflikt können weitreichende Konsequenzen für die Weltwirtschaft nach sich ziehen.
- Die Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes zum Bundeshaushalt 2023 machte umfangreiche Streichungen und Kürzungen von vorhandenen und geplanten Wirtschaftshilfen insbesondere für die Energie- und Klimawende notwendig. Es ist noch unklar, welche Auswirkungen dies auf unmittelbar betroffene Industriezweige bzw. die Nachfrage entsprechender Produkte und die Werbung dafür hat.

• Marktrisiken:

- Steigender und durch die konjunkturelle Abschwächung verschärfter Konditionendruck.
- Verstärkter inter- und intramedialer Wettbewerb.
- Eine hohe Abhängigkeit besteht von der Programm-Strategie des SWR. Kommt es zur weiteren Zusammenlegung von Programmstrecken zwischen den Landessendern Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg im Hörfunk wird die Abwicklung regionaler Werbung aufwändiger. Wenn sogar ganze Programme zusammengelegt würden, drohen hohe Anteile an Umsätzen wegzubrechen, da die Programme für viele regionale Werbungtreibende durch zu hohe Kosten und Streuverluste unattraktiv werden würden.
- Der Erfolg von Streaming-Plattformen wird sich fortsetzen. Neue Abo- Modelle zum werbefinanzierten Streaming oder auch neue spezialisierte Anbieter, wie z.B. die neue, deutsche Sport-Streamingplattform Dyn, können die Abwanderung von Werbeeats aus den klassischen Umfeldern beschleunigen.
- Attraktivität des ARD-Sport-Angebotes könnte weiter sinken: Die „zerstückelte“ Rechtesituation führt zu sinkender Attraktivität der „Sportschau“. Kann diese Entwicklung nicht aufgehalten werden, sind Umsatzeinbußen zu erwarten.
- Im nationalen Geschäft setzt sich der Trend zur Konsolidierung von Mediabudgets bei wenigen, internationalagierenden Agenturgruppen fort. Dies erhöht deren Verhandlungsmacht und die Abhängigkeit der Vermarkter von wenigen Abnehmern. Das gilt besonders für die öffentlich-rechtlichen Vermarkter, da hier weniger Inventar vorhanden und weniger zu vermarktende Formate bzw. Werbeformen zulässig sind. Die Agenturen investieren international geplante Werbegelder außerdem eher in nationale Märkte mit einer stärkeren Wirtschaftsentwicklung als in Deutschland.



- Neue KI-Technologien könnten eine merkliche Steigerung im Online-Marketing bewirken. Werbekampagnen können per Knopfdruck von einer KI innerhalb weniger Sekunden entwickelt oder vielfältig auf bestimmte Zielgruppen adaptiert und auf verschiedene Plattformen verteilt werden. Davon würde vor allem Online-Werbung profitieren, da hier teilweise sehr spitze Zielgruppen selektiert und angesprochen werden können.
- Die aktuelle Diskussion um eine Reform des Öffentlich-rechtlichen Rundfunks kann Auswirkungen für die Werbezeitenvermarktung haben: Zum einen indem medienpolitische Entscheidungen zur Einschränkung der verfügbaren Werbezeiten getroffen werden. Zum anderen können Entscheidungen zum Inhalt der Programme und zur Verwendung der Rundfunkbeiträge Einfluss auf die Attraktivität des Programms für Werbungtreibende haben. Die Reduzierung der Ausgaben für den Erwerb teurer Sportrechte zum Beispiel würde die Attraktivität der ARD-Sportschau wie des gesamten Sport-Angebots reduzieren. Dies kann weitere Umsatzeinbußen nach sich ziehen. Allerdings ist hier vermutlich nicht mit kurzfristigen Entscheidungen noch für 2024 zu rechnen.
- Über das Gesetzesvorhaben zur Regulierung von an Kinder gerichtete Werbung für Lebensmittel mit zu viel Zucker, Salz oder Fett wird zwischen den Interessensverbänden und dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft heftig debattiert. Mit einer kurzfristigen Entscheidung oder einer Gültigkeit noch im Laufe des Jahres 2024 ist daher nicht zu rechnen. Je nach Ausgestaltung des Gesetzes ist hier langfristig mit erheblichen Umsatzeinbußen zu rechnen, da laut Branchenvertretern bis zu 80 Prozent aller Lebensmittel und deren Bewerbung betroffen sein könnten.
- Zusätzliche Werberegulierungen für bestimmte Branchen könnten zu weniger Werbung in bestimmten Produktbereichen führen.
- Preissteigerungen bei SWR3
- Der zusätzliche Wettbewerb im europäischen Kfz-Markt durch die chinesischen Automarken birgt sowohl Chancen (siehe oben) als auch Risiken für die etablierten Automarken, sollten diese durch die neue Konkurrenz wirtschaftlich unter Druck geraten.

Bestandsgefährdende Risiken sehen wir zurzeit für unser Unternehmen nicht.

