

*Betreff:***Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Jahresabschluss 2020***Organisationseinheit:*

Dezernat VII

20 Fachbereich Finanzen

Datum:

14.04.2021

Beratungsfolge

Finanz- und Personalausschuss (Entscheidung)

Sitzungstermin

29.04.2021

Status

Ö

Beschluss:

„Die Vertreter der Stadt Braunschweig in der Gesellschafterversammlung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH werden angewiesen, den Jahresabschluss 2020 mit einem Jahresfehlbetrag von 1.851.193,05 € festzustellen und die Abdeckung des Jahresfehlbetrages durch Entnahme aus der Kapitalrücklage zu beschließen.“

Sachverhalt:

Die Stadt Braunschweig ist alleinige Gesellschafterin der Braunschweig Stadtmarketing GmbH (BSM). Die gemäß § 13 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 hat sich am 16. April 2021 mit dem Jahresabschluss befasst und eine Beschlussempfehlung abgegeben.

Im Jahresabschluss 2020 werden Gesamterträge (Umsatzerlöse, sonstige betriebliche Erträge und Zinserträge) in Höhe von 2.237.834,92 € und Aufwendungen in Höhe von 4.089.027,97 € ausgewiesen, so dass für das Geschäftsjahr 2020 ein Fehlbetrag von 1.851.193,05 € entstanden ist. Die Entwicklung der Aufwands- und Ertragspositionen im Vergleich zum Vorjahr, zum Plan und zum Nachtragsplan ergibt sich aus der nachfolgenden Übersicht:

	Angaben in T€	Ist 2019	Plan 2020	Nachtrag 2020	Ist 2020	Plan 2021
1	Umsatzerlöse	3.017,1	3.259,4	2.370,9	2.140,5	2.679,6
1a	% zum Vorjahr/Plan	-	+8,0	-27,3	-29,1/-9,7	+25,2
2	Sonstige betriebliche Erträge	88,3	0,0	0,0	97,3	0,0
3	Materialaufwand	-1.963,3	-2.048,6	-1.793,4	-1.420,3	-1.814,1
4	Personalaufwand	-2.110,1	-2.345,2	-2.280,0	-2.031,7	-2.400,6
5	Abschreibungen	-48,5	-42,6	-42,6	-35,6	-42,6
6	Sonstige betriebliche Aufwendungen	-568,6	-679,0	-599,2	-591,1	-701,1
7	Betriebsergebnis (Summe 1-6)	-1.585,1	-1.856,0	-2.344,3	-1.840,9	-2.278,8
8	Zins-/Finanzergebnis	-10,6	0,0	0,0	0,0	0,0
9	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
10	Ergebnis nach Steuern (Summe 7-9)	-1.595,7	-1.856,0	-2.344,3	-1.840,9	-2.278,8
11	sonstige Steuern	-25,2	-0,0	0,0	-10,3	0,0
12	Jahresergebnis (Summe 10-11)	-1.620,9	-1.856,0	-2.344,3	-1.851,2	-2.278,8
13	Entnahme aus der Kapitalrücklage	0,0	65,0	0,0	0,0	0,0
14	Verbleibendes Jahresergebnis	-1.620,9	-1.791,0	-2.344,3	-1.851,2	-2.278,8
Nachrichtlich: Einlagebetrag		1.707,3 T€	1.791,0 T€	2.344,3 T€	2344,3 T€	2.278,8 T€

Die Umsatzerlöse in Höhe von 2.140,5 T€ sind durch den Wegfall von Veranstaltungen und Projekten und geringere Erlöse aus dem Werbenutzungsvertrag mit der Fa. DSM Ströer gegenüber dem Vorjahr um 876,6 T€ gesunken. Der geringfügige Anstieg der sonstigen betrieblichen Erträge (+ 9,0 T€ gegenüber Vorjahr) beruht auf der Erstattung von Personalkosten nach dem Aufwendungsausgleichsgesetz.

Der Materialaufwand liegt mit 1.420,3 T€ um 543,0 T€ unter dem Vorjahreswert von 1.963,3 T€. Die Abweichung korrespondiert mit den geringeren Umsatzerlösen durch den Ausfall von Veranstaltungen und Projekten.

Der Personalaufwand beläuft sich auf 2.031,7 T€ und liegt damit um 78,4 T€ unter dem Vorjahreswert von 2.110,1 T€. Die Reduktion konnte durch den Verzicht auf Stellennachbesetzungen und die Erstattung von Kurzarbeitergeld durch die Arbeitsagentur erreicht werden.

Die Abschreibungen und die sonstigen betrieblichen Aufwendungen bewegen sich etwa auf Vorjahresniveau.

