

*Betreff:***Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Jahresabschluss 2018***Organisationseinheit:*

DEZERNAT VII - Finanzen, Stadtgrün und Sportdezernat

Datum:

11.03.2019

Beratungsfolge

Finanz- und Personalausschuss (Entscheidung)

Sitzungstermin

21.03.2019

Status

Ö

Beschluss:

„Die Vertreter der Stadt Braunschweig in der Gesellschafterversammlung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH werden angewiesen, den Jahresabschluss 2018 mit einem Jahresfehlbetrag von 1.544.824,60 € festzustellen und die Abdeckung des Jahresfehlbetrages durch Entnahme aus der Kapitalrücklage in Höhe von 1.544.824,60 € 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 aktuellen Fassung der Finanz- und Personalausschuss (FPA) zuständig ist.

Der Aufsichtsrat wird sich am 14. März 2019 mit dem Jahresabschluss befassen. Über das Ergebnis wird mündlich berichtet.

Im Jahresabschluss 2018 werden Gesamterträge (Umsatzerlöse, sonstige betriebliche Erträge und Zinserträge) in Höhe von 2.989.593,94 € und Aufwendungen in Höhe von 4.534.418,54 € ausgewiesen, so dass für das Geschäftsjahr 2018 ein Fehlbetrag von 1.544.824,60 € 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 2017	Plan 2018	Ist 2018	Plan 2019
1	Umsatzerlöse	3.068,3	2.957,3	2.902,5	2.945,7
1a	% zum Vorjahr/Plan		-3,6	-5,4/-1,9	+1,5
2	Sonstige betriebliche Erträge	160,9	0,0	87,1	0,0
3	Materialaufwand	-2.176,4	-1.706,3	-1.887,3	-1.789,1
4	Personalaufwand	-1.864,6	-2.159,6	-1.951,7	-2.254,6
5	Abschreibungen	-47,5	-43,8	-49,9	-42,6
6	Sonstige betriebliche Aufwendungen	-652,0	-632,5	-593,5	-631,5
7	Betriebsergebnis (Summe 1-6)	-1.511,3	-1.584,9	-1.492,8	-1.772,1
8	Zins-/Finanzergebnis	0,0	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)	-1.511,3	-1.584,9	-1.492,8	-1.772,1
11	sonstige Steuern	-0,3	0,0	-52,0	0,0
12	Jahresergebnis (Summe 10-11)	-1.511,6	-1.584,9	-1.544,8	-1.772,1
13	Entnahme aus der Kapitalrücklage	0,0	40,6	0,5	64,8
14	Verbleibendes Jahresergebnis	-1.511,6	-1.544,3	-1.544,3	-1.707,3

Nachrichtlich: Einlagebetrag

1.511,6 T€ 1.544,3 T€ 1.544,3 T€ 1.707,3 T€

Die Umsatzerlöse in Höhe von 2.902,5 T€ liegen bedingt durch den Wegfall von umsatzstarken Projekten wie der Standortmarketingkampagne „best choice“, der Citymarketingkampagne und der „Fahrrad-Tage“ um 165,8 T€ unter dem Vorjahreswert.

Die sonstigen betrieblichen Erträge belaufen sich auf 87,1 T€ (- 73,8 T€ gegenüber Vorjahr) und haben sich überwiegend durch die Auflösung nicht benötigter Rückstellungen und Erstattungen für Personalkosten nach dem Aufwendungsausgleichsgesetz ergeben.

Die Steigerung des Personalaufwandes auf 1.951,7 T€ (+ 87,1 T€) ist durch Tarifsteigerungen und die Nachbesetzung einer bisher bei der Stadt angesiedelten Stelle, die in der Vergangenheit über die Personalgestellung abgerechnet wurde, begründet.

Der niedrigere Materialaufwand von 1.887,3 T€ (- 289,1 T€) resultiert aus der geringeren Personalgestellung und dem Wegfall von Veranstaltungen. Die Abschreibungen und die sonstigen betrieblichen Aufwendungen bewegen sich etwa auf Vorjahresniveau.

Betriebsergebnis:

Der Jahresfehlbetrag ist mit 1.544.824,60 € um 40,1 T€ niedriger als im Rahmen der Planung prognostiziert. Zum Ausgleich des Jahresfehlbetrages stehen die Festbetragseinlage in Höhe von 1.369.900 € und die variable Einlage in Höhe von 174.400 €, also insgesamt 1.544.300 € zur Verfügung. Die Differenz von 524,60 € wird durch eine Entnahme aus der Kapitalrücklage ausgeglichen.

Der Jahresabschluss der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH (HdW), an der die BSM mit 25,2 % beteiligt ist, weist einen Fehlbetrag von 162.359,25 € 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 2018 der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH sind als Anlagen beigefügt.