3.2. Prognose

Prognostiziertes Mini-Wirtschaftswachstum - mit erheblichen Risiken

Die deutsche Wirtschaft ist im vergangenen Jahr in eine Rezession gerutscht. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) sank 2023 nach vorläufigen Daten des Statistischen Bundesamtes (Stand: 15.01.2024) zum Vorjahr preisbereinigt um -0,3 %. Die hohe Inflation bremste den Privatkonsum als wichtige Konjunkturstütze. Im Jahr 2022 war Europas größte Volkswirtschaft noch um +1,8 % gewachsen. Die Aussichten für das laufende Jahr haben sich Volkswirten zufolge eingetrübt. Für 2024 wird ein weiterer Rückgang der Wirtschaftsleistung erwartet.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind weiterhin von großen Unsicherheiten geprägt. Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ist in Hinblick auf das Jahr 2024 „besorgt“ und leitet dies aus der wirtschaftlich angespannten Gesamtlage ab. Der deutsche Werbemarkt schloss 2023 mit +0,3 % (Nielsen brutto) ab. Das 1. Halbjahr war von Rückgängen geprägt und das 2. Halbjahr von leichten Zuwächsen.

Trotz eines nach wie vor schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfelds ist nationale und regionale die Radio/TV-Vermarktung positiv ins Jahr 2024 gestartet. Die Anbuchung für das neue Geschäftsjahr 2024 sieht vielversprechend aus. Der Januar 2024 liegt bei der ARD-Werbung deutlich (TV +16,0 %, Radio +12,9 %) über dem Vorjahresmonat.

Prognose und Wirtschaftsplanung der SMS MS

Für das kommende Geschäftsjahr wurden gemäß der im November 2023 verabschiedeten Unternehmensplanung für das Geschäftsjahr 2024 folgende Entwicklung prognostiziert:

Die Planung 2024 geht von vorsichtigen und zurückhaltenden Annahmen aus, die aber auch Risiken beinhaltet. So stehen für einzelne ertragsschwächere Geschäftsfelder seitens des SWR noch Entscheidungen aus, die in den Ausbau bestehender Geschäftsmodelle und/oder zu weiteren Restrukturierungsmaßnahmen führen könnten. Die öffentlich-rechtliche Werbezeiten-Vermarktung steht durch die veränderte Mediennutzung vor großen Herausforderungen. TV ist stärker als Hörfunk von der nichtlinearen, zeitversetzten Nutzung betroffen und verzeichnet daher kontinuierliche Reichweitenrückgänge in der linearen Nutzung. Da es den öffentlich-rechtlichen Vermarktern nicht gestattet ist, im Online/Digital-Bereich tätig zu sein, wird der Wettbewerbsnachteil gegenüber den privaten Anbietern weiterwachsen und das Risiko -von Umsatzausfällen weiter erhöhen.

Im Wirtschaftsplan für das Geschäftsjahr 2024 planen wir einen Umsatz (nach Skonto) in Höhe von 86,0 Mio. EUR der sich damit um 2,2 Mio. EUR über dem Niveau des Vorjahres (Ist 2023: 84,2 Mio. EUR) bewegt. Trotz der anhaltenden Auswirkungen der Inflation und der Ukraine-Kriegs sowie der Nahost-Krise gehen wir davon aus, die verabschiedeten Planzahlen für 2024 voraussichtlich zu erreichen.

Die bisherige Planung setzte sich für die Geschäftsbereiche wie folgt zusammen:

- Die Umsätze aus Werbezeiten im Fernsehen (inkl. Bundesliga Sponsoring) liegen mit 33,8 Mio. EUR um 1,6 Mio. EUR höher als im Vorjahr (Ist 2023: 32,2 Mio. EUR). 2024 ist mit der Fußball-EM 2024 und den Olympischen Sommerspielen ein Sportjahr, und daher ist grundsätzlich mit deutlich höheren Umsätzen als in Nicht-Sportjahren zu rechnen.
- Die Umsätze aus Werbezeiten im Hörfunk erwarten wir in 2024 mit 31,4 Mio. EUR um 3,5 Mio. EUR über dem Vorjahresniveau (Ist 2023: 27,9 Mio. EUR).
- Die Steigerung resultiert einzig aus dem vergrößerten Portfolio (RegioCast) und damit der Marktführerschaft der nationalen Vermarktungsagentur ARD Media in 2023. Ob diese im rückläufigen Werbemarkt tatsächlich wie geplant kapitalisiert werden kann, bleibt abzuwarten.
- Die Umsätze in den anderen Geschäftsfeldern werden im laufenden Geschäftsjahr 2024 bei 20,8 Mio. € erwartet (Ist 2023: 24 Mio. €). In diesen Geschäftsfeldern erwarten wir unsere Pläne zu erreichen.



Die SWR MS geht für das Jahr 2024 aufgrund der eingeschätzten Umsatz- und Aufwandsentwicklung von einem Jahresüberschuss in Höhe von 7,3 Mio. EUR (Ist 2023: 7,9 Mio. EUR) aus und bei der Planung des Gesamtnutzens für den SWR von einem Betrag in Höhe von 53,4 Mio. EUR (Ist 2023: 52,7 Mio. EUR). Der für das Geschäftsjahr 2023 vorgesehene Verkaufserlös aus dem Grundstücksverkauf des Alfred-Döblin- Hauses in Höhe von 2,4 Mio. € verschiebt sich nach 2024 und erhöht damit das geplante Periodenergebnis 2024.

Trotz des Ukraine-Kriegs, des Nahost-Konflikts, der anhaltenden Auswirkung der Inflation und schwieriger Marktgegebenheiten gehen wir davon aus, die verabschiedete vorsichtige Planung für 2024 zu erreichen.

