

Betreff:**Braunschweig Stadtmarketing GmbH**
Jahresabschluss 2016**Organisationseinheit:**

DEZERNAT VII - Finanzen, Stadtgrün und Sportdezernat

Datum:

28.02.2017

Beratungsfolge

Finanz- und Personalausschuss (Entscheidung)

Sitzungstermin

16.03.2017

Status

Ö

Beschluss:

„Die Vertreter der Stadt Braunschweig in der Gesellschafterversammlung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH werden angewiesen, den Jahresabschluss 2016 mit einem Jahresfehlbetrag von 1.284.754,34 € festzustellen und die Abdeckung des Jahresfehlbetrages durch Entnahme aus der Kapitalrücklage in Höhe von 1.284.754,34 € zu beschließen.“

Sachverhalt:

Die Stadt Braunschweig ist alleinige Gesellschafterin der Braunschweig Stadtmarketing GmbH (BSM). Die gemäß § 14 Abs. 1 lit. f des Gesellschaftsvertrages der BSM vorgesehene Feststellung des Jahresabschlusses obliegt der Gesellschafterversammlung.

Um eine Stimmbindung der städtischen Vertreter in der Gesellschafterversammlung der BSM herbeizuführen, ist ein Anweisungsbeschluss erforderlich, für den gem. § 6 Ziffer 1 lit. a der Hauptsatzung der Stadt Braunschweig in der Fassung vom 1. November 2016 der Finanz- und Personalausschuss (FPA) zuständig ist.

Der Aufsichtsrat wird sich in seiner Sitzung am 7. März 2017 mit dem Jahresabschluss befassen. Über das Ergebnis wird mündlich berichtet.

Im Jahresabschluss 2016 werden Gesamterträge (Umsatzerlöse, sonstige betriebliche Erträge und Zinserträge) in Höhe von 3.424.025,93 € und Aufwendungen in Höhe von 4.708.780,27 € ausgewiesen, so dass für das Geschäftsjahr 2016 ein Fehlbetrag von 1.284.754,34 € entstanden ist. Die Entwicklung der Aufwands- und Ertragspositionen im Vergleich zum Vorjahr und zum Plan ergibt sich aus der nachfolgenden Übersicht:

	Angaben in T€	Ist 2015	Plan 2016	Ist 2016	Plan 2017
1	Umsatzerlöse	3.022,6	2.957,6	3.286,3	2.921,1
1a	% zum Vorjahr/Plan	-	-2,2	+8,7/+11,1	-1,2
2	Sonstige betriebliche Erträge	85,5	0,0	137,7	0,0
3	Materialaufwand	-2.144,9	-1.682,9	-2.150,1	-1.692,3
4	Personalaufwand	-1.621,0	-1.961,6	-1.774,9	-2.041,0
5	Abschreibungen	-37,4	-49,6	-51,0	-43,8
6	Sonstige betriebliche Aufwendungen	-620,5	-665,0	-642,7	-635,6
7	Betriebsergebnis (Summe 1-6)	-1.315,7	-1.401,5	-1.194,7	-1.491,6
8	Zins-/Finanzergebnis	0,8	0,0	0,0	0,0
9	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0	0,0	0,0	0,0
10	Ergebnis nach Steuern (Summe 7-9)	-1.314,9	-1.401,5	-1.194,7	-1.491,6
11	sonstige Steuern	2,1	0,0	90,1	0,0
12	Jahresergebnis (Summe 10-11)	-1.312,8	-1.401,5	-1.284,8	-1.491,6
13	Entnahme aus der Kapitalrücklage	0	65,0	0	60,0
14	Verbleibendes Jahresergebnis	-1.312,8	-1.336,5	-1.284,8	-1.431,6

Nachrichtlich Einlagebetrag: 1.318,3 T€ 1.336,5 T€ 1.336,5 T€ 1.431,6 T€

Die Umsatzerlöse liegen mit 3.286,3 T€ um 263,7 T€ über dem Vorjahreswert. Diese Steigerung resultiert im Wesentlichen aus den Veranstaltungen Weihnachtsmarkt und Lichtparcours sowie aus dem Verkauf des Merianheftes. Die sonstigen betrieblichen Erträge belaufen sich auf 137,7 T€ (+ 52,2 T€ gegenüber Vorjahr) und haben sich überwiegend durch die Auflösung nicht benötigter Rückstellungen für Projektkosten ergeben.

Die Steigerung des Personalaufwandes auf 1.774,9 T€ (+ 153,9 T€) ist durch die Begleitung des Lichtparcours und die Wiedereröffnung des Herzog Anton Ulrich-Museums sowie weitere Marketingmaßnahmen begründet.

Der Materialaufwand, die Abschreibungen und die sonstigen betrieblichen Aufwendungen bewegen sich etwa auf Vorjahresniveau. Der Anstieg der sonstigen Steuern resultiert aus Rückstellungen für Umsatzsteuernachzahlungen, die aus der laufenden Betriebsprüfung für die Jahre 2011 bis 2014 und die Folgejahre zu erwarten sind.

Betriebsergebnis:

Der Jahresfehlbetrag hat sich gegenüber dem Vorjahr um 28,0 T€ auf 1.284.754,34 € verringert. Zum Ausgleich des Jahresfehlbetrages stehen die Festbetragseinlage in Höhe von 1.162.100 € und die variable Einlage in Höhe von 174.400 € zur Verfügung. Der Differenzbetrag in Höhe von 51,7 T€ verbleibt in der Kapitalrücklage.

Der Jahresabschluss der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH (HdW), an der die BSM mit 25,2 % beteiligt ist, weist einen Fehlbetrag von 126.949,23 € aus. Dieser wird durch die Kapitalrücklage gedeckt, in die die BSM (150,0 T€) und andere Gesellschafter einzahlen.

Beide Jahresabschlüsse wurden von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Friedrichs & Partner geprüft und ohne Beanstandungen testiert.

Die Jahresabschlüsse mit Bilanzen und Gewinn- und Verlustrechnungen sowie die Lageberichte für das Geschäftsjahr 2016 der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH sind als Anlagen beigefügt.

Schlimme

Anlage/n:

Jahresabschluss 2016 der BSM

Lagebericht 2016 der BSM

Jahresabschluss der HdW

Lagebericht der HdW

**Jahresabschluss 2016
der
Braunschweig Stadtmarketing GmbH**

**Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Braunschweig**

BILANZ ZUM 31. Dezember 2016

AKTIVA

	31.12.2016 €	31.12.2015 €
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	8,00	566,00
II. Sachanlagen		
1. Technische Anlagen und Maschinen	86.369,00	99.951,00
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	<u>131.573,00</u>	<u>92.888,00</u>
	217.942,00	192.839,00
III. Finanzanlagen		
Beteiligungen	6.300,00	6.300,00
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
Fertige Erzeugnisse und Waren	119.406,29	132.179,65
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	662.218,12	506.086,19
2. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>103.618,47</u>	<u>31.198,71</u>
	765.836,59	537.284,90
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	79.509,39	230.278,90
C. Rechnungsabgrenzungsposten	9.860,73	17.904,54
	<hr/>	<hr/>
	1.198.863,00	1.117.352,99
	<hr/>	<hr/>


02.02.17
Bew.

**Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Braunschweig**

BILANZ ZUM 31. Dezember 2016

PASSIVA

	31.12.2016 €	31.12.2015 €
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	25.000,00	25.000,00
II. Kapitalrücklage	1.409.895,63	1.386.151,96
III. Jahresfehlbetrag	1.284.754,34-	1.312.756,33-
B. Rückstellungen		
1. Steuerrückstellungen	90.000,00	0,00
2. Sonstige Rückstellungen	<u>479.800,75</u>	<u>610.197,84</u>
	569.800,75	610.197,84
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	207.336,45	101.501,66
2. Sonstige Verbindlichkeiten	<u>57.714,71</u>	<u>56.226,12</u>
	265.051,16	157.727,78
D. Rechnungsabgrenzungsposten	213.869,80	251.031,74
	<hr/>	<hr/>
	1.198.863,00	1.117.352,99
	<hr/>	<hr/>



02.02.17

Bev

Braunschweig Stadtmarketing GmbH

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DIE ZEIT VOM 01.01. BIS 31.12.2016