Geiger

Anlage/n:

Jahresabschluss 2018 der BSM

Lagebericht 2018 der BSM

Jahresabschluss 2018 der HdW

Lagebericht 2018 der HdW

**Jahresabschluss 2018
der
Braunschweig Stadtmarketing GmbH**

**Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Braunschweig**

BILANZ ZUM 31. Dezember 2018

AKTIVA

	31.12.2018	31.12.2017
	€	€

A. Anlagevermögen

I. Immaterielle Vermögensgegenstände

Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten

	8.672,00	14.976,00
--	----------	-----------

II. Sachanlagen

1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken

	5.572,00	0,00
--	----------	------

2. Technische Anlagen und Maschinen

	59.282,00	72.787,00
--	-----------	-----------

3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung

	88.763,00	110.200,00
	153.617,00	182.987,00

III. Finanzanlagen

Beteiligungen

	6.300,00	6.300,00
--	----------	----------

B. Umlaufvermögen

I. Vorräte

Fertige Erzeugnisse und Waren

	114.113,47	135.085,23
--	------------	------------

II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

	507.492,86	503.180,62
--	------------	------------

2. Sonstige Vermögensgegenstände

	20.616,77	3.424,36
	528.109,63	506.604,98

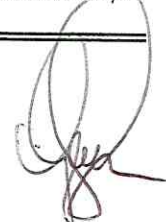
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks

	112.931,43	208.275,08
--	------------	------------

C. Rechnungsabgrenzungsposten

	19.328,93	14.075,20
--	-----------	-----------

	943.072,46	1.068.303,49
	943.072,46	1.068.303,49




Aen

**Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Braunschweig**

BILANZ ZUM 31. Dezember 2018

PASSIVA

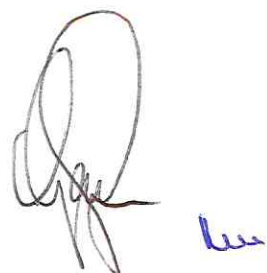
	31.12.2018 €	31.12.2017 €
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	25.000,00	25.000,00
II. Kapitalrücklage	1.669.430,57	1.636.741,29
III. Jahresfehlbetrag	1.544.824,60-	1.511.610,72-
B. Rückstellungen		
1. Steuerrückstellungen	25.000,00	75.063,22
2. Sonstige Rückstellungen	<u>406.330,40</u>	<u>489.477,45</u>
	431.330,40	564.540,67
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	174.245,63	161.991,34
2. Sonstige Verbindlichkeiten	<u>93.658,46</u>	<u>68.729,13</u>
	267.904,09	230.720,47
D. Rechnungsabgrenzungsposten	94.232,00	122.911,78
	<hr/>	<hr/>
	943.072,46	1.068.303,49
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>



**Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Braunschweig**

**GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
FÜR DIE ZEIT VOM 01.01. BIS 31.12.2018**

	2018 €	2017 €
1. Umsatzerlöse	2.902.500,28	3.068.321,32
2. Sonstige betriebliche Erträge	87.066,07	160.943,36
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	230.668,30	200.540,88
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>1.656.623,53</u>	<u>1.975.880,44</u>
	1.887.291,83	2.176.421,32
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	1.517.176,19	1.454.023,48
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Alters- versorgung und für Unterstützung	<u>434.541,61</u>	<u>410.576,37</u>
	1.951.717,80	1.864.599,85
- davon für Altersversorgung € 121.005,86 (€ 112.112,50)		
5. Abschreibungen Auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	49.983,46	47.496,01
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	593.487,68	651.968,13
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	27,59	95,41
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	<u>0,00</u>	<u>149,00</u>
9. Ergebnis nach Steuern	1.492.886,83-	1.511.274,22-
10. Sonstige Steuern	51.937,77	336,50
11. Jahresfehlbetrag	<u><u>1.544.824,60</u></u>	<u><u>1.511.610,72</u></u>



Lagebericht 2018 der Braunschweig Stadtmarketing GmbH

**Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Braunschweig**

Lagebericht zum Jahresabschluss 2018

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 der Allgemeinheit 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, Sponsoringleistungen 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 maßgeblicher 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 Motiven 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 weitere Vereinigungen, Kammern und Verbände.

Das Aufgabenspektrum umfasst auch die Nutzungsrechte städtischer Flächen für Außenwerbung. Seit Juli 2012 erzielt die Gesellschaft durch einen mehrjährigen Pachtvertrag mit Ströer/DSM Erlöse aus Pachteinahmen in Höhe von ca. einem Drittel des Gesamtertrags, die für die weitere Deckung der nichtkommerziellen Aufgaben eingesetzt werden.