Stuttgart, 08.05.2024

SWR Media Services GmbH

gez. Thomas Schelberg, Geschäftsführer

Bilanz zum 31. Dezember 2023

Aktiva

	31.12.2023		31.12.2022
	EUR	EUR	TEUR
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		31.791,00	29
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten	24.323.156,84		24.254
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	413.929,63		471
Anlagen im Bau	42.465,50		0
		24.779.551,97	24.725
III. Finanzanlagen			
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	35.000,00		35
2. Beteiligungen	5.099.944,47		5.095
3. Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00		0
4. Ansprüche aus Rückdeckungsversicherung	8.141.837,10		7.079
		13.276.781,57	12.209
		38.088.124,54	36.963
B. Programmvermögen		13.815.383,16	11.446
C. Umlaufvermögen			
I. Vorräte			
Handelswaren		125.960,94	129



	31.12.2023		31.12.2022
	EUR	EUR	TEUR
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.756.639,89		2.644
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	0,00		2
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00		0
4. Sonstige Vermögensgegenstände	3.943.985,82		3.402
		6.700.625,71	6.048
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks		3.608.075,18	10.572
		10.434.661,83	16.749
D. Rechnungsabgrenzungsposten		109.446,98	94
		62.447.616,51	65.252

Passiva

	31.12.2023		31.12.2022
	EUR	EUR	TEUR
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital		3.100.000,00	3.100
II. Gewinnrücklagen			
Andere Gewinnrücklagen		6.338.995,38	6.339
III. Bilanzgewinn		12.649.550,17	13.256
		22.088.545,55	22.695
B. Sonderposten für Investitionszuschüsse Sachanlagen		31.913,87	37
C. Rückstellungen			
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	12.372.825,00		11.418
2. Steuerrückstellungen	470.226,71		260
3. Sonstige Rückstellungen	10.501.605,44		10.300
		23.344.657,15	21.978
D. Verbindlichkeiten			
1. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	1.117.759,61		886
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	3.706.222,35		4.225
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.501.947,19		5.204
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	6.500.700,66		7.609
II. Sonstige Verbindlichkeiten	1.239.817,36		1.623



	31.12.2023		31.12.2022
	EUR	EUR	TEUR
davon aus Steuern: EUR 515.817,18 (Vj. TEUR 475)			
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: EUR 2.014,09 (Vj. TEUR 5)			
		16.066.447,17	19.547
E. Rechnungsabgrenzungsposten		449.052,77	513
F. Passive Latente Steuern		467.000,00	482
		62.447.616,51	65.252

Gewinn- und Verlustrechnung für 2023

	2023	2022
	EUR	TEUR
1. Umsatzerlöse	84.181.611,64	92.659
2. Sonstige betriebliche Erträge	8.112.587,34	7.553
	92.294.198,98	100.212
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für bezogene Waren	2.586.123,41	2.435
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	45.398.521,50	51.739
	47.984.644,91	54.174
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	9.523.689,04	10.235
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung		
davon für Altersversorgung: EUR 1.228.190,80 (Vj. TEUR 677)	3.009.971,37	2.453
	12.533.660,41	12.688
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	890.711,25	707
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		
davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung: EUR 907,52 (Vj. TEUR 0,0)	20.785.326,52	21.313
7. Erträge aus Beteiligungen	880.435,92	755
8. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	3.691,74	5
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	6.526,31	17
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	228.542,10	284

	2023	2022
EUR	EUR	TEUR
davon aus der Aufzinsung: EUR 149.322,00 (Vj. TEUR 260)		
11. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	3.377.527,69	3.872
12. Ergebnis nach Steuern	7.384.440,07	7.951
13. Sonstige Steuern	68.385,81	29
14. Jahresüberschuss	7.316.054,26	7.922
15. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	5.333.495,91	5.333
16. Vorabausschüttung	0,00	0
17. Bilanzgewinn	12.649.550,17	13.255

Anhang für das Geschäftsjahr 2023

Allgemeine Hinweise

Die Gesellschaft ist unter der Firma SWR Media Services GmbH mit Sitz in Stuttgart im Handelsregister B des Amtsgerichts Stuttgart unter der Nummer HRB 2240 eingetragen.

Der vorliegende Jahresabschluss wurde gemäß §§ 242 ff. und 264 ff. HGB sowie nach den einschlägigen Vorschriften des GmbHG aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für große Kapitalgesellschaften.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert.

Zur Verbesserung der Darstellung der Vermögenslage wurde das Gliederungsschema der Bilanz um den Posten Programmvermögen erweitert.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren unverändert die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden maßgebend.

Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen sind zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bilanziert und werden, sofern sie der Abnutzung unterliegen, entsprechend ihrer Nutzungsdauer um planmäßige Abschreibungen (lineare Methode) vermindert. Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von € 250,00 sind im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben bzw. als Aufwand erfasst worden; ihr sofortiger Abgang wurde unterstellt. Für Anlagegüter mit einem Netto-Einzelwert von mehr als € 250,00 bis € 1.000,00 wird das steuerliche Sammelpostenverfahren aus Vereinfachungsgründen auch in der Handelsbilanz angewandt. Der Sammelposten wird pauschalierend jeweils mit 20 % p. a. im Zugangsjahr und in den vier darauffolgenden Jahren abgeschrieben. Die Abschreibungen auf Zugänge des Sachanlagevermögens werden im Übrigen zeitanteilig vorgenommen.

Die Finanzanlagen werden zu Anschaffungskosten bzw. zu niedrigeren beizulegenden Werten bei voraussichtlich dauerhafter Wertminderung angesetzt.