	2016 €	2015 €
1. Umsatzerlöse	3.286.255,26	3.022.560,41
2. Sonstige betriebliche Erträge	137.678,72	85.542,97
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	295.183,61	195.886,70
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>1.854.908,63</u>	<u>1.949.027,27</u>
	<u>2.150.092,24</u>	<u>2.144.913,97</u>
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	1.383.868,68	1.257.170,55
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	<u>391.050,31</u>	<u>363.842,92</u>
	<u>1.774.918,99</u>	<u>1.621.013,47</u>
- davon für Altersversorgung € 106.396,92 (€ 99.392,62)		
5. Abschreibungen		
Auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	50.960,02	37.446,42
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	642.714,12	620.487,61
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	91,95	842,70
8. Ergebnis nach Steuern	1.194.659,44-	1.314.915,39-
9. Sonstige Steuern	90.094,90	2.159,06-
10. Jahresfehlbetrag	1.284.754,34	1.312.756,33

22.02.12

**Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Braunschweig
Amtsgericht Amtsgericht Braunschweig, HRB 9608**

ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2016

I. Allgemeine Angaben

Der Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2016 wurde nach den Rechnungslegungsvorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) in der Fassung des Bilanzrichtlinienumsetzungsgesetzes (BilRUG) vom 23. Juli 2015 unter Berücksichtigung der Vorschriften für Kapitalgesellschaften und der sie ergänzenden Bestimmungen des GmbH-Gesetzes aufgestellt.

Aufgrund der erstmaligen Anwendung der Vorschriften des BilRUG ergeben sich aufgrund der Neudefinition der Umsatzerlöse mögliche Verschiebungen zwischen Umsatzerlösen und sonstigen betrieblichen Erträgen. Die Vorjahreszahlen wären in diesem Fall nicht bzw. nur eingeschränkt vergleichbar. Bei der Berichtsgesellschaft hat sich im Geschäftsjahr 2016 keine Verschiebung zwischen Umsatzerlösen und sonstigen betrieblichen Erträgen im Vergleich zu 2015 ergeben.

Die Gesellschaft ist nach den Größenklassenkriterien des § 267 Abs. 1 HGB eine kleine Kapitalgesellschaft.

Der Grundsatz der Bewertungsstetigkeit wurde grundsätzlich beachtet. Forderungen und Verbindlichkeiten ggü. Gesellschaftern wurden, statt eines Postenausweises in der Bilanz als Anhangangabe aufgenommen.

Für die Gewinn- und Verlustrechnung wird das Gesamtkostenverfahren angewandt.

II. Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Das immaterielle Anlagevermögen wird zu Anschaffungskosten abzüglich linearer Abschreibungen entsprechend der voraussichtlichen Nutzungsdauer angesetzt.

Das Sachanlagevermögen ist mit Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten vermindert um Abschreibungen entsprechend der voraussichtlichen Nutzungsdauer angesetzt.

Die Abschreibungen erfolgen planmäßig entsprechend der betriebsgewöhnlichen Nut-

zungsdauer unter Berücksichtigung der handels- und steuerrechtlichen Vorschriften nach der linearen Methode.

Geringwertige Vermögensgegenstände mit Anschaffungskosten von mehr als 150,00 € bis 410,00 € wurden in Höhe des Zugangswertes gemäß § 6 Abs. 2 EStG sofort abgeschrieben und in Abgang gebracht. Vermögensgegenstände mit Anschaffungskosten bis 150,00 € werden im Jahr der Anschaffung direkt als Aufwand erfasst.

Die Bewertung des Vorratsvermögens erfolgt zu Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind zu Nennwerten aktiviert. In Einzelfällen erkennbaren Risiken wurde angemessen Rechnung getragen.

Die Rückstellungen werden mit dem nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung aller Umstände im Einzelfall notwendigen Erfüllungsbetrag gebildet und sichern erkennbare Risiken in ausreichender Höhe ab.

Verbindlichkeiten sind zu ihrem Erfüllungsbetrag angesetzt, sind unbesichert und haben eine Restlaufzeit bis zu einem Jahr.

III. Erläuterungen zur Bilanz

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ergibt sich aus dem beigefügten Anlagespiegel.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Von den Forderungen betreffen T€ 612 (i.V. T€ 385) Gesellschafter.

Das Stammkapital beträgt EUR 25.000,00 und ist zum Nennbetrag angesetzt.

Die Kapitalrücklage betrifft die Einlagen der Stadt Braunschweig (in 2016: in Höhe von TEUR 1.336).

Die sonstigen Rückstellungen entfallen im Wesentlichen auf Personalverpflichtungen (TEUR 107,7) sowie ausstehende Rechnungen (TEUR 326).

Die Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschafter valutieren mit 0 T€

Der passive Rechnungsabgrenzungsposten betrifft Zuschüsse für Projekte, denen noch keine periodengerechten Aufwendungen gegenüber stehen.

IV. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Gesamtkostenverfahren (§ 275 Abs. 2 HGB) aufgestellt.

Die Umsatzerlöse von TEUR 3.286 entfallen auf folgende Bereiche:

- Events	TEUR	773
- Tourismus	TEUR	778
- Citymanagement	TEUR	375
- Kommunikation	TEUR	237
- Ströer/DSM	TEUR	1.048
- übrige	TEUR	75

In den Umsatzerlösen sind keine Erträge aufgrund außerordentlicher Geschäftsvorfälle enthalten.

V. Sonstige Angaben

Während des Geschäftsjahres 2016 wurden durchschnittlich 36 Mitarbeiter auf 33 Stellen (2015: 36 Mitarbeiter) (ohne Auszubildende) beschäftigt.

Geschäftsführer ist Herr Gerold Leppa, Diplom Wirtschaftsgeograph

Frau Ulrike Neumann und Herr Kai Florysiak sind zu Prokuristen bestellt.

100

Dem Aufsichtsrat gehören an:

Herr Christian A. Geiger, Dezernent für Finanzen, Stadtgrün und Sport,
Vorsitzender

Frau Bürgermeisterin Friederike Harlfinger, Hotelfachfrau (bis 31.10.2016)

Herr Dr. Sebastian Vollbrecht, Angestellter mit Leitungsfunktion (ab 01.11.2016)

Frau Anke Kaphammel, Galeristin (bis 31.10.2016)

Frau Cornelia Seiffert, Diplom-Sozialarbeiterin

Herr Thorsten Herla, Pädagoge (bis 31.10.2016)

Herr Helge Böttcher, Student (seit 01.11.2016)

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats betragen 3 T€ (Vorjahr 3 T€).

Dem Beirat gehören an:

Herr Klaus Rödel, Geschäftsführer, Vorsitzender

Frau Gabriela Schimmel-Radmacher,
Leiterin Reputationsmanagement, stellv. Vorsitzende

Herr Volkmar von Carolath, Vorsitzender
Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e.V. (bis März 2016)

Herr Olaf Jaeschke, stellv. Vorsitzender
Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e.V. (seit März 2016)

Herr Wieslaw Puzia, Vorsitzender
Arbeitsausschuss Tourismus

Frau Anette Schütz, Leiterin Öffentlichkeitsarbeit

Herr Silvester Plotka, Leiter des Bereichs Privat- und Geschäftskunden
(seit März 2016)

Frau Dr. Heike Pöppelmann, Direktorin des Braunschweigischen
Landesmuseums
(seit März 2016)

Herr Stephan Lemke, Geschäftsführer

Herr Gerold Leppa, Geschäftsführer

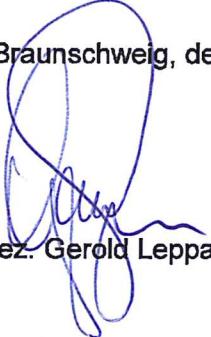
Von der Befreiungsvorschrift des § 286 Abs. 4 HGB über die Angabe der Gesamt-
bezüge des Mitglieds des Geschäftsführungsorgans wird Gebrauch gemacht.

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Ende des Geschäftsjahres haben
sich nicht ergeben.

(Vor.)

Die Gesellschaft ist mit 25,2% am Stammkapital von EUR 25.000,00 der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH mit Sitz in Braunschweig beteiligt. Das Eigenkapital der Beteiligungsgesellschaft beträgt EUR 105.627,97. Es wird ein Jahresfehlbetrag 2016 von EUR 126.949,23 ausgewiesen.