Braunschweig konnte mit über 662 regionalen und überregionalen Presseveröffentlichungen auch im Jahr 2018 wieder eine große Medienresonanz, die über dem Niveau des Vorjahres liegt, erzielen (540 Veröffentlichungen in 2017). Die wachsende Zahl der Veröffentlichungen spiegelt das Medieninteresse an den Braunschweiger Themen, wie zum Beispiel der Lasermessung von Passanten-Frequenzen, aber auch dem jährlich wiederkehrenden Weihnachtsmarkt oder auch dem 175. Geburtstag Heinrich Büssings sowie der damit verbundenen Kommunikationsbegleitung wider. Die Gesellschaft nutzte weiter sehr erfolgreich die Möglichkeiten zur Bewerbung der Braunschweiger Themen mit überregionaler Strahlkraft, die sich mit dem Freiplakatierungskontingent aus dem Pachtvertrag mit Ströer/DSM ergeben. Die kooperative Standortmarketingkampagne „best choice“ wurde nicht weitergeführt, die Online-Präsenz bleibt aber erhalten. Eine Neukonzeption für das Standortmarketing zum Thema „BS digital“ (Arbeitstitel) wurde erarbeitet. Neben den großen Firmen sollen auch weiterhin viele kleine und mittelständische Unternehmen sowie Forschungseinrichtungen eingebunden werden.

	2018	2017	2016	2015	2014
Presseveröffentlichungen	662	540	499	507	476
davon Regional	515	483	468	472	443
davon überregional	147	57	31	35	33

Die Besucherzahlen der Touristinfo „Kleine Burg 14“ mit barrierefreiem Zugang konsolidierten sich mit mehr als 100.000 Kunden pro Jahr auf einem sehr hohen Niveau und lagen in 2018 bei 102.092 Gästen (Vorjahr ca. 113.450 Gäste). Die Umsätze der Souvenir- und Merchandisingverkäufe sanken um 3,2 % auf 369 T€ (Vorjahr 381 T€). Die Kennzahlen der Touristinfo „Kleine Burg 14“ haben sich wie folgt entwickelt:

	2018	2017	2016	2015	2014
Besucherzahlen	102.092	113.450	121.461	98.602	26.532
Jahresumsatz	368.772	380.809	462.409	403.349	397.867

Die Besucherzahl in 2014 wurde nicht konstant über das ganze Jahr erhoben, da der Kundenzähler nach dem Umzug an den Standort „Kleine Burg“ erst installiert werden musste. Der Jahresumsatz weist deutlich eine Spitze in 2016 auf. In diesem Jahr führte der „Lichtparcours 2016“ und der damit verbundene Ticketverkauf zu steigenden Umsätzen in der Touristinfo.

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 541.819 Zugriffen (Vorjahr: 540.000) auf einem hohen Niveau gehalten werden. Ebenso wird - sicherlich auch durch die Arbeit der Gesellschaft - voraussichtlich die Zahl der Hotelübernachtungen in Braunschweig weiter gesteigert werden. Von Bedeutung bleibt für die Gesellschaft die Intensivierung der Kommunikation im Social Media-Bereich sowohl auf den Plattformen Facebook, Twitter und Instagram, als auch seit 2018 die bildbezogene Plattform Pinterest. Attraktive Möglichkeiten bieten auch die Braunschweig App mit der erweiterten Augmented Reality-Anwendung und das Braunschweig Blog. Insbesondere das Blog erfreut sich großer Beliebtheit bei den Nutzern. Mit 99 (Vorjahr 112) neuen Einträgen konnten 93.048 Besucher (Vorjahr: 97.272 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:

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

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH schließt das Geschäftsjahr 2018 mit einem Jahresfehlbetrag von 1.545 T€ ab. Dieser Wert liegt um 40 T€ unter dem im Wirtschaftsplan 2018 geplanten Ziel von 1.585 T€ für das Jahresergebnis 2018. Der Jahresfehlbetrag entspricht der Einlage der Gesellschafterin, so dass die geplante Entnahme von Mitteln aus der Kapitalreserve nicht erfolgen muss und die Mittel für die Folgejahre weiter zur Verfügung stehen. Die Erhöhung des Jahresfehlbetrages um 33 T€ im Vergleich zum Vorjahr entsteht im Wesentlichen durch Steuernachzahlungen als Ergebnis der nun abgeschlossenen Betriebsprüfung der Jahre 2011 bis 2014 und deren Auswirkungen.

Die Umsatzerlöse liegen mit 2.902 T€ um 166 T€ unter dem Vorjahreswert. Diese Verringerung ist in erster Linie durch den Wegfall von Projektmitteln Dritter für Projekte wie die Standortmarketingkampagne „best choice“, die „Citymarketingkampagne zum 10-jährigen Jubiläum der Umgestaltung der Innenstadt“ und die „Fahrrad-Tage“ begründet. Des Weiteren wurden im Bereich Tourismus durch Einbrüche bei der Zimmervermittlung geringere Erlöse erzielt.