Betriebsergebnis:

Der Jahresfehlbetrag fällt mit 1.851.193,05 € niedriger aus, als im Rahmen der Planung 2020 (-1.856.000 €) und der Nachtragsplanung 2020 (- 2.344.300 €) prognostiziert. Zum Ausgleich des Jahresfehlbetrages stehen die Festbetragseinlage in Höhe von 1.616.600 € und die variable Einlage, die im Rahmen der Nachtragsplanung von 174.400 € auf 727.700 € erhöht wurde, also insgesamt 2.344.300 € zur Verfügung. Aufgrund der unerwarteten Pachtzahlungen der Fa. DSM Ströer und der Kosteneinsparungen durch den Wegfall von Veranstaltungen und Projekten, wurden die zusätzlichen Einlagebeträge nur in Höhe von 175.900 € ausbezahlt, so dass sich die variable Einlage insgesamt auf 350.300 € belief. Da auch dieser Betrag nicht in voller Höhe benötigt wird, ist mit der Gesellschaft vereinbart worden, dass weitere 115.900 € im laufenden Kalenderjahr an die Stadt zurückgezahlt werden. Die Differenz von 60.000 € stellt den coronabedingten Mehrbedarf dar, der aus der insgesamt reduzierten Pachtzahlung von DSM Stöer (- 133.600 €) resultiert und nicht durch Kosteneinsparungen kompensiert werden konnte.

Der Jahresabschluss der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH (HdW), an der die BSM mit 25,2 % beteiligt ist, weist einen Fehlbetrag von 184.316,82 € aus. Dieser wird durch die Kapitalrücklage gedeckt, in die die BSM und andere Gesellschafter insgesamt 182.500 € einzahlen. Die Differenz wird durch Entnahme aus dem Kapital ausgeglichen.

Beide Jahresabschlüsse wurden von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft EURATIO GmbH geprüft und ohne Beanstandungen testiert.

Die Jahresabschlüsse mit Bilanzen und Gewinn- und Verlustrechnungen sowie die Lageberichte für das Geschäftsjahr 2020 der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH sind als Anlagen beigefügt.

Geiger

Anlage/n:

Jahresabschluss 2020 der BSM

Lagebericht 2020 der BSM

Jahresabschluss 2020 der HdW

Lagebericht 2020 der HdW



**Jahresabschluss 2020
der
Braunschweig Stadtmarketing GmbH**

zum 31. Dezember 2020

AKTIVSEITE		PASSIVSEITE	
	31.12.2020 EUR	Zum Vergleich: 31.12.2019 EUR	31.12.2020 EUR
A. ANLAGEVERMÖGEN			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähn- liche Rechte und Werte sowie Lizen- zen an solchen Rechten und Werten	3.206,00	4.723	25.000,00
II. Sachanlagen 1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken 2. Technische Anlagen und Maschinen 3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.492,00 37.319,00 28.721,00 70.532,00	5.032 46.328 66.536 117.896	1.831.906 - 1.851.193,05
III. Finanzanlagen Beteiligungen	6.300,00	6.300	- 1.820.970
B. UMLAUFVERMÖGEN	80.038,00	128.919	502.109
I. Vorräte Fertige Erzeugnisse und Waren	153.496,59	78.837	142.422
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände 1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen 2. Sonstige Vermögensgegenstände	656.582,57 68.276,47 724.859,04	743.129 35.174 778.303	130.854
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	349.606,35	132.090	273.076
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	24.791,80	28.199	85.227
	1.332.791,78	1.146.348	1.332.791,78



GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für die Zeit vom

1. Januar bis 31. Dezember 2020

1. Umsatzerlöse
2. Sonstige betriebliche Erträge
3. Materialaufwand:
 - a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie für bezogene Waren
 - b) Aufwendungen für bezogene Leistungen
4. Personalaufwand:
 - a) Löhne und Gehälter
 - b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen
9. Ergebnis nach Steuern
10. Sonstige Steuern
11. Jahresfehlbetrag

2020		Zum Vergleich: 2019	
EUR	EUR	EUR	EUR
	2.140.450,23		3.017.108
	97.345,72		88.317
216.933,77		266.624	
1.203.393,01	1.420.326,78	1.696.721	1.963.345
1.560.811,37		1.633.117	
470.854,18	2.031.665,55	476.947	2.110.064
	35.566,17		48.513
	591.152,84		568.613
	38,97		0
	8,63		10.608
	- 1.840.885,05		- 1.595.718
	10.308,00		25.252
	- 1.851.193,05		- 1.620.970

**Lagebericht 2020
der
Braunschweig Stadtmarketing GmbH**

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2020

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. 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 grundsätzlich in verschiedenen Indikatoren wie z.B. den Umsatzerlösen des Veranstaltungsbereichs, des Bereichs Vertrieb und Tourismus nieder. Weitere Partner sind Vereinigungen, Kammern und Verbände.

Das Aufgabenspektrum umfasst auch die Vermarktung der 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 nicht über Erlöse refinanzierbaren Aufgaben eingesetzt werden.

Im Jahr 2020 wurde die geschäftliche Aktivität der Gesellschaft erheblich durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie und die damit verbundenen einschränkenden Entscheidungen der Landesregierung beeinflusst. Die Lockdown-Phasen im Frühjahr und im Herbst 2020 führten dazu, dass Erlöse aus den Bereichen Tourismus, Veranstaltungsmanagement und Flächenmanagement wegbrachen. Gegenläufig ergriff die Gesellschaft Maßnahmen wie Kurzarbeit, zeitversetzte Nachbesetzung von vakanten Stellen und die Verschiebung kostenintensiver Projekte wie die Bewegtbildproduktion, so dass das geplante Jahresergebnis trotz der Auswirkungen der Krise erreicht werden konnte. Die Gesellschaft erbrachte in den Lockdown-Phasen Leistungen zur Unterstützung der Partner, die nicht unbedingt zu Betriebserlösen führten. Als Beispiel seien hier die Internetplattformen „support your local“ und „bestellen-und-liefern“ genannt. Die Gesellschaft unterstützte ihre Partner in der Krise mit Beratungsleistungen und Hilfestellungen, u.a. auch bei Antragstellungen zum städtischen Härtefallfonds.