Braunschweig, den 02. Februar 2017



gez. Gerold Leppa

Uwe

**Lagebericht 2016
der
Braunschweig Stadtmarketing GmbH**

**Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Braunschweig**

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2016

1. Unternehmensgrundlage

Aufgabe der Braunschweig Stadtmarketing GmbH ist die Erarbeitung und Durchführung von Konzepten und Maßnahmen zur Förderung der Attraktivität und des Images der Stadt Braunschweig. Zu diesem Zweck setzt die Gesellschaft eigene Mittel im vorgegebenen Rahmen des jährlichen Verlustausgleiches durch die Einlagen der Stadt Braunschweig ein. Die Maßnahmen umfassen nur teilweise gegenüber den Empfängern berechenbare, abgrenzbare Dienstleistungen, vor allem die zahlreichen Informations- und Beratungsleistungen im touristischen Service und die allen nutzende Standortwerbung bieten in der Regel keine Grundlage für eine kostendeckende Weiterberechnung an Partner. Nach Möglichkeit erfolgt die Refinanzierung über Einnahmen aus dem Warenverkauf, aus Dienstleistungen, Sponsingleistungen Dritter und durch Vermietung und Verpachtung. Doch auch aus grundsätzlichen Erwägungen heraus ist die Gesellschaft auf eine enge Kooperation mit Partnern angewiesen, da das Stadtmarketing als Gemeinschaftsaufgabe nur unter Einbeziehung möglichst vieler Akteure in Braunschweig ausreichende Wirkung entfalten kann. Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH dient in diesem Prozess als Initiatorin und Konzeptentwicklerin, als gemeinsame Plattform zum Austausch der Akteure sowie schließlich als partnerschaftliche Dienstleisterin zur und Trägerin der Umsetzung gemeinsamer Maßnahmen. Aufgrund dieser Aufgabenstellung sind die Indikatoren für die Wirtschaftlichkeit und den Unternehmenserfolg nicht allein in einer positiven Entwicklung von Absatzzahlen, Umsätzen und Jahresergebnissen zu finden. Vielmehr sind die Schaffung, Stabilisierung und der Ausbau ausgeprägter Kooperationsnetzwerke zur Schaffung attraktiver Angebote und die darauf aufbauende Umsetzung schlagkräftiger Stadtmarketingmaßnahmen maßgebliche Tragsäulen des mittel- und langfristigen Erfolgs der Gesellschaft.

Die Stadt Braunschweig ist alleinige Gesellschafterin. Im Laufe des Jahres 2009 wurde gesellschaftsvertraglich ein Beirat eingerichtet, um das Know-how von Sponsoren und strategischen Partnern bei der inhaltlichen Ausrichtung der Arbeit der Gesellschaft einzubinden. Die projekt- und themenbezogene, differenzierte Beteiligung an der Finanzierung ist nach wie vor sowohl für Großunternehmen mit Interesse am Standortmarketing, als auch für kleinere und mittlere Unternehmen mit eher spezifischen Interessenlagen interessant und entspricht dem an transparenten Kosten-Nutzen-Verhältnissen orientierten Handeln der Unternehmen. Um die Netzwerke auch in die Region auszuweiten und strategische Zukunftsthemen in überregionalen Kooperationen zu erschließen, wurde der Gesellschaftszweck in 2010 um Maßnahmen zur Förderung der Attraktivität und des Images der Stadt Braunschweig als Teilraum der Metropolregion Hannover Braunschweig Göttingen Wolfsburg erweitert. Seit Oktober 2010 bekleidet ein Mitglied der Geschäftsleitung im Nebenamt die Position eines der beiden Geschäftsführer der Metropolregion.

2. Wirtschaftsbericht

2.1 Überblick

Die erfolgreiche Fortführung des Innenstadt- und Tourismusmarketings mit den besonderen strategischen Partnern Arbeitsausschuss Innenstadt e.V. und Arbeitsausschuss Tourismus Braunschweig e.V. schlägt sich in verschiedenen Indikatoren wie z.B. den Umsatzerlösen des Veranstaltungsbereichs, des Bereichs Vertrieb und Tourismus nieder. Weitere Partner sind der Arbeitsausschuss Peripherie und der Arbeitskreis Betriebsräte Innenstadt.

Das Aufgabenspektrum umfasst auch die Nutzungsrechte städtischer Flächen für Außenwer-

bung. Seit Juli 2012 erzielt die Gesellschaft durch einen mehrjährigen Pachtvertrag mit Ströer/DSM Erlöse aus Pachteinnahmen in Höhe von ca. einem Drittel des Gesamtetats, die für die weitere Deckung der nichtkommerziellen Aufgaben eingesetzt werden.

Braunschweig konnte mit über 499 regionalen und überregionalen Presseveröffentlichungen auch im Jahr 2016 wieder eine große Medienresonanz auf dem Niveau des Vorjahres erzielen (507 Veröffentlichungen in 2015). In diesen Zahlen spiegelt sich auch das Medieninteresse zur Neueröffnung des Herzog Anton Ulrich Museums und der damit verbundenen Kommunikationsbegleitung wider. Die Gesellschaft nutzte weiter sehr erfolgreich die Möglichkeiten in der Bewerbung der Braunschweiger Themen mit überregionaler Strahlkraft, die sich aus dem Freiplakatierungskontingent aus dem Pachtvertrag mit Ströer/DSM ergeben. Die in 2014 initiierte Standortmarketingkampagne „best choice“ wurde ebenfalls erfolgreich fortgeführt. Neben den großen Firmen konnten auch weiterhin viele kleine und mittelständische Unternehmen, sowie zahlreiche Forschungseinrichtungen eingebunden werden.

Die Besucherzahlen der Touristinfo „Kleine Burg 14“ mit barrierefreiem Zugang entwickelten sich weiter sehr erfolgreich und liegen mittlerweile mit knapp 121.500 Gästen (Vorjahr ca. 117.000 Gäste) auf einem sehr hohen Niveau. Die Umsätze der Souvenir- und Merchandisingverkäufe konnten noch einmal um 72 % auf 462 T€ (Vorjahr 270 T€) gesteigert werden. Dies ist in erster Linie auf das Projekt „Lichtparcours 2016“ und die angebotenen Fahrten und Merchandisingartikel zurückzuführen.

Die seit 2009 zusammengestellten Betriebskennzahlen lassen eine positive Entwicklung der Arbeitsergebnisse gerade in den Non-Profit-Bereichen der Braunschweig Stadtmarketing GmbH feststellen. So konnten die Zugriffe auf die Internetseiten im Tourismusbereich mit 773.775 Zugriffen (Vorjahr: 675.364) auf einem hohen Niveau weiter gesteigert werden. Ebenso wird - sicherlich auch durch die Arbeit der Gesellschaft - voraussichtlich erstmalig die 600.000er Marke bei den Hotelübernachtungen in Braunschweig überschritten. Von Bedeutung bleibt für die Gesellschaft die Intensivierung der Kommunikation im Social Media-Bereich sowohl auf den Plattformen Facebook und Twitter, als nun auch Instagram. Attraktive Möglichkeiten bieten auch die Braunschweig App und der Braunschweig Blog. Insbesondere der Blog erfreut sich großer Beliebtheit bei den Nutzern. Mit 154 neuen Einträgen konnten 85.539 Besucher (Vorjahr: 61.541 Besucher) mit einer durchschnittlichen Lesezeit von mehr als zwei Minuten erreicht werden. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund beachtlich, dass die durchschnittliche Lesezeit einer Internetseite bei weniger als einer Minute liegt. Hiermit zeigt sich sehr deutlich, dass sich die Gesellschaft den aktuellen Entwicklungen im Informations- und Buchungsverhalten stellt und sich zielgerichtet die Kanäle digitaler Medien erschließt, um die klassischen Wege und Medien im Stadtmarketing zu flankieren und Arbeitsabläufe zu vereinfachen.