Die sonstigen betrieblichen Erträge liegen um 74 T€ unter dem Vorjahresniveau und enthalten wieder Lohnerstattungen der Krankenkassen in Höhe von 22 T€ für zwei Schwangerschaften im Jahr 2018. Die Verringerung entsteht in erster Linie durch eine Halbierung der Erträge aus Auflösungen nicht benötigter Rückstellungen.

Der Materialaufwand liegt mit 1.887 T€ um 289 T€ unter dem Vorjahreswert von 2.176 T€. Der Rückgang begründet sich durch den Wegfall von Jubiläumsveranstaltungen, besondere Aufwendungen für Kommunikationsleistungen für das Reformationsjahr und einen geringeren Aufwand in der Personalgestaltung der Stadt. Durch eine Pensionierung und die Dauererkrankung einer Mitarbeiterin in der Personalgestaltung durch die Stadt, die zum Auslaufen der Lohnfortzahlung über mehrere Monate führte, sanken die Kosten der Personalgestaltung.

Der Personalaufwand liegt mit 1.952 T€ (+ 87 T€) über dem Vorjahr. Dies begründet sich durch eine Umgliederung der im Materialaufwand enthaltenen Personalgestellungskosten in Personalaufwand, der durch Direktbeschäftigung bei der Gesellschaft in der Nachbesetzung einer bisher bei der Stadt angesiedelten Stelle entstand, sowie durch tarifliche Steigerungen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind gegenüber dem Vorjahr um 59 T€ auf 593 T€ gesunken. Grund hierfür sind in erster Linie die im Vorjahr für die Modernisierung der Beleuchtung im Standort Schuhstraße zusätzlich eingeplannten Kosten für Instandhaltung.

Die Abschreibungen erhöhen sich um 3 T€, da mit der Übernahme der Stromzähler des Pavillons auf dem Kohlmarkt und deren Umstellung auf eine digitale Ablesung ein neues Projekt

mit investivem Bedarf neu in der Gesellschaft implementiert wurde. Die Gestaltung des neuen Corporate Designs und der Bürgermarke führte ebenfalls zur Erhöhung der Abschreibung auf immaterielle Güter der Gesellschaft.

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH schließt das Geschäftsjahr 2018 mit einem Jahresfehlbetrag von 1.545 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 2018 zur Verfügung.

2.3. Finanzlage

Die nicht profitable 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.

Liquidität

Zur Absicherung von kurzfristigen Liquiditätsbedarfen stehen Mittel im Cash-Pool der Stadt Braunschweig zur Verfügung (siehe Punkt 5), die bisher nicht in Anspruch genommen wurden. Die Werte in der Tabelle weisen die Finanzmittel am Anfang und am Ende der Periode inklusive der Mittel im Cash-Pool aus.

	2018 TEUR	2017 TEUR	2016 TEUR
Finanzmittel am Beginn der Periode	612	691	615
Cashflow lfd. Geschäftstätigkeit	-1.736	-1.563	-1.185
Cashflow Finanzierung	1.544	1.512	1.337
Cashflow Investition	-14	-28	-76
Finanzmittel am Ende der Periode	406	612	691

Der negative Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von 1.736 T€ und aus der Investitionstätigkeit von -14 T€ kann durch die Gesellschaftereinlage nicht vollständig kompensiert werden und führt zu einer geplanten Verminderung des Finanzmittelbestandes um 206 T€.

2.4. Vermögenslage

Das Gesamtvermögen und -kapital hat sich im Vergleich zum Vorjahr um 35 T€ erhöht.

3. Risiko- und Chancenbericht

Das Unternehmen hat die Braunschweiger Marketingthemen weiter vorangetrieben. Die kooperative Kampagne „best choice“ konnte wie schon im Lagebericht 2017 dargestellt durch

die konkurrierenden Regionalmarketing-Aktivitäten der Allianz für die Region GmbH nicht fortgeführt werden. Damit sind die durch Kostenbeteiligungen der Unternehmen erzielten Deckungsbeiträge verloren gegangen. Für das Standortmarketing wurde in der Konsequenz das Thema „BS digital“ neu aufgesetzt. 2018 war eine Phase der Neustrukturierung, die in 2019 zur Umsetzung von Maßnahmen führen wird. Zur Weiterentwicklung des Tourismus wurde in 2018 ein Konzept beauftragt, das nach der ersten Phase der Erhebung der IST-Situation am Jahresende zu einer ersten Zukunftswerkstatt mit den touristischen Akteuren führte. Weitere Zukunftswerkstätten werden in 2019 folgen, um gemeinsam ein Tourismuskonzept zu entwickeln, das ab Mitte 2019 umgesetzt werden soll.

