

*Betreff:***Braunschweig Stadtmarketing GmbH - Jahresabschluss 2022 -
Feststellung***Organisationseinheit:*

Dezernat VII

20 Fachbereich Finanzen

Datum:

24.04.2023

Beratungsfolge

Ausschuss für Finanzen, Personal und Digitalisierung (Entscheidung)

Sitzungstermin

04.05.2023

Status

Ö

Beschluss:

„Die Vertreter der Stadt Braunschweig in der Gesellschafterversammlung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH werden angewiesen, den Jahresabschluss 2022 mit einem Jahresfehlbetrag von 1.862.683,02 € 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 Ausschuss für Finanzen, Personal und Digitalisierung (FPDA) zuständig ist.

Der Aufsichtsrat hat am 14. April 2023 den Jahresabschluss 2022 beraten und eine entsprechende Beschlussempfehlung abgegeben.

Im Jahresabschluss 2022 werden Gesamterträge (Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge) in Höhe von 3.123.030,46 € und Aufwendungen in Höhe von 4.985.713,48 € ausgewiesen, so dass für das Geschäftsjahr 2021 ein Fehlbetrag von 1.862.683,02 € entstanden ist.

Die Entwicklung der Aufwands- und Ertragspositionen im Vergleich ergibt sich aus der nachfolgenden Übersicht:

	Angaben in T€	IST 2021*	Plan 2022	NTWP 2022	IST 2022*	Nachrichtlich: Plan 2023
1	Umsatzerlöse	2.636,9	3.048,1	3.048,1	3.042,1	3.069,8
1a	% zum Vorjahr/Plan		+15,6	+15,6/0,0	+15,5/0,0	+0,7/+0,9
2	Sonstige betriebliche Erträge	83,8	0,0	0,0	81,0	0,0
	Summe Erträge	2.720,7	3.048,1	3.048,1	3.123,1	3.069,8
3	Materialaufwand	-1.784,5	-2.094,3	-2.344,3	-2.063,7	-2.135,0
4	Personalaufwand	-2.040,0	-2.588,0	-2.520,9	-2.238,0	-2.916,1
5	Abschreibungen	-26,5	-36,5	-36,5	-15,5	-30,0
6	Sonstige betriebliche Aufwendungen	-652,2	-701,1	-701,1	-478,9	-794,0
7	Abschreibungen auf Finanzanlagen	0,0	0,0	0,0	-165,5	0,0
	Summe Aufwendungen	-4.503,2	-5.419,9	-5.602,8	-4.961,6	-5.875,1
8	Betriebsergebnis (Summe 1 bis 7)	-1.782,5	-2.371,8	-2.554,7	-1.838,5	-2.805,3
9	Zins-/Finanzergebnis	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
10	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
11	Ergebnis nach Steuern (Summe 8 bis 10)	-1.782,5	-2.371,8	-2.554,7	-1.838,5	-2.805,3
12	sonstige Steuern	-10,3	0,0	0,0	-24,2	0,0
13	Jahresergebnis (Summe 11 bis 12)	-1.792,7	-2.371,8	-2.554,7	-1.862,7	-2.805,3
14	Entnahme aus der Kapitalrücklage	0,0	239,2	489,2	0,0	397,4
15	Verbleibendes Jahresergebnis**	-1.792,7	-2.132,6	-2.065,5	-1.862,7	-2.407,9
	* aus der Gewinn- und Verlustrechnung des jeweiligen Jahresabschlusses					
	** entspricht dem von der Stadt geplantem/gezahltem Einlagebetrag					

Im Rahmen der Abschlussprüfung hatte die Abschlussprüferin die Ansicht geäußert, dass die Mittelzuführung der BSM an die ‚Haus der Wissenschaft GmbH‘ (Beteiligung BSM: 25,2 %) nicht (mehr) beim sonstigen betrieblichen Aufwand zu verbuchen ist, sondern als ‚Abschreibungen auf Finanzanlagen‘ (s. o.: neue Zeile 7). Die obige Tabelle beinhaltet jedoch beim IST 2021 die Struktur aus der Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) des testierten Jahresabschlusses 2021. In der dieser Vorlage beigegefügt GuV zum Jahresabschluss 2022 wurden die Vorjahresvergleichswerte jedoch angepasst.

Gegenüber der Planung 2022 waren beim Materialaufwand geringere Kosten zu verbuchen aufgrund später begonnener Maßnahmen zur Veranstaltungskommunikation. Auch beim Personalaufwand konnten Einsparungen erreicht werden durch spätere Nachbesetzungen.

Im Vergleich zum Vorjahresergebnis 2021 ist insbesondere ein Anstieg des Materialaufwandes zu verzeichnen aufgrund des gestiegenen Veranstaltungsaufwandes gegenüber dem Corona-Jahr 2021.