Trotz der ungünstigen Rahmenbedingungen für Reisen konnte Braunschweig mit über 974 regionalen und überregionalen Presseveröffentlichungen im Jahr 2020 eine größere Medienresonanz erzielen als 2019 (746 Veröffentlichungen in 2019). Die wachsende Zahl der Veröffentlichungen spiegelt das Medieninteresse an den Braunschweiger Themen, wie zum Beispiel im Jahr 2020 die Herausgabe des Merian Scout, der Lichtparcours 2020, die touristischen Angebote und Veranstaltungsangebote, sowie der damit verbundenen Kommunikationsbegleitung wider. Die Gesellschaft nutzte weiter erfolgreich die Möglichkeiten zur Bewerbung der Braunschweiger Themen mit überregionaler Strahlkraft, die sich mit dem Freiplakatierungskontingent aus dem Pachtvertrag mit Ströer/DSM ergeben. Die Online-Präsenz der Braunschweiger Wissenschafts- und Forschungslandschaft wurde auf der Internetplattform „BesserSmart“ weitergeführt. Auf ihr werden neben den großen Firmen auch weiterhin viele kleine und mittelständische Unternehmen sowie Forschungseinrichtungen und weitere Akteure in die Standortmarketingmaßnahmen der Braunschweig Stadtmarketing GmbH eingebunden.

	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Presseveröffentlichungen	974	746	662	540	499	507
Print und PresseOnline-Portale	756	527	515	483	468	472
davon regional	218	219	147	57	31	35
davon überregional						

Die Besucherzahlen der Touristinfo, Kleine Burg 14, konsolidierten sich in den Vorjahren mit mehr als 100.000 Kunden pro Jahr auf einem sehr hohen Niveau, das durch die wiederholten Schließungen in den Lockdownphasen in 2020 mit 55.438 Gästen (Vorjahr ca. 101.161 Gäste) nicht erreicht werden konnte. Gerade in der besucher- und umsatzstarken Vorweihnachtszeit war die Touristinfo, wie der gesamte Einzelhandel in der Innenstadt vom Lockdown der zweiten Corona-Welle betroffen. Die Umsätze der Souvenir- und Merchandisingverkäufe sanken gegenüber dem Vorjahr um 48,9 % auf 186 T€ (Vorjahr 383 T€). Die Kennzahlen der Touristinfo haben sich wie folgt entwickelt:

	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Besucherzahlen	55.438	101.161	102.092	113.450	121.461	98.602
Jahresumsatz	186.045	382.734	368.772	380.809	462.409	403.349

Handwritten signature

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. Ähnliches konnte sich in 2020 nicht wiederholen, da umsatzstarke Monate wegbrachen und sowohl der Ticketverkauf für den Lichtparcours als auch die Neuauflage von Souvenirs wie dem Steiff-Löwen und dem Playmobil-Set „Heinrich und Mathilde“ dies nicht auffangen konnten.

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 624.952 Zugriffen (Vorjahr: 565.436) auf einem sehr hohen Niveau ausgebaut werden. Die Steigerung in den Zugriffszahlen ist möglicherweise darauf zurückzuführen, dass potentielle Gäste sich zur Vorbereitung zukünftiger Besuche verstärkt online informiert haben. Die Zahl der Hotelübernachtungen in Braunschweig ist durch die Auswirkungen der Pandemie nicht mit den Vorjahren vergleichbar und deutlich gesunken. 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 auf der bildbezogenen Plattform Pinterest. Attraktive Möglichkeiten bieten auch die Braunschweig App mit der erweiterten Augmented Reality-Anwendung und das Braunschweig Blog. Insbesondere das Blog erfreut sich weiterhin großer Beliebtheit bei den Nutzern. Mit 85 (Vorjahr 103) neuen Einträgen konnten 154.504 Besucher (Vorjahr: 119.886 Besucher) mit einer durchschnittlichen Lesezeit von 1,02 Minuten erreicht werden. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund beachtlich, dass die durchschnittliche Lesezeit einer Internetseite ca. 40 Sekunden liegt. Auch an dieser Stelle zeigt sich deutlich, dass die Nutzer durch die Umstände der Corona-Pandemie deutlich mehr auf digitale Medien zugegriffen haben und die Braunschweig Stadtmarketing GmbH mit interessanten Inhalten auf ihren Medien Besucher anziehen konnte.