Das Programmvermögen wird mit den Anschaffungskosten bzw. zum niedrigeren beizulegenden Wert angesetzt. Die Produktionen ohne künftige Wiederholungsmöglichkeiten werden nach erfolgter Erstsendung voll abgeschrieben. Von den wiederholungsfähigen Produktionen werden im Jahr der Erstaussstrahlung 90 % und die verbliebenen 10 % über die nächsten drei Jahre linear abgeschrieben.

Die Vorräte werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bzw. zu den niedrigeren Tageswerten angesetzt. Alle erkennbaren Risiken im Vorratsvermögen, die sich aus überdurchschnittlicher Lagerdauer, geminderter Verwertbarkeit und niedrigeren Wiederbeschaffungskosten ergeben, sind durch angemessene Abwertungen berücksichtigt.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Allen risikobehafteten Posten ist durch die Bildung angemessener Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen; das allgemeine Kreditrisiko ist durch pauschale Abschläge berücksichtigt.

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden nach der Projected-Unit-Credit-Method (PUC) unter Verwendung der „Richttafeln 2018 G“ ermittelt. Für die Abzinsung wurde pauschal der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer restlichen Laufzeit von 15 Jahren von 1,82 % (Vj. 1,87 %) gemäß der Rückstellungsabzinsungsverordnung vom 18. November 2009 verwendet. Erwartete Gehaltssteigerungen und Rentensteigerungen wurden folgendermaßen berücksichtigt:



	31.12.2023	31.12.2022
Rententrend	1,0 %	1,0 %
Gehaltstrend	2,0 %	2,0 %

Bei den von der ARD MEDIA GmbH, Frankfurt am Main, in unserem Namen erteilten Pensionsverpflichtungen wurde abweichend hiervon ein Renten- und Gehaltstrend von 2,0 % (Vj. 2,0 %) unterstellt.

Die Fluktuation wurde mit einer Rate von 1,5 %, (Vj. 1,5 %) nur bei den durch die ARD- Media GmbH erteilten Pensionsverpflichtungen, für die dort beschäftigten Mitarbeiter berücksichtigt.

Unter Inanspruchnahme des Wahlrechts nach Art. 67 Abs. 1 Satz 1 EGHGB wird der sich aus der Änderung der Rückstellungsbilanzierung nach §§ 24 9Abs. 1 Satz 1, 253 Abs. 1 Satz 2, Abs. 2 HGB durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMOG) ergebende Zuführungsbetrag über den Höchstzeitraum von 15 Jahren gleichmäßig verteilt.

Für Bewertungsstichtage ab 31.12.2022 ist für rückgedeckte Direktzusagen verpflichtend der IDW Rechnungslegungshinweis: „Handelsrechtliche Bewertung von Rückstellungen für Altersversorgungsverpflichtungen aus rückgedeckten Direktzusagen (IDW RH FAB 1.021)“ für den HGB Abschluss anzuwenden. Nach diesem Hinweis sind kongruente Anteile aus der Rückdeckungsversicherung zu identifizieren und in gleicher Höhe zu aktivieren und zu passivieren. Die ARD hat sich hierbei allgemein für die Anwendung des Aktivprimats ausgesprochen.

Der kongruent rückgedeckte Teil der VTV-Zusage wird mit dem Aktivwert der Rückdeckungsversicherung bewertet.

Die ausschließlich der Erfüllung der entsprechenden Verpflichtungen dienenden, dem Zugriff aller übrigen Gläubiger entzogenen Wertguthaben aus den Zeitwertkonten (Deckungsvermögen i. S. d. § 246 Abs. 2 Satz 2 HGB) wurden mit ihrem beizulegenden Zeitwert bewertet und mit der entsprechenden Verpflichtung in Höhe von T€ 5.673 verrechnet. Da kein aktiver Markt besteht, anhand dessen sich der Marktpreis ermitteln lässt, wurden die Wertguthaben zu Anschaffungskosten bewertet, welche somit dem beizulegenden Zeitwert entsprechen. Die Summe der verrechneten Aufwendungen und Erträge innerhalb des Zeitwertkontos betrugen T€ 466 (Vj. T€ 296).

Die Steuerrückstellungen und die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verbindlichkeiten. Sie sind in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags angesetzt. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurden mit den von der Bundesbank bekannt gemachten durchschnittlichen Marktzinssätzen der vergangenen sieben Jahre abgezinst.

Verbindlichkeiten sind zum Erfüllungsbetrag angesetzt.

Die Kostenverrechnung mit dem Südwestrundfunk Anstalt des öffentlichen Rechts (SWR) im Bereich des Werbegeschäfts erfolgt in Anlehnung an die Regelung der Besteuerung des Werbegeschäftsbereichs gemäß § 8 Abs. 1 Satz 3 KStG nach der sogenannten 16 %-Regelung.

Für die Ermittlung latenter Steuern aufgrund von temporären oder quasi-permanenten Differenzen zwischen den handelsrechtlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten und ihren steuerlichen Wertansätzen oder aufgrund steuerlicher Verlustvorträge werden diese mit den unternehmensindividuellen Steuersätzen im Zeitpunkt des Abbaus der Differenzen bewertet und die Beträge der sich ergebenden Steuerbe- und -entlastung nicht abgezinst. Die Aktivierung eines Überhangs latenter Steuern unterbleibt in Ausübung des dafür bestehenden Ansatzwahlrechts. Die Passivierung latenter Steuern aus der Übertragung stiller Reserven wurden ausgewiesen.