Die im Kongresskonzept 2017/2018 entwickelten Maßnahmen zur Restrukturierung des Convention Bureaus Braunschweig und Stärkung der Kongressmarketingaktivitäten sollen ebenfalls in 2019 umgesetzt werden.

Die Zusammenarbeit mit dem Handel der Innenstadt, der Hotellerie, der Gastronomie und mit anderen touristischen Leistungsträgern hat sich in 2018 weiter bewährt. Die enge Zusammenarbeit sowie die Einbindung in den Arbeitsausschüssen Tourismus und Innenstadt schaffen ein stabiles Vertrauensverhältnis. Die Vertiefung der Partnerschaften mit Unternehmen und Institutionen als Projektsporen, die damit verbundene Konzeption und Finanzierung 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.

Belastungen ergaben sich für die Arbeit der Gesellschaft aus personellen Wechsels in Folge von schweren Krankheiten und Schwangerschaften, die teilweise zeitgleich mehrere Arbeitsplätze je Bereich betrafen. Diese besonderen Ereignisse hemmen die Umsetzung der Restrukturierungsmaßnahmen und führen zu verminderter Produktivität.

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

Der Steuerbescheid über die Kapitalertragssteuer aus den Jahren 2012 und 2013 liegt mit Datum vom 06. November 2018 vor. Der Steuerberater legte mit Schreiben vom 04. Dezember 2018 Einspruch gegen den Bescheid ein und beantragte die Aussetzung der Vollziehung. Die Anträge hat das Finanzamt mit Schreiben vom 08. Januar 2019 abgelehnt, so dass die Zahlung unmittelbar fällig wurde. Die Gesellschaft leistete die Zahlung aus der bestehenden Liquidität und forderte den Steuerberater respektive dessen Versicherung zur angekündigten Schadenersatzleistung auf. Rechtliche Schritte werden sich vorbehalten. Schuldnerin der Kapitalertragssteuer ist die Gesellschafterin Stadt Braunschweig. Sie hat aufgrund der angespannten Liquiditätssituation der Gesellschaft Unterstützung zugesagt.

4. Prognosebericht

Der Prognosebericht basiert auf der Grundlage des Wirtschaftsplans 2019.

Der Wirtschaftsplan 2019 enthält eine städtische Einlage in Höhe von 1.707,3 T€, die zur Erfüllung der Aufgaben der Daseinsvorsorge und der Aufgaben im allgemeinen wirtschaftlichen Interesse (DAWI) zur Verfügung steht. Die Kosten und Erlöse aus diesen Aufgaben sind im Wirtschaftsplan 2019 gesondert ausgewiesen.

Im allgemeinen Veranstaltungsbereich werden im Vergleich zum Wirtschaftsplan 2018 die Erlöse mit 782.000 € steigend gegenüber dem Vorjahr geplant (Vorjahr: 726.500 €), im Wesentlichen da sich die Veranstaltungsdauer des Weihnachtsmarktes erneut verlängert. Auch bei den Veranstaltungen zu den verkaufsoffenen Sonntagen wurden höhere Erlöse eingeplant.

Die „Erlöse aus Werberechten“ sind wie in den Vorjahren mit 1,037 Mio. € geplant und tragen erheblich zur Gesamtfinanzierung der Gesellschaft bei. Der Vertragspartner DSM Ströer kritisiert nach wie vor die aus seiner Sicht nicht ausreichende Möglichkeit zur Aufstellung und Modernisierung von Werbeträgern und hat eine mögliche Kürzung der Pachtzahlungen angedroht. Aktuell sieht die Geschäftsführung keine rechtliche Grundlage hierfür. Allerdings könnte perspektivisch aus diesem Grund eine Verringerung der Pacht drohen und damit Einnahmeverluste, die durch andere Erlösquellen absehbar nicht zu kompensieren wären.

In den Aufwendungen für Marketingmaßnahmen (255.050 €) sind in 2019 erneut Mittel für die Stärkung des Standortmarketings und den Social Media Bereich enthalten. Für das touristische Themenmarketing sind 50 T€ eingeplant.

Die vertragsgemäße Einlage für die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH ist 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 feste 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 2017 wurde die Fortführung des Engagements als Gesellschafterin nach dem Beschluss des Rates im Juni des Jahres 2016 mit einer entsprechenden Änderung im Gesellschaftsvertrag der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH auf eine dauerhafte Leistung der Gesellschaftereinlage umgestellt. Der Einlagebetrag für das Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH wird in Wirtschaftsplan und Jahresabschluss im Aufwand dargestellt.