2.2 Ertragslage

Die Rahmenbedingungen der Geschäftstätigkeit des Unternehmens schränken die Erzielung von Erlösen zur vollständigen Deckung der entstehenden Aufwendungen ein. Die Gesellschaft finanziert ihre Aktivitäten durch:

- Kapitalleistungen der Gesellschafterin gemäß Gesellschaftsvertrag
- Sponsorenleistungen
- partnerschaftliche Dienstleistungen, insbesondere Veranstaltungen und Marketingmaßnahmen
- Vertrieb touristischer Produkte, Souvenirs und Leistungen
- Vermarktung öffentlicher Flächen für Sondernutzungen
- Vergabe der Nutzungsrechte für Außenwerbung auf städtischen Grundstücksflächen

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH schließt das Geschäftsjahr 2016 mit einem Jahresfehlbetrag von 1.285 T€ ab. Die Verringerung des Jahresfehlbetrages um 28 T€ im Vergleich zum Vorjahr entsteht im Wesentlichen durch Vorgaben zur Konsolidierung in den Jahren 2015 und 2016, sowie eine Verbesserung der Erlössituation der eine geringfügigere Steigerung der Aufwendungen gegenüber steht.

Die **Umsatzerlöse** liegen mit 3.286 T€ um 263 T€ über dem Vorjahreswert. Diese Steigerung wurde in erster Linie durch Zuwächse im Veranstaltungsbereich, durch den Lichtparcours und das Merianheft sowie durch Beteiligungen an Kommunikationsmaßnahmen erreicht.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** liegen um 53 T€ über dem Vorjahresniveau und sind in erster Linie durch die Auflösung nicht benötigter Rückstellungen für Projekt- und Baukosten begründet.

Der **Materialaufwand** ist gegenüber dem Vorjahr um 5 TEUR gestiegen.

Der **Personalaufwand** liegt mit 1.775 T€ (+ 154 T€) durch Anteile zusätzlicher temporärer Projektstellen für die Abwicklung des Lichtparcours 2016, sowie die Marketingmaßnahmen zur Neueröffnung des Herzog Anton Ulrich Museums, zur Standortmarketingkampagne „best choice“ und der Ausweitung der Präsenz im Social Media Bereich über dem Vorjahresniveau.

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Steuern** sind gegenüber dem Vorjahr um 114 T€ auf 643 T€ erhöht. Grund hierfür sind insbesondere die im Berichtsjahr erstmals ganzjährig entstandenen höheren Raumkosten durch die neuen Räumlichkeiten, denen Erlöse aus der Unter Vermietung an die Braunschweig Zukunft entgegenstehen, eine Steuerrückstellung in Höhe von 90 T€ zur Absicherung der ausstehenden Ergebnisse einer Betriebsprüfung der Jahre 2011 bis 2014, sowie höhere Fortbildungskosten durch Qualifizierungsmaßnahmen zur Entwicklung der Kernkompetenzen im Bereich Kommunikation.

Die Abschreibungen erhöhen sich durch die umfangreichen Investitionen in den neuen Standort um 14 T€.

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH schließt das Geschäftsjahr 2016 mit einem Jahresfehlbetrag von 1.285 T€ ab.

Die gemäß § 5 des Gesellschaftsvertrages von der Gesellschafterin Stadt Braunschweig geleisteten Kapitaleinzahlungen sind in die Kapitalrücklage eingestellt worden und stehen nach Beschluss durch die Gesellschafterversammlung zum Ausgleich des Jahresfehlbetrages 2016 zur Verfügung.

2.3. Finanzlage

Die nichtprofitable Bereiche einschließende Aufgabenstellung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH erfordert die fortlaufende Zuführung von Finanzmitteln für den laufenden Geschäftsbetrieb. Hierzu stehen der Gesellschaft gemäß § 5 des Gesellschaftsvertrages Einlagen der Gesellschafterin Stadt Braunschweig in monatlichen Teilbeträgen und eine variable Einlage bei Bedarf auf Anforderung zur Verfügung.

Mittel für Investitionstätigkeiten der Gesellschaft betreffen allgemein Neu- bzw. Ersatzinvestitionen in Software, Betriebs- und Geschäftsausstattung und bewegen sich in der Regel in Höhe der getätigten Abschreibungen.

2.4. Vermögenslage

Das Gesamtvermögen und -kapital hat sich im Vergleich zum Vorjahr um 82 T€ erhöht.

3. Risiko- und Chancenbericht

Das Unternehmen hat die Braunschweiger Marketingthemen, insbesondere im Standortmarketing durch die Entwicklung und weitere Umsetzung der Kampagne zur Unterstützung der Wirtschaftsunternehmen zur Anwerbung von Fach- und Führungskräften, weiter vorangetrieben. Zur Unterstützung der Kampagne „best choice“ wurden große und mittlere Wirtschaftsunternehmen, wissenschaftliche Einrichtungen und Forschungseinrichtungen weiter bis 2017 an das Unternehmen gebunden.

Die Maßnahmen des Kongressmarketings wurden in 2016 neu geordnet, aber im Abstimmungsprozess mit den Partnern nicht in der Intensität vorangetrieben, wie ursprünglich geplant. Mit dazu beigetragen hat die zu erwartende Sanierung der Stadthalle, die im Frühjahr 2019 beginnen soll und bis zum Herbst 2020 andauern wird. Hier wird zur Zeit recherchiert, welche Räumlichkeiten in dieser Zeit von Kongressveranstaltern alternativ genutzt werden können.

Die Zusammenarbeit mit dem Handel der Innenstadt, der Hotellerie, der Gastronomie und mit anderen touristischen Leistungsträgern hat sich in 2016 weiter bewährt. Die enge Zusammenarbeit mit der Gesellschaft sowie die Einbindung im Beirat und den Arbeitsausschüssen Tourismus und Innenstadt schaffen ein stabiles Vertrauensverhältnis. Die Vertiefung der Partnerschaften mit Unternehmen und Institutionen als Projektsparten, die damit verbundene Ausweitung und Stärkung der Stadtmarketingmaßnahmen sowie die Erschließung weiterer Umsatzpotentiale und die Steigerung der Deckungsbeiträge sind weiterhin zentrale Ziele der Gesellschaft. Die Bemühungen, Sponsorenverträge mit einer mehrjährigen Laufzeit zu schließen, konnten erfolgreich fortgesetzt werden. Eine Stärkung der Partnerschaften erreichte die Gesellschaft zudem durch die Möglichkeiten des Freiplakatierungskontingentes aus dem Werbevertrag mit Ströer DSM.

Die von der Gesellschaft erbrachten Dienstleistungen werden im allgemeinen wirtschaftlichen Interesse getätigt („Daseinsvorsorge“). Die in diesem Zusammenhang stehenden Beihilfevorschriften sieht die Geschäftsführung durch die bestehenden gesellschafts- und vertragsrechtlichen Vereinbarungen, den Festlegungen der Kostenarten im Wirtschaftsplan bei gleichzeitiger Beschränkung der Ausgleichszahlungen auf die notwendigen Gesamtkosten und die gegebene wirtschaftliche Geschäftsführung als erfüllt an. Dies wurde auch von der Prüfung durch ein Wirtschaftsprüfungsunternehmen bestätigt.

Steuerliche Risiken ergeben sich aus der laufenden Betriebsprüfung. Hier sind insbesondere Risiken aus verdeckter Gewinnausschüttung aus der Finanzierung defizitärer Gesellschaftsbereiche sowie Umsatzsteuer aus nicht anerkannter Vorsteueraufteilung zu nennen.

Die Gesellschaft ist aufgabenbedingt weiterhin für die Finanzierung ihrer Geschäftstätigkeit auf Einlagen ihrer Gesellschafterin angewiesen.

4. Prognosebericht

Der Prognosebericht basiert auf der Grundlage des Wirtschaftsplans 2017.

Der Wirtschaftsplan 2017 enthält eine städtische Einlage in Höhe von 1.431,6 T€, die zur Erfüllung der Aufgaben der Daseinsvorsorge und der Aufgaben im allgemeinen wirtschaftlichen

Ver

Interesse (DAWI) zur Verfügung steht. Die Kosten und Erlöse aus diesen Aufgaben sind im Wirtschaftsplan 2017 gesondert ausgewiesen.