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 2020 mit einem Jahresfehlbetrag von 1.851 T€ ab. Aufgrund der Corona-Pandemie wurde ein Nachtragswirtschaftsplan erstellt, der einen Jahresfehlbetrag von 2.344 T€ ausweist. Dieser prognostizierte Jahresfehlbetrag 2020 wird um 493 T€ deutlich unterschritten. Dies ist in erster Linie auf die höher als erwartet ausfallende Pachtzahlung von Ströer/DSM zurückzuführen, die um 372 T€ höher ausfiel als bei Erstellung des Nachtragswirtschaftsplanes absehbar war. Zu diesem Zeitpunkt war die Gesellschaft in Verhandlungen mit Ströer/DSM, da dort Erlöse in erheblichem Umfang wegubrechen drohten. Die Ertragssituation von Ströer/DSM entwickelte sich im zweiten Halbjahr 2020 deutlich besser als angenommen, so dass die zunächst vereinbarte Reduktion von 30% nicht vollständig griff. Weiterhin konnten die Maßnahmen zur Umsetzung des Tourismuskonzeptes und des Congresskonzeptes, sowie der Besuch der Hansetage in Brilon nicht umgesetzt werden, was zu einer Verringerung der Aufwendungen führte. Das Manifest fand nicht statt, so dass der eingeplante Sponsorbeitrag eingespart werden konnte. Im Bereich „Kommunikation“ wurde außerdem die Bewegtbildproduktion gestoppt, um den wegbrechenden Erlösen entgegenzuwirken. Und im Personalbereich wurden Vakanzen nicht wiederbesetzt und durch Kurzarbeit Personalkosten eingespart. Alle Maßnahmen führten zusammen dazu, dass fehlende Erlöse teilweise

ausgeglichen werden konnten und die Gesellschaft das Defizit trotz der erheblichen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf dem Niveau des ursprünglichen Wirtschaftsplanes 2020 halten konnte.

Die Umsatzerlöse liegen mit 2.140 T€ um 877 T€ unter dem Vorjahreswert. Diese deutliche Verringerung spiegelt die Gesamtsituation durch die ausgefallenen Veranstaltungen und abgesagten touristischen Leistungen wieder. Der Wegfall dieser Leistungen konnte zum Teil durch im Bereich Kommunikation eingeworbene Projekte wie den „Kitaplaner“ mit der entsprechenden Kampagnenbegleitung, sowie weiteren Kampagnen wie die Corona-Kampagne und „Zu Hause bleiben“, aufgefangen werden. Die Rückgänge der Erlöse aus Verkäufen von Merchandising- und Souvenirartikeln in der Touristinfo schlagen in vollem Umfang auf das Gesamtergebnis durch. Eine erhebliche Verringerung der Umsatzerlöse ist auch durch den Wegfall von 134 T€ aus der Verpachtung der Werberechte im öffentlichen Raum entstanden. Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH hat mit dem Partner DSM/Ströer aufgrund erheblicher Umsatzausfälle einen Nachtrag zum bestehenden Vertrag über die im Verhältnis zum tatsächlichen Umsatzrückgang anteilige Verringerung der Festpacht für 2020 und das erste Quartal 2021 geschlossen.

Die sonstigen betrieblichen Erträge liegen mit 9 T€ leicht unter dem Vorjahreswert und enthalten wieder Lohnerstattungen der Krankenkassen in Höhe von 11 T€ für zwei Schwangerschaften im Jahr 2020.

Der Materialaufwand liegt mit 1.420 T€ um 543 T€ unter dem Vorjahreswert von 1.963 T€. Die Verringerung begründet sich analog zur Verringerung der Umsatzerlöse im Wegfall der Aufwendungen für die Umsetzung der durch Partner finanzierten Projekte, wie zum Beispiel Weihnachtsmarkt, modeautofrühling und mummegenussmeile, aber auch Reiseplaner und touristische Leistungen.

Der Personalaufwand liegt mit 2.032 T€ (- 78 T€) unter dem Vorjahr. Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH hat den wegbrechenden Erlösen auch durch Konsequenzen im Personalbereich entgegengewirkt. So wurden freigewordene Stellen nicht nachbesetzt und Kurzarbeit angesetzt, die zu Erstattungen von Kurzarbeitergeld durch die Arbeitsagentur führte.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind gegenüber dem Vorjahr um 23T€ auf 591 T€ gestiegen. Grund hierfür ist in erster Linie die im Jahresabschluss vorgenommene Korrektur der Werthaltigkeit von Forderungen aus dem Sondernutzungsbereich, da Insolvenzen bei den Sondernutzungsnehmern befürchtet werden. Gegenläufig sanken die Reisekosten, was die Wertminderung jedoch nicht ausgleichen konnte.

Die Abschreibungen verringern sich umzugsbedingt um 13 T€.

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH schließt das Geschäftsjahr 2020 mit einem Jahresfehlbetrag von 1.851 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 2020 zur Verfügung.

2.3.Finanzlage

Die nicht-profitablen 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.

	2020 TEUR	2019 TEUR	2018 TEUR	2017 TEUR
Finanzmittel am Beginn der Periode	632	406	612	691
Cash Flow lfd. Geschäftstätigkeit	-2.018	-1.462	-1.736	-1.563
Cash Flow Finanzierung	1.967	1.697	1.544	1.512
Cash Flow Investition	5	-9	-14	-28
Finanzmittel am Ende der Periode	586	632	406	612

Der negative Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von 2.018 T€ und aus der Investitionstätigkeit von 5 T€ wird durch die Gesellschaftereinlage nicht vollständig kompensiert werden und führt somit zu einer Minderung des Finanzmittelbestandes um 47 T€.