Auf fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten werden grundsätzlich mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag umgerechnet. Bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurde dabei das Realisationsprinzip (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 Halbsatz 2 HGB) und das Anschaffungskostenprinzip (§ 253 Abs. 1 Satz 1 HGB) beachtet.

Erläuterungen zur Bilanz

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagenspiegel dargestellt.

Angaben zum Anteilsbesitz

	Beteiligung %	Eigenkapital in T€	Ergebnis in T€
I. Anteile an verbundene Unternehmen			
Schwetzingen SWR Festspiele gGmbH, Schwetzingen ¹⁾	33,33	631	-470
SWR Sender Services GmbH, Stuttgart	100,00	31	6
II. Beteiligungen			
Bavaria Film GmbH, München ²⁾	16,67	66.979	4.845
Digital Radio Südwest GmbH i.L., Stuttgart ³⁾	45,00	253	-27



	Beteiligung %	Eigenkapital in T€	Ergebnis in T€
MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH, Stuttgart ¹⁾	49,00	2.734	0
ARD-Media GmbH, Frankfurt am Main ¹⁾	11,11	6.124	711
AGF Videoforschung GmbH, Frankfurt am Main ¹⁾	0,83	6.692	-399
PUB - Public Value Technologies GmbH, München	50,00	275	77

¹⁾ Eigenkapital 31.12.2022, Ergebnis 2022

²⁾ Eigenkapital 31.01.2023, Ergebnis 2022/23 (Geschäftsjahr vom 01.02.2022 bis 31.01.2023)

³⁾ Eigenkapital 31.12.2022, Ergebnis 2022 (Liquidationsgeschäftsjahr 01.08.2022 bis 31.12.2022)

Sämtliche Forderungen haben wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von weniger als einem Jahr.

Der Sonderposten für Investitionszuschüsse Sachanlagen wurde im Zusammenhang mit Investitionen der Abteilung Zentrale Systemorganisation (ZSO) gebildet.

Aktive Latente Steuern

Die aktiven latenten Steuern resultieren im Wesentlichen aus Bilanzdifferenzen bei den Pensions- und Jubiläumsrückstellungen sowie aus steuerlichen Verlustvorträgen. Von dem Wahlrecht des §274 HGB die aktiven latenten Steuern anzusetzen wird kein Gebrauch gemacht. Für die Bewertung wird die Körperschaftsteuer einschließlich Solidaritätszuschlag mit 15,8% angesetzt, die Gewerbesteuer wird entsprechend dem geltenden Hebesatz der Gesellschaft mit 14,7% berücksichtigt.

Bilanzgewinn

Im Bilanzgewinn ist ein Gewinnvortrag von T€ 5.334 enthalten; im Übrigen wird auf den Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns verwiesen.

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Der aus der mit dem BilMoG im Jahr 2010 geänderten Bewertungsmethode resultierende Unterschiedsbetrag betrug T€ 508 und wird gemäß Art 67 Abs. 1 EGHGB auf 15 Jahre verteilt. Zum Bilanzstichtag besteht noch eine Unterdeckung der Pensionsrückstellungen in Höhe von T€ 23 (Vj. T€ 68).

Der Unterschiedsbetrag nach § 253 Abs. 6 HGB beträgt T€ 81 (Vj. T€ 377).

Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen wurden im Wesentlichen für Zahlungsverpflichtungen gegenüber der MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH, Stuttgart, (T€ 6.225), für ausstehende Lieferantenrechnungen (T€ 1.447) sowie für Urlaubs- und Überstundenansprüche (T€ 2.079) gebildet.

Verbindlichkeiten

Sämtliche Verbindlichkeiten haben wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von unter einem Jahr mit Ausnahme des Darlehens (T€ 3.706), dieses hat eine Laufzeit bis 2030. Eine Grundsuld (T€ 10.000) wurde als Sicherheit eingetragen.

Die Verbindlichkeiten gegen verbundene Unternehmen bestehen gegenüber der Gesellschafterin, dem SWR in Höhe von T€ 6.468 (Vj. T€ 7.522). Die Forderungen aus dem laufenden Geschäftsverkehr T€ 6.496 (Vj. T€ 6.045) werden mit den Verbindlichkeiten gegenüber dem SWR T€ 12.964 (Vj. T€ 13.567) saldiert, davon betreffen T€ 2.941 (Vj. T€ 3.398) Ertragssteuer-Erstattungen. Zusätzlich bestehen Verbindlichkeiten gegenüber der SWR Sender Services GmbH in Höhe von T€ 33 (Vj. T€ 87).

Passive Latente Steuern

Für die Übertragung der stillen Reserven (T€ 3.362) aus Grundstücksverkauf, welche auf den Neubau des Betriebsgebäudes in Baden-Baden übertragen werden, wurden die Passive Latente Steuern auf T€ 467 (Vj. T€ 482) angepasst.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Aufgliederung der Umsatzerlöse



	2023		2022	
	T€	%	T€	%
Werbefunk	27.914	33,2	31.480	34,0
Werbefernsehen	32.295	38,4	38.109	41,1
SWR Fernsehturm	2.533	3,0	2.160	2,3
Sendervermarktung & Senderinfrastruktur	9.714	11,5	9.290	10,0
Liegenschaftsverwaltung	491	0,6	316	0,3
Lizenzen	3.040	3,6	3.684	4,0
Kundenservice	2.814	3,3	2.582	2,8
Veranstaltungen & Events	2.035	2,4	1.924	2,1
Produktion und Dienstleistungen	1.004	1,2	1.087	1,2
Übrige Umsatzerlöse	2.342	2,8	2.027	2,2
	84.182	100,0	92.659	100,0

Sonstige betriebliche Erträge

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind periodenfremde Erträge in Höhe von T€ 127 (Vj. T€ 277) enthalten. Diese betreffen im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (T€ 35) und Einzel- und Pauschalwertberichtigungen (T€ 1), Gutschrift für Umsatzsteuer aus Vorjahren (T€ 80), Erträge aus überzahlter Miete (T€ 5), sowie Erträge aus der Ausbuchung von nicht eingelösten Gutscheinen (T€ 6).