Braunschweig, den 07.02.2019



Gerold Leppa
Geschäftsführer



**Jahresabschluss 2018
der
Haus der Wissenschaft
Braunschweig GmbH**

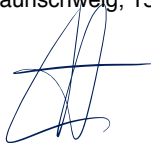
Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH
Braunschweig

BILANZ ZUM 31. Dezember 2018

AKTIVA

	31.12.2018 €	31.12.2017 €
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	3,00	3,00
II. Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	11.164,00	17.090,00
B. Umlaufvermögen		
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	14.906,25	44.408,58
2. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>4.262,20</u>	<u>5.801,11</u>
	19.168,45	50.209,69
II. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	182.350,07	102.627,67
C. Rechnungsabgrenzungsposten	528,86	228,25
	<hr/>	<hr/>
	<u>213.214,38</u>	<u>170.158,61</u>
	<hr/>	<hr/>

Braunschweig, 15. Februar 2019




**Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH
Braunschweig**

BILANZ ZUM 31. Dezember 2018

PASSIVA

	31.12.2018 €	31.12.2017 €
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	25.000,00	25.000,00
II. Kapitalrücklage	250.373,49	247.627,97
III. Jahresfehlbetrag	162.359,25-	164.254,48-
B. Rückstellungen		
Sonstige Rückstellungen	61.025,00	37.642,50
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.157,88	4.192,91
2. Sonstige Verbindlichkeiten	<u>10.217,26</u>	<u>8.049,71</u>
	12.375,14	12.242,62
D. Rechnungsabgrenzungsposten	26.800,00	11.900,00
	<u>213.214,38</u>	<u>170.158,61</u>
	<u><u>213.214,38</u></u>	<u><u>170.158,61</u></u>

Braunschweig, 15. Februar 2019



Handwritten mark

**Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH
Braunschweig**

**GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
FÜR DIE ZEIT VOM 01.01. BIS 31.12.2018**

	2018 €	2017 €
1. Umsatzerlöse	271.703,57	303.893,55
2. Sonstige betriebliche Erträge	9.424,35	22.593,50
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	15,94-	13,18-
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>143.324,62</u>	<u>126.131,60</u>
	143.308,68	126.118,42
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	192.481,35	241.998,29
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	<u>41.753,00</u>	<u>52.235,85</u>
	234.234,35	294.234,14
5. Abschreibungen		
Auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	15.126,43	9.491,63
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	<u>50.817,71</u>	<u>60.897,34</u>
7. Ergebnis nach Steuern	162.359,25-	164.254,48-
8. Jahresfehlbetrag	<u><u>162.359,25</u></u>	<u><u>164.254,48</u></u>

Braunschweig, 15. Februar 2019




**Lagebericht 2018
der
Haus der Wissenschaft
Braunschweig GmbH**

Lagebericht zum Jahresabschluss für das Jahr 2018 der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH

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“ weiterträgt. 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 angestrahnten Kuppel zu einem sprichwörtlichen Leuchtturm in der Region.

B. WIRTSCHAFTSBERICHT

1. Geschäftsverlauf

Das Jahr 2018 war geprägt durch eine strategische und inhaltliche sowie programmatische Weiterentwicklung der Gesellschaft. Langjährig etablierte und erfolgreiche Formate, wie der *Wissenschaftskalender*, *Astroherbst*, *NDR Logo*, *Luftfahrt der Zukunft*, *Science Slams* und *KiWi-Forschertage für Kinder* wurden dabei weitergeführt. Andere Veranstaltungsreihen wie das *Energiecafé* und *Tatsachen? Forschung unter der Lupe* wurden hingegen nicht fortgesetzt.

Neu in das Projektportfolio aufgenommen wurden regelmäßige Vernetzungs- und Matchingformate zu Digitalthemen im TRAFO Hub. Für die Organisation und Durchführung dieser Veranstaltungen erhält die Gesellschaft jährlich eine zusätzliche Förderung durch die Stadt Braunschweig.

Erstmals seit Beginn der Förderung wurden im Rahmen des Wissenschaftsjahrs vom Bundesministerium für Bildung und Forschung nicht die Science Slams sondern das Format *Streberschlacht* gefördert und bundesweit erfolgreich in acht Städten umgesetzt.

Als neues Format wurden in 2018 erstmals zwei Hackathons als Dienstleistungen organisiert und umgesetzt. Ebenfalls neu hinzu kam der Audio-Podcast *Hintergedanken*, der gemeinsam mit der Wissenschaftlichen Arbeitsgemeinschaft für Studio- und Senderfragen an der TU Braunschweig produziert wird und monatlich erscheint.