2.4.Vermögenslage

Das Gesamtvermögen und -kapital ist im Vergleich zum Vorjahr um 116 T€ gestiegen.

3. Risiko- und Chancenbericht

Das Unternehmen hat auch vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie die Braunschweiger Marketingthemen weiter vorangetrieben. Insbesondere die Plattform „Besser Smart“ als Kommunikations- und Vernetzungsplattform für Wirtschaft und Forschung führte zur Stärkung des Standortmarketings. Das in 2018 beauftragte Tourismuskonzept sollte ab Frühjahr 2020 umgesetzt werden, was durch den Lockdown ab März und die nachfolgenden Monate und die Konsequenzen für die Partner aus Hotellerie, Tourismus und Kultur unmöglich wurde. Eine offizielle Vorstellung musste ebenso unterbleiben, wie eine öffentliche Präsentation. Eine finanzielle Beteiligung der Partner an der Umsetzung der Maßnahmen war durch die wirtschaftlichen Belastungen der Pandemie für Partner und Unternehmen auch nicht umsetzbar. Die Maßnahmen zur Stärkung des



Tourismus mussten somit in das Jahr 2021 geschoben werden und sollen nun nach dem derzeitigen Lockdown umgesetzt werden.

Die im Kongresskonzept entwickelten Maßnahmen zur Stärkung der Kongressmarketingaktivitäten konnten aus den oben angeführten Gründen ebenfalls nicht wie geplant umgesetzt werden und wurden in 2021 geschoben. Vorbereitende Schritte zum Aufbau des Congressnetzwerkes wurden jedoch bereits unternommen.

Die Zusammenarbeit mit dem Handel der Innenstadt, der Hotellerie, der Gastronomie und mit anderen touristischen Leistungsträgern hat sich in 2020 auch in der Corona-Krise 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 Projektsponsoren, die damit verbundene Konzeption und Finanzierung der Stadtmarketingmaßnahmen sowie die Erschließung weiterer Umsatzpotentiale und die Steigerung der Deckungsbeiträge sind weiterhin zentrale Ziele der Gesellschaft. So konnte die Braunschweig Stadtmarketing trotz der wirtschaftlich schwierigen Lage für viele Partner Sponsoren für ihre verbleibenden Veranstaltungsformate finden. Die Bemühungen, Sponsorenverträge mit einer mehrjährigen Laufzeit zu schließen, konnten nur eingeschränkt fortgeführt werden. Die Partner stärkte die Gesellschaft weiterhin durch die Möglichkeiten des Freiplakatierungskontingentes aus dem Werbevertrag mit Ströer DSM. Eine solide Basis wurde den Partnern durch den Härtefallfonds angeboten, in dem die Braunschweig Stadtmarketing GmbH eine beratende Funktion bei der Antragstellung für die Leistungsträger anbot. Die andauernden Auswirkungen der Corona-Pandemie stellen auch in 2021 eine erhebliche Herausforderung für die Gesellschaft dar.

Es zeigt sich stark, dass die Veranstaltungen rund um die verkaufsoffenen Sonntage durch beschränkende Maßnahmen zur Pandemiebekämpfung gefährdet sind. Die Gewerkschaft ver.di strengte ein Klageverfahren gegen die Sonntagsöffnung zur Winterkunstzeit zu Beginn des Jahres 2020 an. Im Rahmen eines gerichtlichen Vergleichs konnte die Gesellschaft aber drei der bisher vier verkaufsoffenen Sonntage durchsetzen. Die Gewerkschaft hat sich zu den verkaufsoffenen Sonntagen 2021 kritisch positioniert. Ob tatsächlich wieder eine Klage angestrengt wird, ist unklar. Eine Aussicht auf Erfolg wird allerdings von der Rechtsberatung der Gesellschaft bezweifelt.

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 der Kurzarbeit und personellen Wechseln in Folge von Krankheiten und Schwangerschaften, die verschiedene Bereiche betrafen. Diese besonderen Ereignisse führen zu verminderter Produktivität.

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

Das Klageverfahren zur Kapitalertragssteuer aus 2014 ist nach wie vor anhängig. Der Steuerbescheid über 251 T€ ging der Gesellschaft zu und wurde von ihr beglichen. Die Gesellschafterin hat als Schuldnerin der Kapitalertragssteuer den Betrag gegenüber der Gesellschaft ausgeglichen. Der vom Steuerberater eingelegte Einspruch gegen den Bescheid ruht mit Hinblick auf das laufende Gerichtsverfahren. Die Schadensersatzforderung gegenüber dem Steuerberater respektive dessen Versicherung besteht weiterhin und wird nun nach Vorliegen der Vollmacht der Gesellschafterin von der Gesellschaft weiterverfolgt.

4. Prognosebericht

Der Prognosebericht basiert auf der Grundlage des Wirtschaftsplans 2021.