Im allgemeinen Veranstaltungsbereich werden im Vergleich zum Wirtschaftsplan 2016 die Erlöse mit 710.500 € rückläufig zur Vorjahreshöhe geplant (Vorjahr: 741.500 €), da der Weihnachtsmarkt mit 29 Tagen eine sehr verkürzte Laufzeit hat. Dies begründet sich in der Tatsache, dass der 4. Advent und Heiligabend an einem Tag liegen. Daraus leitet sich ab, dass entsprechend auch die Planung der Aufwendungen für Eigenveranstaltungen (555.000 €) gegenüber dem Vorjahr gesenkt wurden. Dies führt zu einem Deckungsbeitrag, der in vergleichbarer Höhe zum Vorjahr erwartet wird.

Die „Erlöse aus Werberechten“ sind mit 1,037 Mio. € geplant und tragen erheblich zur Gesamtfinanzierung der Gesellschaft bei.

In den Aufwendungen für Marketingmaßnahmen (320.750 €) sind in 2017 Mittel für die Standortmarketingkampagne „best choice“ enthalten. Die Maßnahmen zum Jubiläum der Reformation und zu dem Programmheft, das in diesem Rahmen ausgearbeitet wird, werden zusätzlich über eine Entnahme aus dem Kapitalvermögen finanziert werden.

Die Einlage für die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH ist vertragsgemäß wieder im Aufwand berücksichtigt.

Als Gesamtbetriebsergebnis der Braunschweig Stadtmarketing GmbH wird durch den hohen Anteil nicht profitabler Aufgaben auch weiterhin ein Fehlbetrag ausgewiesen, der durch Entnahme aus dem Kapitalvermögen, das gemäß § 5 des Gesellschaftsvertrages von der Gesellschafterin durch eine fixe und eine variable Einlage gespeist wird, gedeckt wird.

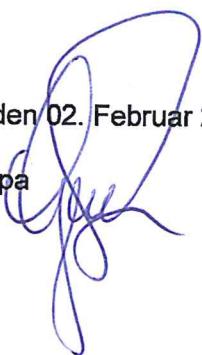
5. Risikoberichterstattung in Bezug auf die Verwendung von Finanzinstrumenten

Mit der Stadt Braunschweig besteht ein Vertrag über die gemeinsame Geldanlage und die gegenseitige Bereitstellung von kurzfristigen Finanzierungsmitteln. Der Höchstbetrag für den zugunsten der Gesellschaft bereitzustellenden Kassenkredit beträgt 200 T€. Für die Inanspruchnahme eines inneren Kassenkredites ist eine Verzinsung mit dem um 0,5 % erhöhten EONIA-Satz vorgesehen. Für die Bereitstellung von Fremdmitteln von außen wird auf den tatsächlich anfallenden durchschnittlichen Sollzinssatz ein Zuschlag von 0,5 % erhoben. Im Berichtsjahr ist eine Inanspruchnahme dieser Kreditlinie nicht erfolgt. Die Abdeckung der weiteren Aufwendungen erfolgt durch entsprechende Realisierung von frühen Zahlungszielen bei Erlösen im Rahmen der Durchführung von Projekten und Maßnahmen, durch die Einwerbung von Sponsoringleistungen sowie durch Pachterlöse.

Die Gesellschaft hält weiterhin 25,2 % des Stammkapitals der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH und leistet jährlich eine Einlage von 150 T€ in die Gesellschaft, um Defizite aus dem Betrieb zu decken. Die Vermietung der Räume erbringt wachsende Erlöse für die Gesellschaft, so dass der Anspruch der Gegenfinanzierung der städtischen Mittel durch Beiträge aus der Wirtschaft und anderer Partner im Grunde erfüllt ist. Im Jahr 2016 wurde die Fortführung des Engagements als Gesellschafterin intensiv diskutiert und vorangetrieben, nachdem der Rat im Juni des Jahres 2016 eine entsprechende Entscheidung über eine dauerhafte Leistung der Gesellschaftereiinlage getroffen hatte. Der Einlagebetrag für das Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH wird in Wirtschaftsplan und Jahresabschluss im Aufwand dargestellt.

Braunschweig, den 02. Februar 2017

gez. Gerold Leppa
Geschäftsführer



Leppa

**Jahresabschluss 2016
der
Haus der Wissenschaft
Braunschweig GmbH**

**Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH
Braunschweig**

BILANZ ZUM 31. Dezember 2016

AKTIVA

	31.12.2016 €	31.12.2015 €
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	594,00	1.993,00
II. Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	22.951,00	32.127,00
B. Umlaufvermögen		
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	16.314,15	6.237,59
2. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>338,31</u>	<u>6.273,73</u>
	16.652,46	12.511,32
II. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	168.007,45	152.997,50
C. Rechnungsabgrenzungsposten	824,41	557,76
	<hr/>	<hr/>
	209.029,32	200.186,58
	<hr/>	<hr/>

Ud
02.02.17

6

**Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH
Braunschweig**

BILANZ ZUM 31. Dezember 2016

PASSIVA

	31.12.2016 €	31.12.2015 €
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	25.000,00	25.000,00
II. Kapitalrücklage	207.577,20	216.192,63
III. Jahresfehlbetrag	126.949,23-	170.615,43-
B. Rückstellungen		
Sonstige Rückstellungen	58.987,00	90.424,20
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	12.021,62	25.562,39
2. Sonstige Verbindlichkeiten	<u>7.014,37</u>	<u>2.912,79</u>
	<u>19.035,99</u>	<u>28.475,18</u>
D. Rechnungsabgrenzungsposten	25.378,36	10.710,00
	<hr/> <u>209.029,32</u>	<hr/> <u>200.186,58</u>
	<hr/> <hr/> <u>=====</u>	<hr/> <hr/> <u>=====</u>

U
OZOL. D
U

**Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH
Braunschweig**

**GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
FÜR DIE ZEIT VOM 01.01. BIS 31.12.2016**

	2016 €	2015 €
1. Umsatzerlöse	279.143,55	400.862,84
2. Sonstige betriebliche Erträge	32.092,48	33.848,42
3. Materialaufwand		
Aufwendungen für bezogene Leistungen	111.488,49	214.985,25
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	211.188,70	276.770,83
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	<u>47.251,15</u>	<u>52.424,72</u>
	258.439,85	329.195,55
5. Abschreibungen		
Auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	15.293,55	11.983,45
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	52.892,61	49.231,18
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	11,97	68,74
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	<u>82,73</u>	<u>0,00</u>
9. Ergebnis nach Steuern	126.949,23-	170.615,43-
	<hr/>	<hr/>
10. Jahresfehlbetrag	126.949,23	170.615,43
	<hr/>	<hr/>

60
02.07.17

**Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH
Braunschweig**

ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2016

I. Allgemeine Angaben

Der Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2016 wurde nach den Rechnungslegungsvorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) in der Fassung des Bilanzrichtlinienumsetzungsgesetzes (BilRUG) vom 23. Juli 2015 unter Berücksichtigung der Vorschriften für Kapitalgesellschaften und der sie ergänzenden Bestimmungen des GmbH-Gesetzes aufgestellt.

Aufgrund der erstmaligen Anwendung der Vorschriften des BilRUG ergeben sich aufgrund der Neudefinition der Umsatzerlöse mögliche Verschiebungen zwischen Umsatzerlösen und sonstigen betrieblichen Erträgen. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angespasst.

Die Gesellschaft ist nach den Größenklassenkriterien des § 267 Abs. 1 HGB eine kleine Kapitalgesellschaft.

Der Grundsatz der Bewertungsstetigkeit wurde grundsätzlich beachtet.

Es erfolgt aus Klarheitsgründen kein gesonderter Ausweis von Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern. Die Angabe wurde in den Anhang verlagert.

Für die Gewinn- und Verlustrechnung wird das Gesamtkostenverfahren angewandt.

II. Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die immateriellen Vermögensgegenstände und das Sachanlagevermögen (Betriebs- und Geschäftsausstattung) sind mit den Anschaffungs- und Herstellungskosten vermindert um Abschreibungen entsprechend der voraussichtlichen Nutzungsdauer angesetzt.

Die Abschreibungen erfolgen planmäßig entsprechend der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer unter Berücksichtigung der handels- und steuerrechtlichen Vorschriften nach der linearen Methode.

Geringwertige Anlagegüter im Einzelbetrag über EUR 150,00 bis EUR 1.000,00 (netto) wurden gemäß § 6 Abs. 2a EStG in einen Sammelposten eingestellt. Dieser wird jährlich zu 1/5 aufgelöst.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind zu Nennwerten aktiviert. In Einzelfällen erkennbaren Risiken wurde angemessen Rechnung getragen.