Materialaufwand

In den Aufwendungen für bezogene Leistungen sind Kostenerstattungen an den SWR für das Rahmenprogramm Werbefernsehen und Werbefunk von T€ 12.026 (Vj. T€ 17.777), sowie Leistungen für Sendervermarktung, Lizenzen und Veranstaltungen & Events von T€ 6.170 (Vj. T€ 6.133) enthalten, insgesamt T€ 18.196 (Vj. T€ 23.910). Ferner sind darin enthalten Aufwendungen für Filmgemeinschaftseinkäufe für das Vorabendprogramm bei der DEGETO FILM GMBH, Frankfurt am Main, von T€ 16.154 (Vj. T€ 16.669) sowie Aufwendungen für Rechte an der Bundesliga- Übertragung von T€ 8.466 (Vj. T€ 8.421).

Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind periodenfremde Aufwendungen enthalten, die Wertberichtigungen auf Forderungen (T€ 19) sowie Ausbuchungen von Forderungen aus dem Ticketverkaufsprogramm (T€ 2) betreffen.

Weiterhin sind außergewöhnliche Aufwendungen in Höhe von T€ 45 enthalten. Diese resultieren aus der Verteilung des Unterschiedsbetrags aus der Umstellung auf BilMoG (T€ 45).

Erträge aus Beteiligungen

Die Erträge aus Beteiligungen von T€ 880 beinhalten Ausschüttungen der Bavaria Film GmbH, München (T€ 750), der ARD Media GmbH, Frankfurt (T€ 124) und der SWR Sender Services GmbH, Stuttgart (T€ 6).

Sonstige Angaben**Haftungsverhältnisse**

Am 04.10.2022 wurde der Baden-Badener Pensionskasse VVaG eine Patronats- und Gewährleistungserklärung mit einer Gültigkeit bis 30.06.2025 gegeben. Die Zusage bezieht sich auf den notwendigen Anteil der Deckungsrückstellung unserer Versorgungsberechtigten.

Weitere Haftungsverhältnisse seitens der Gesellschaft bestehen zum Stichtag nicht.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen in Höhe von T€ 225 sonstige finanzielle Verpflichtungen. Davon bestehen Verpflichtungen gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von T€ 43.

Im Einzelnen betreffen diese Verpflichtungen u.a. folgende Sachverhalte:



	T€
Mietverträge	144
Pkw Leasing	81

Die Miet- und Leasingverträgen enden zwischen Februar 2024 und Oktober 2026.

Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Es wurden folgende wesentlichen Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen durchgeführt:

Art der Beziehungen	Art der Geschäfte		
	Verkäufe in Mio. €	Erbringen von Dienstleistungen in Mio. €	Erhalt von Dienstleistungen in Mio. €
SWR	0,4	5,0	24,8
Schwetzingen Festspiele	0	0,06	0,4
SWR Sender Services	0	0,01	0,2

Ausschüttungssperre

In Höhe des Unterschiedsbetrags von T€ 81 ergibt sich nach § 253 Abs. 6 HGB bei der Bewertung der Altersversorgungsverpflichtungen eine Gewinnausschüttungssperre.

Organe**Aufsichtsrat**

Der Aufsichtsrat setzt sich wie folgt zusammen:

Hans-Albert Stechl (Vorsitzender),
Deutscher Journalistenverband/Landesverband Baden-Württemberg Fachgruppe Medien ver.di Baden-Württemberg
Heike Raab (stellv. Vorsitzende) (bis 30.11.2023),
Landesregierung Rheinland-Pfalz
Dr. Denis Alt (ab 01.12.2023),
Landesregierung Rheinland-Pfalz
Sabine Bätzing-Lichtenthäler (ab 07.06.2023)
Landtag Rheinland-Pfalz
Eva Ehrenfeld,
Verband Deutscher Schriftsteller im ver.di Landesbezirk Baden-Württemberg
Claudia Gläser,
IHK Baden-Württemberg
Dr. Engelbert Günster (ab 30.01.2023),
IHK Rheinhessen, RR Vorsitz



Petra Häffner (ab 21.04.2023),
Landtag Baden-Württemberg
Cindy Holmberg (bis 20.04.2023),
Landtag Baden-Württemberg
Rudi Hoogvliet,
Landesregierung Baden-Württemberg
Rino-Gennaro Iervolino,
Landesverband der kommunalen Migrantenvertretungen Baden-Württemberg
Kai Jehle-Mungenast,
Landesjugendring Baden-Württemberg
Prof. Dr. Klaus Koziol,
Katholische Kirche Baden-Württemberg
Andrea Krueger,
Vertriebenenorganisationen/Europaunion Baden-Württemberg
Lilli Lenz,
Deutscher Beamtenbund Rheinland-Pfalz
Dietmar Muscheid,
Deutscher Gewerkschaftsbund, Landesbezirk Rheinland-Pfalz
Paul Nehmet,
Landtag Baden-Württemberg
Simone Ritter,
Vorsitzende des Betriebsrats der SWR Media Services GmbH
Alexander Schweitzer (bis 01.05.2023),
Landtag Rheinland-Pfalz
Andreas Stoch,
Landtag Baden-Württemberg
Petra Zellhuber-Vogel,
Frauenarbeit Evangelische Landeskirchen/Katholischer Frauenbund

Gesamtbezüge des Aufsichtsrats

Die Vergütung für Mitglieder des Aufsichtsrates betrug im Geschäftsjahr 2023 T€ 71 (Vj. T€ 71).