Der Wirtschaftsplan 2021 enthält eine städtische Einlage in Höhe von 2.279 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 2021 gesondert ausgewiesen. Der Einlagebetrag ist Corona-bedingt höher angesetzt, da die Gesellschaft auch im Jahr 2021 durch wegfallende Veranstaltungen und nicht zu erbringende touristische Leistungen einen höheren Finanzbedarf durch die fehlenden Deckungsbeiträge zum Zeitpunkt der Erstellung des Wirtschaftsplanes einplanen musste.

Die geplante Erhöhung der Raumkosten bedingt sich durch die neu bezogenen Räumlichkeiten. Der Umzug diene der zukunftsfähigen Ausgestaltung der Raumkapazitäten, der Verbesserung der Auffindbarkeit und der Erreichung zeitgemäßer Baustandards mit Blick auf Klimaschutz und Energiekosten. Deutlich besser wurde die Situation der nun belüftbaren Besprechungsräume, was gerade in der derzeitigen Pandemiesituation bei den Außenkontakten im Rahmen des Stadtmarketings und der Wirtschaftsförderung als zwingend notwendig anzusehen ist.

Im allgemeinen Veranstaltungsbereich werden im Vergleich zum Wirtschaftsplan 2020 die Erlöse mit 835.000 € geringer als im Vorjahr angesetzt (Vorjahr: 865.000 €). Hier wurde vorsichtig optimistisch auf das Jahr geblickt, weil sich in 2020 zeigte, dass alternative, zum Teil digitale Konzepte Umsatzerlöse sichern konnten. Die Gesellschaft hofft in 2021 wieder einen Weihnachtsmarkt ausrichten zu können, der mit 420.000 € einen nicht unerheblichen Beitrag zu den Erlösen beiträgt.

Die „Erlöse aus Werberechten“ sind mit 837 T€ um 200 T€ geringer als in den Vorjahren geplant. Sie tragen jedoch auch mit diesem Ansatz erheblich zur Gesamtfinanzierung der Gesellschaft bei. Der Vertragspartner DSM Ströer hat für das erste Quartal um eine Reduktion der Festpachtzahlung gebeten. Die von der Gesellschaft in Absprache mit der Gesellschafterin gewährt wurde. Nach Abschluss des Quartals wird anhand der erzielten Umsätze geprüft werden, ob die Reduktion bestehen bleibt oder der Ursprungspachtbetrag nachgezahlt wird. DSM Ströer konnte im Innenstadtbereich mittlerweile sechs digitale Werbeträger aufstellen und ist an weiteren Möglichkeiten zur Aufstellung und Modernisierung von Werbeträgern zur Sicherung der Pachtumsätze stark interessiert.

In den Aufwendungen für Marketingmaßnahmen (328.800 €) sind in 2021 erneut Mittel für die Stärkung des Standortmarketings durch Bewegtbildproduktion und den Social Media Bereich erhalten. Insbesondere das Standortportal „Besser Smart“ soll durch spezielle Maßnahmen weiter ausgebaut werden. Für das touristische Themenmarketing sind 50 T€ eingeplant.

Die vertragsgemäße Einlage für die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH ist im Aufwand mit 165.500 € 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.


Handwritten signature

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 ab 2020 jährlich eine Einlage von 165,5 T€ in die Gesellschaft, um Defizite aus dem Betrieb zu decken. Die Vermietung der Räume erbrachte bedingt durch die Corona-Pandemie in 2020 deutlich weniger Erlöse für die Gesellschaft. Dafür konnten eine größere Anzahl von Förderprojekten eingeworben werden. Der Anspruch der Gegenfinanzierung der städtischen Mittel durch Beiträge aus der Wirtschaft und anderer Partner ist weiterhin im Grunde erfüllt. Die Fortführung des Engagements als Gesellschafterin wurde 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 festgeschrieben. Der Einlagebetrag für das Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH wird in Wirtschaftsplan und Jahresabschluss im Aufwand dargestellt.

Braunschweig, den 2. März 2021



Gerold Leppa
Geschäftsführer



**Jahresabschluss 2020
der
Haus der Wissenschaft
Braunschweig GmbH**

BILANZ

zum 31. Dezember 2020

AKTIVSEITE		PASSIVSEITE	
	31.12.2020 EUR	Zum Vergleich: 31.12.2019 EUR	31.12.2020 EUR
A. ANLAGEVERMÖGEN			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähn- liche Rechte und Werte sowie Lizen- zen an solchen Rechten und Werten			
I. Gezeichnetes Kapital			25.000,00
II. Kapitalrücklage			253.909,80
III. Jahresfehlbetrag	1.00	3	94.592,98
II. Sachanlagen Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	6.373,00	6.518	36.250,63
B. UMLAUFVERMÖGEN			
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	571,20	38.327	7.872,89
2. Sonstige Vermögensgegenstände	2.048,06	6.244	3.432
II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	261.654,46	131.217	11.878
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN			
	2.410,19	2.377	19.500
	270.438,65	184.686	270.438,65
			184.686

für die Zeit vom
1. Januar bis 31. Dezember 2020

	Zur Vergleich: 2019		
	EUR	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse			
2. Sonstige betriebliche Erträge		340.672	
3. Materialaufwand:		23.682	
Aufwendungen für bezogene Leistungen			
4. Personalaufwand:		182.055	
a) Löhne und Gehälter			
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung		245.252	
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	290.476,70		
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	64.287,53	50.345	
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge			
8. Jahresfehlbetrag			
			17.620
			52.686
			0
			- 183.604



**Lagebericht 2020
der
Haus der Wissenschaft
Braunschweig GmbH**

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2020

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 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 2020 war vor allem geprägt durch die Auswirkungen der Coronapandemie, weshalb geplante Förderprojekte und Veranstaltungen nicht wie geplant umgesetzt werden konnten.