Die Rückstellungen werden mit dem nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung aller Umstände im Einzelfall notwendigen Erfüllungsbetrag gebildet und sichern erkennbare Risiken in ausreichender Höhe ab.

Die Verbindlichkeiten sind zu ihrem Erfüllungsbetrag angesetzt, sind unbesichert und haben eine Restlaufzeit bis zu einem Jahr.

Der passive Rechnungsabgrenzungsposten beinhaltet Zahlungseingänge, die Ertrag für eine bestimmte Zeit nach dem Bilanzstichtag darstellen.

III. Erläuterungen zur Bilanz

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ergibt sich aus dem beigefügten Anlagespiegel.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Von den Forderungen betreffen TEUR 3 (i.V. TEUR 0,2) Gesellschafter.

Das voll eingezahlte gezeichnete Kapital (Stammkapital) beträgt EUR 25.000,00 und ist zum Nennbetrag angesetzt.

Der Kapitalrücklage wird nach der Entnahme von TEUR 171 für die Deckung des Verlustvortrages sowie durch Einlagen gemäß § 4 Abs. 5 des Gesellschaftsvertrags von TEUR 162 mit TEUR 208 (Vorjahr TEUR 216) ausgewiesen.

IV. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Gesamtkostenverfahren (§ 275 Abs. 2 HGB) aufgestellt.

Die Umsatzerlöse von TEUR 279 entfallen auf folgende Bereiche:

- Fördergelder TEUR 91
- Sponsoring TEUR 88
- übrige TEUR 100

In den Umsatzerlösen sind keine Erträge aufgrund außerordentlicher Geschäftsvorfälle enthalten.

V. Sonstige Angaben

Während des Geschäftsjahres 2016 wurden durchschnittlich vier (Vorjahr vier) Arbeitnehmer beschäftigt.

Geschäftsführerin ist Frau Dr. Karen Minna Oltersdorf, Braunschweig

Dem Beirat gehören an:

Forschung	Herr Prof. h.c. Gerd Biegel, (Beiratsvorsitzender)
	Herr Prof. Dr. Joachim Block
Wirtschaft	Herr Dr. Rolf Mayer, Herr Sascha Harland
Stadt Braunschweig	Frau Dr. Anja Hesse, Frau Annette Schütze
TU Braunschweig	Frau Prof. Dr. Bettina Wahrig, Herr Prof. Dr. Thomas Sonar
Sonstige Mitglieder	Frau Prof. Dr. Rosemarie Karger, Herr Nikolas Lange

VI. Nachtragsbericht

Es sind keine Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Schluss des Geschäftsjahres eingetreten über die zu berichten wäre:

Braunschweig, den 02. Februar 2017

gez. Dr. Karen Minna Oltersdorf

**Lagebericht 2016
der
Haus der Wissenschaft
Braunschweig GmbH**

**Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH
Braunschweig**

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2016

A. GRUNDLAGE DES UNTERNEHMENS

Die Gesellschaft wurde von der Braunschweig Stadtmarketing GmbH, der Innovationsgesellschaft Technische Universität Braunschweig mbH, dem Arbeitgeberverband Region Braunschweig e.V., der ForschungRegion Braunschweig e.V. und der Union Kaufmännischer Verein von 1818 e.V. im Oktober 2007 gegründet. Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH, die Innovationsgesellschaft Technische Universität Braunschweig mbH und der Arbeitgeberverband Region Braunschweig e.V., halten jeweils 25,2 % des Stammkapitals an der Gesellschaft, die ForschungRegion Braunschweig e.V. ist mit 19,6 % und die Union Kaufmännischer Verein von 1818 e.V. mit 4,8 % des Stammkapitals an der Gesellschaft beteiligt.

Die Aufgabe der Gesellschaft ist die Schaffung einer Plattform für den Dialog zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft, welche die Idee der „Stadt der Wissenschaft 2007“ weiter trägt. Neben der Kommunikation wissenschaftlicher Inhalte, soll vor allem die Vernetzung der Wissenschaft mit den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen gefördert werden. Zu den wichtigsten Zielen gehören hier die Nachwuchsförderung und -werbung, die Imagebildung für Stadt und Region sowie der Wissens- und Technologietransfer. Im Haus der Wissenschaft Braunschweig finden vielfältige Veranstaltungen wissenschaftlicher, künstlerischer und sonstiger kultureller Art statt, die sich sowohl einem breiten Publikum zuwenden, als auch den wissenschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Dialog fördern. Insbesondere werden dort auch erfolgreiche Veranstaltungen der „Stadt der Wissenschaft 2007“ fortgeführt. Das dauerhaft angelegte Unternehmen wird durch einen extern betriebenen Gastronomiebetrieb im Haus der Wissenschaft ergänzt, dessen Angebote einschließlich Ambiente an den genannten Zwecken und Ansprüchen ausgerichtet sind. Das Haus wurde 2011 mit dem Aufbringen der angestrahlten Kuppel zu einem sprichwörtlichen Leuchtturm in der Region.

B. WIRTSCHAFTSBERICHT

1. Geschäftsverlauf

Die bereits in den Vorjahren sehr gute Auslastung der Räumlichkeiten durch Vermietungen und Eigenveranstaltungen konnte in 2016 gehalten werden, Ertragssteigerungen sind primär über eine höhere Anzahl von Vollzahlern und Buchungen von Serviceleistungen möglich.

Im Bereich der Eigenveranstaltungen wurden bestehende Formate und Kooperationen fortgeführt und weiter verstetigt (KIWI – Forschertage für Neugierige, Braunschweiger Energiecafé, Tatsachen? Forschung unter der Lupe, etc.). Auch der vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderte „Science Slam im Wissenschaftsjahr“ konnte fortgesetzt werden. Als neues Format wurde der best choice-Slam für die Braunschweig Stadtmarketing GmbH aufgenommen, bei dem sich potentielle Arbeitgeber einem jungen Publikum vorstellen konnten. Es ist angedacht, dieses Format in einer überarbeiteten Form in 2017 als Dienstleistung für regionale Unternehmen fortzuführen.

Weiterhin wurde als Dienstleistung für die Metropolregion eine Dialogreihe zum Thema „Digitale Gesundheitswirtschaft“ durchgeführt. Die Reihe wird in 2017 fortgeführt. Außerdem wurde ebenfalls als Dienstleistung im Auftrag der Braunschweigischen Stiftung eine „Streberschlacht“ im Rahmen von „Jugend forscht“ durchgeführt, auch diese wird für 2017 wieder beauftragt. Daneben wurde mit verschiedenen Veranstaltungen die Kooperation mit dem Braunschweiger Kino C1 weiter vertieft und somit eine zusätzliche Multiplikation erreicht.

Im Jahr 2016 wurden weniger Projekte durchgeführt, die von EU, Bund oder Land gefördert wurden. Ein wichtiger Fokus in 2016 lag in der Erarbeitung und Prüfung möglicher neuer Angebote, insbesondere für Dienstleistungen und Sponsoren, sowie in der Auswahl geeigneter Förderprogramme und in Antragsarbeiten. Hinzu kamen die Vorbereitungen für das Jubiläum in 2017 und die Überarbeitung der Unternehmenspräsentation (Darstellung des Unternehmens und seiner Angebote, Corporate Design, Webseite, Jubiläumsschrift etc.).

2. Darstellung der Lage

Die Lage des Unternehmens ist in hohem Maße geprägt durch Leistungen der Gesellschafter, sowie durch Fördermittel und Sponsoring sowie der Einnahme aus Aktivitäten (Raumvermietung, Dienstleistungen und Eigenveranstaltungen).

a. Vermögenslage

Das Gesamtvermögen und -kapital hat sich gegenüber dem Vorjahr um 9 T€ erhöht.

Das Eigenkapital erhöht sich um 36 T€ da Finanzmittel in Vorbereitung der Aktivitäten zum Jubiläumsjahr 2017 nicht in 2016 zur Abdeckung des Jahresfehlbetrages entnommen werden, sondern im Kapital verbleiben. Der Jahresfehlbetrag 2017 wird sich gegenüber dem Planwert entsprechend erhöhen.