Geschäftsführung

Zum Geschäftsführer der Gesellschaft war im Geschäftsjahr 2023 bestellt:

Thomas Schelberg, Geschäftsführer

Der Geschäftsführer ist einzelvertretungsberechtigt.

Gesamtbezüge der Geschäftsführung

Die Angabe zu den Bezügen der Geschäftsführer unterbleibt mit Hinweis auf § 286 Abs. 4 HGB in Verbindung mit § 285 Nr. 9 HGB.

Mitarbeiter

Die durchschnittliche Zahl der während des Geschäftsjahres beschäftigten Mitarbeiter betrug:

110 Vollzeitbeschäftigte

30 Teilzeitbeschäftigte

140

Prüfungs- und Beratungsgebühren

Das für das Geschäftsjahr berechnete Gesamthonorar des Abschlussprüfers beträgt insgesamt T€ 34 und entfällt auf Abschlussprüfungsleistungen (T€ 29) sowie auf andere Bestätigungsleistungen (T€ 5).

Ergebnisverwendungsvorschlag

Die Geschäftsführung schlägt vor, vom Bilanzgewinn in Höhe von T€ 12.650 einen Teilbetrag in Höhe von T€ 7.316 als Dividende auszuschütten und T€ 5.334 auf neue Rechnung vorzutragen.

Ereignis nach Bilanzstichtag

Ein in 2023 geplanter Grundstücksverkauf (T€ 2.481) hat sich in das Jahr 2024 verschoben.

Stuttgart, 08.05.2024

SWR Media Services GmbH

Geschäftsführung

gez. Thomas Schelberg

Entwicklung des Anlagevermögens 2023



	Anschaffungs- und Herstellungskosten				
	01.01.2023 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR	31.12.2023 EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	261.738,56	6.990,00	27.434,30	0,00	241.294,26
	261.738,56	6.990,00	27.434,30	0,00	241.294,26
II. Sachanlagen					
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	33.872.113,05	829.470,58	1.048.140,98	0,00	33.653.442,65
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.543.848,04	69.287,19	311.642,33	0,00	2.301.492,90
3. Anlagen im Bau	0,00	42.465,50	0,00	0,00	42.465,50
	36.415.961,09	941.223,27	1.359.783,31	0,00	35.997.401,05
III. Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	35.000,00	0,00	0,00	0,00	35.000,00
2. Beteiligungen	5.208.466,23	5.000,00	0,00	0,00	5.213.466,23
3. Ansprüche aus Rückdeckungsversicherungen*	7.078.752,65	1.063.084,45	0,00	0,00	8.141.837,10
	12.322.218,88	1.068.084,45	0,00	0,00	13.390.303,33
	48.999.918,53	2.016.297,72	1.387.217,61	0,00	49.628.998,64
	Kumulierte Abschreibungen				
	01.01.2023 EUR	Zuschreibungen EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	31.12.2023 EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	232.743,56	0,00	4.194,00	27.434,30	209.503,26
	232.743,56	0,00	4.194,00	27.434,30	209.503,26
II. Sachanlagen					



	Kumulierte Abschreibungen					31.12.2023
	01.01.2023 EUR	Zuschreibungen EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR	
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	9.618.194,73	0,00	760.232,06	1.048.140,98	0,00	9.330.285,81
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.072.498,41	0,00	126.285,19	311.220,33	0,00	1.887.563,27
3. Anlagen im Bau	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	11.690.693,14	0,00	886.517,25	1.359.361,31		11.217.849,08
III. Finanzanlagen						
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Beteiligungen	113.521,76	0,00	0,00	0,00	0,00	113.521,76
3. Ansprüche aus Rückdeckungsversicherungen*	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	113.521,76	0,00	0,00	0,00	0,00	113.521,76
	12.036.958,46	0,00	890.711,25	1.386.795,61	0,00	11.540.874,10
Buchwerte						
			31.12.2022			31.12.2023
			EUR			EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände						
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten			28.995,00			31.791,00
			28.995,00			31.791,00
II. Sachanlagen						
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken			24.253.918,32			24.323.156,84
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung			471.349,63			413.929,63
3. Anlagen im Bau			0,00			42.465,50
			24.725.267,95			24.779.551,97
III. Finanzanlagen						
1. Anteile an verbundenen Unternehmen			35.000,00			35.000,00
2. Beteiligungen			5.094.944,47			5.099.944,47
3. Ansprüche aus Rückdeckungsversicherungen*			7.078.752,65			8.141.837,10



Buchwerte	
31.12.2022	31.12.2023
EUR	EUR
12.208.697,12	13.276.781,57
36.962.960,07	38.088.124,54

Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

An die SWR Media Services GmbH, Stuttgart:

Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss der SWR Media Services GmbH, Stuttgart, - bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2023 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden - geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der SWR Media Services GmbH, Stuttgart, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2023 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 und
- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

Verantwortung des gesetzlichen Vertreters und des Aufsichtsrats für den Jahresabschluss und den Lagebericht

Der gesetzliche Vertreter ist verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner ist der gesetzliche Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die er in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt hat, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (d.h. Manipulationen der Rechnungslegung und Vermögensschädigungen) oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses ist der gesetzliche Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren hat er die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus ist er dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem ist der gesetzliche Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner ist der gesetzliche Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die er als notwendig erachtet hat, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.



Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass aus dolosen Handlungen resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist höher als das Risiko, dass aus Irrtümern resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, da dolose Handlungen kollusives Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der von dem gesetzlichen Vertreter angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von dem gesetzlichen Vertreter dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von dem gesetzlichen Vertreter angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.
- beurteilen wir Darstellung, Aufbau und Inhalt des Jahresabschlusses insgesamt einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt.
- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft.
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von dem gesetzlichen Vertreter dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von dem gesetzlichen Vertreter zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger bedeutsamer Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

München, den 8. Mai 2024

Rödl & Partner GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Hager, Wirtschaftsprüfer

gez. Mainka-Klein, Wirtschaftsprüfer

Bericht des Aufsichtsrates 2023



Die finanzielle und wirtschaftliche Lage der SWR Media Services GmbH stellt sich wie folgt dar. Die SWR Media Services GmbH erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2023 insgesamt einen Umsatz in Höhe von 84,2 Mio. € (Vorjahr: 92,7 Mio. €).

Die erhoffte Rückkehr zur Normalität ist auch 2023 nicht eingetreten. Der Werbemarkt war bereits zu Beginn des Jahres deutlich negativ gestartet und hatte sich bis Jahresende nicht vollständig erholt. Hohe Rohstoff- und Energiepreise belasteten weiterhin die Wirtschaft, die hohe Inflation trübte das Konsumklima. Der Ukraine-Krieg hatte weiterhin massive Auswirkungen auf die Wirtschaft und die privaten Haushalte, wodurch die Werbeeinnahmen deutlich zurückgingen. Die Werbetreibenden reagierten folglich mit Zurückhaltung. Es herrschte große Unsicherheit und Vorsicht. Hohe Inflation, drohende Rezession, Energie-Knappheit und explodierende Kosten in nahezu allen Lebensbereichen ließen die Unternehmen auf die Investitionsbremse treten und die Konsument*innen konzentrierten sich auf notwendige Grundanschaffungen.

Trotz der ursprünglich vorsichtigen Planprämissen für das Geschäftsjahr 2023 wurde der Planumsatz von 90,8 Mio. € um -6,7 Mio. € unterschritten. Davon besonders betroffen waren die Hörfunkumsätze in der Werbung. Diesem Trend gegenläufig wurden in den Bereichen Sendervermarktung/Senderinfrastruktur und Veranstaltungen & Events die Planzahlen übertroffen.

Im Berichtsjahr wurde neben der handelsrechtlichen Prüfung des Jahresabschlusses zusätzlich eine Prüfung nach § 53 HGrG durchgeführt sowie um die Prüfung der Marktkonformität nach §43 Abs. 1 Satz 2 Medienstaatsvertrag erweitert. Die Prüfungen führten zu keinen wesentlichen Feststellungen, die für die Beurteilung der Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung von Bedeutung sind.

Das Gremium befasste sich im vergangenen Jahr eingehend mit der Lage der Gesellschaft und ihrer Beteiligungen. In vier Sitzungen wurde es von der Geschäftsführung aktuell und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung und der Organisation der SWR Media Services GmbH, schriftlich und mündlich informiert.

Im Geschäftsjahr 2023 stimmte der Aufsichtsrat der Bestellung von Frau Cornelia Bend zur Geschäftsführerin der Schwetzingen SWR Festspiele gGmbH zum 1. Juli 2024 sowie der Abberufung von Herrn Klaus Rismondo als Geschäftsführer zum 30. Juni 2024 zu.

Zustimmungspflichtige Geschäfte wurden dem Aufsichtsrat vorgelegt. Der Vorsitzende des Aufsichtsrates wurde von der Geschäftsführung laufend und unverzüglich über alle wesentlichen geschäftspolitischen Maßnahmen informiert.

Die vom Aufsichtsrat zum Abschlussprüfer bestellte Rödl & Partner Wirtschaftsprüfungsgesellschaft München, hat den von der Geschäftsführung aufgestellten Jahresabschluss und den Lagebericht für das Geschäftsjahr 2023 geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Über die wesentlichen Ergebnisse hat die Prüfungsgesellschaft dem Aufsichtsrat schriftlich und mündlich berichtet. Der Aufsichtsrat hat den Jahresabschluss 2023 am 28. Juni 2024 festgestellt und den Geschäftsführer entlastet.

Der Aufsichtsrat dankt dem Geschäftsführer, den Mitgliedern der Geschäftsleitung und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der SWR Media Services GmbH für ihren besonderen Einsatz und ihre Leistungen.

Freiburg, 07.08.2024

Der Aufsichtsrat

gez. Hans-Albert Stechl, Vorsitzender des Aufsichtsrates

Der Jahresabschluss wurde am 28.06.2024 wie vorgeschlagen festgestellt.