Seit Mitte März 2020 wurden alle analogen Veranstaltungen abgesagt. Ersatzlos entfallen sind die Formate „NDR Info - Wissenschaft aus Braunschweig“, die „KiWi Forschertage“ sowie die Veranstaltungsreihen „Astroherbst“ und „Luftfahrt der Zukunft“.

Für die meisten Projekte wurden nach Ausbruch der Pandemie in Abstimmung mit den Partnern und Fördermittelgebern digitale Konzepte erstellt und anschließend umgesetzt. Dies betrifft unter anderem die beiden beim Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Rahmen des Wissenschaftsjahres 2020 eingeworbenen Förderprojekte „Science Slam“ und „Escape Game“.

Für die im Rahmen des Projekts „Make Your School“ geplanten Hackathons an Schulen und die von der Stadt Braunschweig geförderten Austausch- und Vernetzungsformate im TRAFO Hub wurden digitale Alternativen erarbeitet und durchgeführt.

Auch weitere Projekte wurden an die Umstände der Coronapandemie angepasst. So wurde die Online-Plattform „Wissenswelle“ auch um digitale Angebote erweitert. Die „AGIMUS Nachhaltigkeits-Talks“ sowie der „Health Hack“ wurden digital durchgeführt und als Stream live auf YouTube ausgestrahlt. Daneben hat die Gesellschaft eigene digitale Veranstaltungen zu aktuellen Themen im Corona-Kontext durchgeführt und es konnten zusätzliche Aufträge für digitale Veranstaltungen eingeworben werden.

Die Anzahl der Raumvermietungen ging aufgrund der Pandemie im Vergleich zu den Vorjahren zurück.

2. Darstellung der Lage

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

a. Vermögenslage

Die Kapitalrücklage verringerte sich geringfügig um 1 T€ gegenüber dem Vorjahr und liegt damit unter dem Planwert. Der Jahresfehlbetrag liegt mit 184 T€ ebenfalls etwas unter dem im Wirtschaftsplan 2020 prognostizierten Wert von 188 T€.

Die Rückstellungen sind im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt 17 T€ geringer eingestellt worden.

Coronabedingt konnten verschiedene Projekte nicht in dem geplanten Umfang durchgeführt werden, so dass bereits abgerufene Mittel abgegrenzt wurden. Folglich sind die Flüssigen Mittel und der passive Abgrenzungsposten in sehr deutlichem Umfang angestiegen.

b. Finanzlage

Die Aufgabenstellung der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH, die unprofitable Bereiche einschließt, erfordert die fortlaufende Zuführung von Finanzmitteln für den laufenden Geschäftsbetrieb.

Mittel für Investitionstätigkeiten der Gesellschaft betreffen allgemein Neu- bzw. Ersatzinvestitionen in die 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:

	2020 in T€	2019 in T€	2018 in T€	2017 in T€
Finanzmittel am Beginn der Periode	131	182	103	168
Cashflow lfd. Geschäftstätigkeit	-45	-205	-78	-229
Cashflow Finanzierung	183	167	167	167
Cashflow Investition	-9	-13	-9	-3
Finanzmittel am Ende der Periode	259	131	182	103

Der negative Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von 45 T€ und aus der Investitionstätigkeit von 9 T€ kann durch die Gesellschaftereinlagen deutlich überkompensiert werden und führt zu einem Anstieg des Finanzbestandes um 128 T€.

c. Ertragslage

Die wirtschaftlichen Grundlagen für die Aktivitäten der Gesellschaft sind:

- Kapitaleistungen der Gesellschafter Braunschweig Stadtmarketing GmbH, UNION Kaufmännischer Verein von 1818 e.V. und des Arbeitgeberverbandes Region Braunschweig e.V. gemäß Gesellschaftsvertrag
- Sachleistungen, u.a. die Raumüberlassung der Gesellschafterin Innovationsgesellschaft der Technischen Universität Braunschweig mbH
- Fördermittel
- Einnahmen aus Raumvermietung der zur Verfügung gestellten Räumlichkeiten
- Sponsoringleistungen
- projektbezogene Dienstleistungen

Insgesamt sind die Umsatzerlöse im Vergleich zum Vorjahr von 341 T€ auf 319 T€ gesunken. Damit wurde der geplante Wert von 313 T€ leicht übertroffen. Einerseits gab es coronabedingte Umsatzrückgänge. So sind die Erträge aus der Raumvermietung aufgrund der Coronapandemie um ca. 72 % gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. Andererseits konnten die Fördermittel des BMBFs im Vergleich zum Vorjahr um 98 T€ gesteigert werden, was zu einem Anstieg der Umsatzerlöse geführt hat. Weitere 85 T€ der vereinnahmten Fördermittel des BMBFs wurden für die Durchführung der jahresübergreifenden Projekte nach 2021 abgegrenzt.