Die Rückstellungen haben sich im Vergleich zum Vorjahr durch projektbedingt wegfallende Aufwendungen um insgesamt 31 T€ verringert.

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft hat sich insgesamt planmäßig entwickelt.

b. Finanzlage

Die unprofitablen Bereiche einschließende Aufgabenstellung der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH erfordert die fortlaufende Zuführung von Finanzmitteln für den laufenden Geschäftsbetrieb.

Mittel für Investitionstätigkeiten der Gesellschaft betreffen allgemein Neu- bzw. Ersatzinvestitionen in Software, Betriebs- und Geschäftsausstattung und bewegen sich in der Regel in Höhe der getätigten Abschreibungen.

c. Ertragslage

Die Gesellschaft finanziert ihre Aktivitäten durch:

- Kapitalleistungen der Gesellschafterin Braunschweig Stadtmarketing GmbH und des Gesellschafter Union Kaufmännischer Verein von 1818 e.V. gemäß Gesellschaftsvertrag

- Sachleistung durch Raumüberlassung der Gesellschafterin Innovationsgesellschaft der Technischen Universität Braunschweig mbH
- Sponsoringleistungen
- Fördermittel
- Raumvermietung der zur Verfügung gestellten Räumlichkeiten
- Veranstaltungsbezogene Dienstleistungen
- Einnahmen aus Eigenveranstaltungen

Die **Umsatzerlöse** nach BilRUG sind im Vergleich zum Vorjahr von 400 T€ auf 279 T€ gesunken und die **sonstigen betrieblichen Erträge** sind mit T€ 32 gleich geblieben. Diese Veränderungen beruhen auf gegenüber dem Vorjahr planmäßig geringeren Zahlungen in Förderprojekten, sowie ebenfalls planmäßig verminderter Sponsoring-Einnahmen durch den Wegfall von Großprojekten.

Durch den Wegfall der Förderprojekte und damit verbundenen Großveranstaltungen ist analog zu den vermindernden Umsatzerlösen und betrieblichen Erträgen auch der **Betriebsaufwand** insgesamt um 167 T€ auf 438 T€ gesunken.

Dabei ist der **Materialaufwand** von 215 T€ auf 112 T€ und der **Personalaufwand** von 329 T€ auf 258 T€ gesunken. Dies ist durch den Wegfall von temporären Projektmitarbeiterinnen begründet sowie durch den Einsatz studentischer Mitarbeiterinnen.

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** mit 53 T€ (Vorjahr 49 T€) und die **Abschreibungen** mit 15 T€ (Vorjahr 12 T€) konnten auf demselben Niveau gehalten werden.

Die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH schließt das Geschäftsjahr 2016 mit einem **Jahresfehlbetrag** von 127 T€ (Vorjahr: 171 T€) ab.

Der im Vergleich zum Vorjahr deutlich geringere Fehlbetrag ist auf Abschlusszahlungen von Förderprojekten aus dem Jahre 2015 zurückzuführen, die die Gesellschaft im Wirtschaftsjahr 2016 erhielt und deren Höhe in der konservativen Prognose so nicht eingeplant werden konnten, sowie auf erfolgreiche Einsparungen in Projekten, um Mittel für die in Hinblick auf die Konsolidierung und Geschäftsentwicklung erforderlichen Maßnahmen verfügbar zu haben. Nicht zuletzt auch wegen dieser Einsparungen und Veränderungen in der Personalstruktur konnten aber einige für 2016 geplante interne Projekte begonnen, aber nicht vollständig umgesetzt werden. Die damit verbundenen, aber in noch nicht getätigten, Aufwände führen daher zu einer Ergebnisverbesserung in 2016 und damit auch zu einer Erhöhung des Kapitals. Allerdings wird mit der nun auf 2017 verschobenen Umsetzung eine entsprechende Verschlechterung des Ergebnisses in 2017 verbunden sein.

C. PROGNOSEBERICHT

Der Prognosebericht basiert auf dem Wirtschaftsplan 2017. Oberstes Ziel der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH ist auch in 2017 die Stärkung des Dialogs zwischen Wissenschaft, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft.

Das Jahr 2017 steht deutlich unter dem Zeichen des 10-jährigen Jubiläums des Bestehens des Hauses als nachhaltiges Projekt aus dem Jahr „Stadt der Wissenschaft 2007“. Hierzu wird eine Überarbeitung des Außenauftritts der Gesellschaft vorbereitet und eine Jubiläumschrift erstellt. Darüber hinaus wird es im Laufe des Jubiläumsjahres Kampagnen geben, mit denen der Bekanntheitsgrad des Unternehmens und seines Angebots gesteigert werden soll. Im Oktober wird das Jubiläumsprogramm „10 Jahre | 10 Tage“ ausgerichtet, welches mit einer Großveranstaltung in der Stadthalle – dem bundesweit bislang größten Science Slam („Giant Slam“) – abgeschlossen wird. Kampagne und Programm dienen nicht zuletzt dazu, eine erhöhte Aufmerksamkeit für das Unternehmen zu erreichen und damit bestehende Partnerschaften zu würdigen und neue Förderer zu gewinnen. Entsprechend werden in 2017 höhere Einnahmen durch Sponsorengelder erwartet, ebenso wie eine Steigerung bei den Einnahmen durch Eintrittsgelder für den Science Slam.

Das Haus der Wissenschaft unterstützt, soweit es die Ressourcen erlauben, auch die Jubiläumsaktivitäten zu 10 Jahre „Stadt der Wissenschaft Braunschweig“. Angedacht ist darüber hinaus, dass die ForschungRegion Braunschweig e.V. die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH mit der Koordinierung des von ihr angedachten Programms im September 2017 beauftragen wird.

Weitergeführt wird in 2017 in jedem Fall das BMBF-Förderprojekt *Science Slam im Wissenschaftsjahr*, das bereits im Oktober 2016 gestartet ist und bis Oktober 2017 läuft.

Zum Ausbau von Angebot und Kompetenzen im Bereich Bürgerwissenschaft hat das Unternehmen sich mit zwei Bewerbungen an der Förderausschreibung des BMBF zum Thema Citizen Science beteiligt: als Antragssteller gemeinsam mit dem Institut für Verkehrssystemtechnik des DLR Braunschweig und als Projektpartner bei einer Bewerbung unter der Federführung des Technischen Universität Braunschweig. Im Rahmen der dreijährigen Projektförderung würde das Haus der Wissenschaft Braunschweig eine regionale Koordinierungsstelle „Citizen Science“ aufbauen.

Des Weiteren beteiligt sich das Haus der Wissenschaft Braunschweig als Partner an der Bewerbung zu der ebenfalls vom BMBF ausgeschriebenen Förderung „Innovative Hochschule“. Im Falle einer Förderung würde ab 2018 für drei Jahre per Personaltransfer eine 50%-Stelle am Haus der Wissenschaft Braunschweig finanziert.

Perspektivisch ist für die Förderperiode 2018/2019 eine erneute Bewerbung für das EU-Förderprojekt European Researchers' Night geplant. Die Antragsarbeiten dazu fallen in 2017. Um die Chance für den Zuschlag zu erhöhen, ist angedacht, sich mit anderen deutschen Städten zu vernetzen. Hierzu wurden bereits erste Kontakte aufgenommen.

Die etablierten Veranstaltungsreihen und Kooperationen des Hauses können in 2017 mit Unterstützung von Sponsorengeldern, Fördermitteln und über Dienstleistungseinnahmen fortgeführt werden. Das Energiecafé wird mit den bisherigen Sponsoren fortgeführt, ebenso weiter geführt wird die Veranstaltungsreihe „Tatsachen?- Forschung unter der Lupe“. Für das Kinderferienprogramm KIWI konnte für 2017 beide bisherige Sponsoren wieder gewonnen werden, Gespräche mit weiteren Förderern laufen.

Im Raumvermietungsgeschäft kann eine Ertragssteigerung aufgrund der bereits hohen Auslastung nur durch Erhöhung der Miete oder durch mehr Buchungen von Vollzahlern (d.h. Unternehmen, voller Preis) gegenüber Buchungen von Hochschulen und wissenschaftlichen Institutionen (reduzierter Preis) erreicht werden. Durch die geplante Renovierung der Aula in 2017 ist allerdings mit insgesamt geringeren Einnahmen aus dem Vermietungsgeschäft zu planen. Gleichwohl wird versucht, über verstärktes Marketing die Anzahl von Vollzahlern zu erhöhen.