Zusätzlich in 2018 realisiert wurden für die Metropolregion Hannover Braunschweig Göttingen Wolfsburg zwei Netzwerkveranstaltungen zum Thema e-health, sowie die Veranstaltung *Mission Bond - James Bond und die Physik* und eine Summer School *Wissenschaft Kommunizieren*.

Die Einnahmen aus der Raumvermietung gingen in 2018 geringfügig zurück. Dies ist vor allem auf vermehrte Buchungen zum reduzierten Preis für wissenschaftliche Veranstaltungen zurückzuführen. Die Auslastung der Mieträume insgesamt ist weiterhin hoch.

2. Darstellung der Lage

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

a. Vermögenslage

Die Kapitalrücklage erhöht sich um 2 T€ gegenüber dem Vorjahr. Die geplante Verwendung von Finanzmitteln aus dem Kapital zur Deckung des Jahresfehlbetrages konnte wie in der Planung prognostiziert, umgesetzt werden. Der Jahresfehlbetrag liegt mit 162 T€ unter dem im Wirtschaftsplan 2018 prognostizierten Wert in Höhe von 167 T€.

Die Rückstellungen sind im Vergleich zum Vorjahr durch projektbedingte Aufwendungen um insgesamt 23 T€ höher eingestellt worden.

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft hat sich insgesamt positiver entwickelt als geplant.

b. Finanzlage

Die unprofitable 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.

Die Entwicklung der finanziellen Lage der Gesellschaft stellt sich im Vergleich zu den Vorjahren wie folgt dar:

	2018 in EUR	2017 in EUR	2016 in EUR
Finanzmittel am Beginn der Periode	102.627,67	168.007,45	152.997,50
Cashflow lfd. Geschäftstätigkeit	-78.074,17	-229.340,15	-142.271,50
Cashflow Finanzierung	167.000,00	167.000,00	162.000,00
Cashflow Investition	-9.203,43	-3.039,63	-4.718,55
Finanzmittel am Ende der Periode	182.350,07	102.627,67	168.007,45

Der negative Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von 78 T€ und aus der Investitionstätigkeit von 9 T€ kann durch die Gesellschaftereinlagen vollständig kompensiert werden und führt zu einer Erhöhung des Finanzbestandes um 79 T€.

c. Ertragslage

Die Gesellschaft finanziert ihre Aktivitäten durch:

- Kapitaleistungen der Gesellschafter Braunschweig Stadtmarketing GmbH, UNION Kaufmännischer Verein vom 1818 e.V. und des Arbeitgeberverbandes Region Braunschweig 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** sind im Vergleich zum Vorjahr von 304 T€ auf 272 T€ gesunken, die **sonstigen betrieblichen Erträge** von 23 T€ auf 9 T€ gesunken. Diese Veränderungen beruhen darauf, dass Sponsoren-Einnahmen die durch Projekte des Jubiläumsjahrs entstanden sind, in 2018 weggefallen sind. Als einziges Förderprojekt wurde im Jahr 2018 die Streberschlacht durchgeführt. Veranstaltungsportfolio. Die Erträge aus der Raumvermietung sind tendenziell rückläufig. Die Projektförderung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung konnte auf konstant hohem Niveau gefestigt werden. 2016/2017 lief die Förderperiode für das Projekt über zwei Jahre.

	2018 in EUR	2017 in EUR	2016 in EUR	2015 in EUR
Erlöse aus Raumvermietung	38.226	42.446	42.299	43.404
Förderung des BMBF	91.228	90.313		90.513

Der **Betriebsaufwand** ist von insgesamt von 491 T€ um 48 T€ auf 443 T€ gesunken.

Dabei ist der **Materialaufwand** von 126 T€ auf 143 T€ gestiegen und der **Personalaufwand** gegenläufig von 294 T€ auf 234 T€ gesunken. Hierin spiegeln sich die für das Jubiläumsjahr temporär geschaffenen Projektstellen wieder.

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** sind ebenfalls um 10 T€ auf 51 T€ gesunken (Vorjahr 61 T€). Die **Abschreibungen** stiegen von 9,5 T€ im Vorjahr auf 15 T€ an, u. a. da die Wertstufen für geringwertige Wirtschaftsgüter angehoben wurden und damit die Ersatzbeschaffungen in die Sofortabschreibung gebucht werden konnten.

Die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH schließt das Geschäftsjahr 2017 mit einem **Jahresfehlbetrag** von 162 T€ (Vorjahr: 164 T€) ab.

Der Fehlbetrag ist damit geringfügig geringer als im Wirtschaftsplan 2018 geplant. Die Gesellschaft konnte im Laufe des Geschäftsjahres zusätzliche Aufträge für Dienstleistungen und Projektförderungen generieren, die im Wirtschaftsplan nicht eingeplant waren. Gleichzeitig konnten die Aufwendungen leicht reduziert werden, was zu einer Konsolidierung der Finanzmittel der Gesellschaft führt.