	2020	2019	2018	2017	2016
Erlöse aus Raumvermietung	12.976 €	46.493 €	38.226 €	42.446 €	42.299 €
Fördermittel BMBF	172.600 €	74.700 €	91.228 €	90.313 €	

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind in erster Linie durch den Wegfall von Erstattungen aus dem Aufwendungsausgleichsgesetz von 24 T€ auf 13 T€ gesunken.

Der Betriebsaufwand ist von insgesamt von 548 T€ um 31 T€ auf 517 T€ gesunken. Dabei ist der Materialaufwand von 182 T€ auf 105 T€ gesunken und der Personalaufwand von 296 T€ auf 355 T€ gestiegen. Dies erklärt sich durch den Ersatz der pandemiebedingt ausgefallenen Veranstaltungen durch digitale Formate, die weniger Materialeinsatz und mehr Personalleistung bedürfen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind durch geringere Ausgaben bei der Raumvermietung und pandemiebedingte geringere Reisekosten um 5 T€ auf 48 T€ gesunken (Vorjahr 53 T€). Die Abschreibungen sind von 18 T€ im Vorjahr auf 9 T€ gesunken, da weniger Betriebsausstattung angeschafft wurde.

Die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH schließt das Geschäftsjahr 2020 mit einem Jahresfehlbetrag von 184 T€ (Vorjahr: 184 T€) ab. Der Fehlbetrag liegt geringfügig unter dem im Wirtschaftsplan 2020 geplanten Ergebnis von 188 T€.

C. PROGNOSEBERICHT

Der Prognosebericht basiert auf dem Wirtschaftsplan 2021. Oberstes Ziel der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH ist auch in 2021 die Stärkung des Dialogs zwischen Wissenschaft, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft. Dabei wird weiterhin mit Einschränkungen durch die Coronapandemie gerechnet, weshalb der Fokus der Aktivitäten auf digitalen Formaten liegt.

Erstmals konnten für das Wissenschaftsjahr 2020/21 mit den Projekten „Science Slam“, „Escape Room“, „Landwirtschaftssimulator“ und „Science Watch Parties“ vier Förderprojekte beim Bundesministerium für Bildung und Forschung eingeworben werden.

Die Förderung der Stadt Braunschweig zur Durchführung von Austausch- und Vernetzungsformaten zum Thema Digitalisierung wurde aufgrund der Coronapandemie bis Ende Juni 2021 verlängert. Gespräche über ein Anschlusskonzept laufen derzeit noch. Zusätzliche Einnahmen werden durch die Aktivitäten für den ForschungRegion e.V. und die Förderungen der Projekte „Make Your School“ sowie der Online-Plattform „Wissenswelle“ generiert.

Im Raumvermietungsgeschäft wird bedingt durch die Pandemie weiterhin mit Einschränkungen gerechnet.

Im Wirtschaftsplan 2021 geht die Gesellschaft mit 369 T€ von einer Steigerung der Erlöse im Wirtschaftsjahr 2021 aus. Es sind Aufwendungen für Personal, Projektaufwendungen und allgemeine Betriebskosten in Höhe von insgesamt 557 T€ geplant. Damit weist der Wirtschaftsplan 2021 einen Jahresfehlbetrag von 188 T€ aus und ist somit unter Berücksichtigung der Einlagen der Gesellschafter und der geplanten Entnahme aus dem Kapitalvermögen ausgeglichen.

Da deutlich mehr Aktivitäten ins Jahr 2021 geschoben werden mussten als ursprünglich geplant, wird aktuell davon ausgegangen, dass sowohl die Umsatzerlöse, als auch die mit den Umsatzerlösen verbundenen Aufwendungen in 2021 deutlich über den im Wirtschaftsplan 2021 aufgeführten Werten liegen werden. Je nach weiterem Verlauf der Pandemie sind aber gegenläufige negative Effekte auf die Umsätze nicht auszuschließen.

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 bei der Anwerbung von Fördermitteln und Sponsorings naturgemäß in Konkurrenz zu anderen Einrichtungen und Initiativen, die auf Förderung angewiesen sind. Darüber hinaus ist in 2021 weiterhin mit Einschränkungen durch die Coronapandemie zu rechnen. Dies betrifft bspw. die Einnahmen aus der Raumvermietung oder Projekte, die nicht wie geplant durchgeführt werden können.

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 weiter an dem Ziel, zusätzliche Fördermittel und Aufträge zur paritätischen Gegenfinanzierung der Einlagen der Gesellschafter einzuwerben.

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 kontinuierlich angepasst und verbessert werden, um die Attraktivität für Gesellschafter, Partner aus Wissenschaft und Wirtschaft sowie für Sponsoren und Förderer weiter 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 dem Arbeitgeberverband Braunschweig e.V., verschiedenen Förderungen 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 aber über die vorhandenen Ressourcen abgedeckt werden können.

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

Braunschweig, 22.02.2021


Thorsten Witt
Geschäftsführer