Zusätzliche Einnahmen sind durch Dienstleistungen und Marketingkooperationen geplant, die in 2017 in ähnlichem Umfang wie im Vorjahr erwartet werden.

Der in 2015 begonnene Prozess zur Strategie- und Organisationsentwicklung des Unternehmens wird fortgeführt, insbesondere über die Arbeit an einer prägnanteren Außendarstellung des Unternehmens, im Sinne der Entwicklung eines Corporate Design, einer Corporate Language und dem Relaunch der Webseite (Marketing) sowie durch Fortbildung des Stammpersonals (Qualifikation) und verstärkter Zusammenarbeit mit den hiesigen Hochschulen (Inspiration und Nachwuchsarbeit).

Insgesamt plant die Gesellschaft eigene Erlöse in Höhe von 323 T€ im Wirtschaftsjahr 2017 zu erzielen.

Dem gegenüber stehen insbesondere Aufwendungen für Personal, Veranstaltungsaufwand und Marketing für das Haus der Wissenschaft Braunschweig, die aus den erzielten Erlösen zu decken sind. Insgesamt weist der Wirtschaftsplan 2017 einen Jahresfehlbetrag von 167 T€ aus.

Der geplante Umsatz ist in 2017 damit wieder höher als im Vorjahr, das Ergebnis ist jedoch verbessert. Die Geschäftsführung verfolgt weiter das Ziel, den Jahresfehlbetrag auf die Einlagen der Gesellschafter zu begrenzen und neben der zweckgebundenen Rücklage und den 2016 im Kapital verbliebenen Mitteln keine weiteren Mittel aus der Kapitalrücklage zu entnehmen.

E. CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

1. Risikobericht

Branchenspezifische Risiken

Da die Gesellschaft den Auftrag hat, die Plattform für den Dialog zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Forschung und Stadt zu bieten, erfüllt sie auch einen nicht profitablen Geschäftsbereich. Dieser Bereich wird durch die jährlichen Einlagen der Gesellschafterinnen Braunschweig Stadtmarketing GmbH, UNION Kaufmännischer Verein e.V. und ab 2017 dem Arbeitgeberverband Braunschweig e.V. sowie über das (Haupt-)Sponsoring abgedeckt. Das Unternehmen steht mit der Anwerbung von Sponsoring und Fördermitteln naturgemäß in Konkurrenz zu anderen (regionalen) Einrichtungen und Initiativen, die auf Förderung angewiesen sind. Dieser Wettbewerb hat sich im letzten Jahr verschärft durch die, dem Zinstief geschuldeten, in geringerem Umfang verfügbaren Stiftungsmittel sowie durch reduziertes Engagement eines großen regionalen Unternehmens.

Ertragsorientierte Risiken

Die Gesellschaft ist für die Finanzierung ihrer Geschäftstätigkeit dauerhaft auf die Einlagen ihrer Gesellschafter angewiesen. Über die Einlagen hinaus, wird sich die Gesellschaft nur dann weiter mit dem jetzigen Umfang und dem gewohnten Qualitätsanspruch behaupten können, wenn die Gesellschafter die Plattform auch für die im Gesellschaftsvertrag vereinbarten Zwecke nutzen, das heißt, dass die Gesellschafter entsprechende Netzwerk- und Dialog-Veranstaltungen entweder in das Unternehmen einbringen oder die Gesellschaft damit beauftragen.

Die Gesellschaft arbeitet darüber hinaus mit allen geplanten Maßnahmen weiter an dem Ziel einer paritätischen Gegenfinanzierung der Einlagen der Gesellschafter aus wirtschaftlicher Betätigung und Einbindung der Wirtschaft.

2. Chancenbericht

Mit der erfolgreichen Einwerbung entsprechender Mittel und Durchführung verschiedener Großprojekte hat das Haus der Wissenschaft Braunschweig in den letzten Jahren seine Kompetenz und seine ohnehin positive Wahrnehmung deutlich ausgebaut. Dies bietet gutes Potential für die weitere erfolgreiche Arbeit, die mit den Aktivitäten rund um das 10-Jährige Jubiläum in 2017 noch weiter gestärkt werden soll.

Die aus dem Strategieprozess heraus entwickelten Erkenntnisse und daraus abgeleiteten Maßnahmen (siehe oben) zeigen erste Erfolge in Hinblick auf die Markenbildung und die verstärkte Zusammenarbeit mit den Hochschulen sowie den Einsatz studentischen Personals.

Von herausragender Bedeutung für die Weiterentwicklung wird das erfolgreiche Einwerben von Fördermitteln für Projekte mit mehrjähriger Laufzeit sein, weil dadurch ein solider Aufbau von Kompetenzen und auch die wünschenswerte Personalentwicklung und Nachwuchsförderung möglich ist. Das Unternehmen beteiligt sich verstärkt an entsprechenden Ausschreibungen und vernetzt sich dazu auch überregional mit Partnern, so dass sich die Chancen auf diesem Gebiet erhöhen.

3. Gesamtaussage

Die Vertiefung der Partnerschaften mit Institutionen und Unternehmen als (Projekt-) Sponsoren sowie die damit verbundene Ausweitung und Stärkung der Maßnahmen des Wissenschaftsdials sind zentrale Ziele der Gesellschaft.

In den vergangenen Jahren hat sich gezeigt, dass die Gesellschaft ihren Auftrag in der Sache sehr erfolgreich umsetzt, wirtschaftlich aber naturgemäß im Non-Profit-Bereich liegt. Da in der Projektförderung für Unternehmen in der Regel kein Overhead gezahlt wird und auch das Veranstaltungssponsoring meist nicht kostendeckend ist, führt eine vermehrte Aktivität des Unternehmens nicht zwangsläufig zu einer Steigerung der Deckungsbeiträge. Die mit den Aktivitäten einhergehenden erhöhten Aufwendungen nivellierten die Einnahmen oder führen sogar zu Ergebnisverschlechterung. Für das Ziel den Jahresfehlbetrag auf dem Niveau zu halten, das durch die Einlagen der Gesellschafter ausgeglichen werden kann, ist die bloße Steigerung des Umsatzes daher kein sinnvolle Maßnahme.

Dieser Erkenntnis wurde bereits im Jahr 2016 mit einem geringeren Projektvolumen und einer veränderten Personalstruktur, d.h. insbesondere der Beschäftigung studentischer Mitarbeiterinnen, Rechnung getragen. Dieser Ansatz wird auch in 2017 fortgeführt. Allerdings bleibt die Problematik der strukturellen Unterfinanzierung und der daraus resultierenden Einschränkungen bestehen: die Entwicklungsmöglichkeiten für das Stammpersonal sind innerhalb des Unternehmens sehr begrenzt, der Einsatz studentischer Mitarbeiterinnen spart zwar Personalkosten, bringt aber jeweils einen erhöhten Einarbeitungsaufwand mit sich sowie die, mit höherer Fluktuation einhergehenden, Kompetenzverluste des Unternehmens. Demgegenüber steht bei diesem Personalmodell allerdings das wünschenswerte und für das Unternehmen auch essentielle Einbringen neuer Impulse und die größere Nähe zu einer wesentlichen Zielgruppe, den Studierenden. Damit ist aber wieder vorrangig ein ideelles Ziel erreicht und kein wirtschaftliches.

Maßgabe ist daher weiterhin, dass zusätzliche Projekte oder Veranstaltungssponsoring ausreichende Mittel zur Deckung der Aufwendungen mitbringen und idealerweise über mehrere Jahre laufen. Darüber hinaus werden die Bemühungen fortgesetzt, veranstaltungsunabhängiges Sponsoring einzuwerben, allerdings ist dies aufgrund der im Risikobericht beschriebenen Lage nicht leichter geworden. Eine aktive Rolle der Gesellschafter wird daher weiterhin als ein essentieller Punkt für das Wachstum des Unternehmens gesehen.

Braunschweig, 02.02.2017

gez. Dr. Karen Minna Oltersdorf
Geschäftsführerin

(622)