C. PROGNOSEBERICHT

Der Prognosebericht basiert auf dem Wirtschaftsplan 2019. Oberstes Ziel der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH ist auch in 2019 die Stärkung des Dialogs zwischen Wissenschaft, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft.

Für die Aktivitäten zum Thema Digitalisierung im TRAFO Hub konnte bis einschließlich 2020 eine zusätzliche Förderung durch die Stadt in Höhe von 50 T€ in 2019 sichergestellt werden.

Das durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung in 2018 geförderte Projekt *Streberschlacht* wird in 2019 nicht weiter gefördert. Stattdessen wird im Rahmen des Wissenschaftsjahrs 2019 – Künstliche Intelligenz die bundesweite Veranstaltungsreihe *Bot or not* gefördert.

Zusätzliche Einnahmen sind durch neue Projekte und damit einhergehende Förderungen, wie beispielsweise einer neuen Online-Plattform für Schulprojekte und Aktivitäten für die ForschungRegion geplant. Die Gespräche für beide Vorhaben sind weit fortgeschritten. Ebenfalls fortgeschritten sind die Gespräche mit möglichen Partnern für eine Fortführung der in 2018 eingeführten Hackathons.

Für das Kinderferienprogramm KIWI konnte für 2019 ein Sponsor wiedergewonnen werden. Gespräche mit weiteren Förderern laufen derzeit noch. Für das Namegiving für den Veranstaltungsraum im 5. OG des Hauses konnte bislang kein neuer Sponsor gewonnen werden.

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. Es wird versucht, über verstärktes Onlinemarketing die Anzahl von Vollzahlern und auch die Auslastung der Räume weiter zu steigern.

Insgesamt plant die Gesellschaft eigene Erlöse in Höhe von 293 T€ im Wirtschaftsjahr 2019 zu erzielen.

Dem gegenüber stehen insbesondere Aufwendungen für Personal, Projektaufwendungen, allgemeine Betriebskosten und Marketing für das Haus der Wissenschaft Braunschweig in Höhe von insgesamt 477 T€. Damit weist der Wirtschaftsplan 2019 einen Jahresfehlbetrag von 184 T€ aus und ist somit unter Berücksichtigung der Einlagen der Gesellschafter und der geplanten Entnahme aus dem Kapitalvermögen ausgeglichen.

D. 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 weiteren Sponsorings und Fördermitteln naturgemäß in Konkurrenz zu anderen (regionalen) Einrichtungen und Initiativen, die auf Förderung angewiesen sind.

Ertragsorientierte Risiken

Die Gesellschaft ist für die Finanzierung ihrer Geschäftstätigkeit dauerhaft auf Partnerschaften mit Unternehmen und Institutionen sowie auf die Einlagen ihrer Gesellschafter angewiesen. Daneben arbeitet die Gesellschaft mit allen geplanten Maßnahmen weiter an dem Ziel einer paritätischen Gegenfinanzierung der Einlagen der Gesellschafter aus wirtschaftlicher Betätigung und Einbindung der Wirtschaft.

2. Chancenbericht

Von hoher Bedeutung für die Weiterentwicklung des Unternehmens ist das erfolgreiche Einwerben von Fördermitteln insbesondere für Projekte mit mehrjähriger Laufzeit, um damit die Aktivitäten strukturell ausbauen und verbessern zu können. Das Unternehmen beteiligt sich hierfür weiterhin verstärkt an entsprechenden Ausschreibungen und vernetzt sich auch überregional mit Partnern, Stiftungen und anderen Trägern, so dass sich die Chancen auf diesem Gebiet erhöhen.

Zusätzlich soll das Format- und Projektportfolio des Unternehmens weiter angepasst und verbessert werden, um die Attraktivität für die Gesellschafter, Partner aus Wissenschaft und Wirtschaft sowie für Sponsoren zu steigern.

3. Gesamtaussage

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.

Zusätzliche Projekte oder Veranstaltungssponsorings sollten daher ausreichende Mittel zur Deckung der Aufwendungen mitbringen und idealerweise über mehrere Jahre laufen oder über die vorhandenen Ressourcen abgedeckt werden können. Hierfür sollen neben der internen Prozessoptimierung auch durch die Beschäftigung von studentischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Ressourcen frei beziehungsweise geschaffen werden.

Das Format- und Projektportfolio des Unternehmens soll angepasst und verbessert werden, um eine aktive Partnerschaft und Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern sowie mit weiteren Institutionen und Unternehmen zu erreichen.

Braunschweig, 15.02.2019



gez. Thorsten Witt
Geschäftsführer