Im Geschäftsjahr wurden Investitionen in Höhe von rd. 12,3 T€ für Betriebs- und Geschäftsausstattung vorgenommen.

Der Jahresabschluss der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH (HdW), an der die BSM mit 25,2 % beteiligt ist, weist einen Fehlbetrag von 174.953,36 € aus. Dieser wird durch die Kapitalrücklage gedeckt, in die die Gesellschafter insgesamt 182,5 T€ eingezahlt haben, davon 165.500,00 € durch die BSM (s. o.).

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

Die Bilanzen und Gewinn- und Verlustrechnungen sowie die Lageberichte für das Geschäftsjahr 2022 der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH sind als Anlagen beigegefügt.

Anlage/n: Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnungen und Lagebericht 2022 jeweils der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH

**Jahresabschluss 2022
der
Braunschweig Stadtmarketing GmbH**

BILANZ

zum 31. Dezember 2022

AKTIVSEITE		PASSIVSEITE	
	31.12.2022 EUR	Zum Vergleich: 31.12.2021 EUR	31.12.2022 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.	2.353,00	2.715	
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	3.414,00	3.953	
2. Technische Anlagen und Maschinen	21.683,00	29.501	
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	16.813,00	11.274	
	41.910,00	44.728	
III. Finanzanlagen			
Beteiligungen	6.300,00	6.300	53.743
	50.563,00		
B. UMLAUFVERMÖGEN			
I. Vorräte			
Fertige Erzeugnisse und Waren	169.318,50	159.215	
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.117.529,50	1.090.263	
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	5.000,00	0	
3. Sonstige Vermögensgegenstände	8.714,13	9.113	
	1.131.243,63	1.099.376	
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	664.322,80	527.617	1.786.208
	1.964.884,93		
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN			
	22.359,40	24.384	
	2.037.807,33	1.864.335	
			2.037.807,33
			1.864.335

[Handwritten signature]

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für die Zeit vom

1. Januar bis 31. Dezember 2022

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. Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen
9. Ergebnis nach Steuern
10. Sonstige Steuern
11. Jahresfehlbetrag

	2022	Zum Vergleich:
EUR	EUR	2021
		EUR
	3.042.049,61	2.636.873
	80.980,85	83.863
	255.437,58	183.424
	1.808.233,24	1.601.024
		1.784.448
	1.737.810,60	1.577.333
	500.153,82	462.717
	2.237.964,42	2.040.050
	15.483,98	26.450
	478.924,88	486.658
	- 165.500,00	- 165.500
	0,00	12
	- 1.838.513,44	- 1.782.382
	24.169,58	10.319
	- 1.862.683,02	- 1.792.701

[Handwritten signature]

**Lagebericht 2022
der
Braunschweig Stadtmarketing GmbH**

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2022

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 und/oder Nutzer. Nach Möglichkeit erfolgt die Refinanzierung über Einnahmen aus dem Warenverkauf, aus Dienstleistungen, durch Sponsoringleistungen Dritter sowie 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 Initiierung, die 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.

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 sowie 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.

Auch im ersten Halbjahr 2022 wurde die geschäftliche Aktivität der Gesellschaft noch von den Auswirkungen der Corona-Pandemie und den damit verbundenen einschränkenden Entscheidungen der Bundes- und Landesregierung beeinflusst. In der zweiten Jahreshälfte normalisierte sich die Geschäftslage trotz der Energiekrise und Eintrübung der Konsumlaune sukzessive, so dass die geplanten Erlöse insgesamt erzielt werden konnten. Die Geschäftsbereiche entwickelten sich dabei aber sehr unterschiedlich. In den Bereichen Tourismus und Veranstaltungsmanagement konnten insgesamt auf das Jahr betrachtet die fehlenden Erlöse aus der Zeit des Lockdowns zu Beginn des Jahres nicht aufgefangen werden, zumal auch die Kostensteigerungen durch die Energiekrise zu höheren Aufwendungen führten. Das Flächenmanagement entwickelte sich dazu gegenläufig positiv, u.a. auch wegen der zusätzlichen Betreuung neuer Veranstaltungsformate außerhalb der Okerumflut. Die Gesellschaft besetzte vakante Stellen zeitversetzt und reduzierte bei Projekten, deren Erlöse wegbrachen, die Kosten, sodass es gelang, das geplante Jahresergebnis trotz der Auswirkungen der Krisen noch deutlich zu unterschreiten. Hierzu trug auch bei, dass der Vertragspartner für die Außenwerbung DSM/Ströer entgegen der sehr vorsichtigen Planung seine volle Pachtzahlung leisten konnte. Die Gesellschaft erbrachte wie in den Vorjahren in der Lockdown-Phase Leistungen zur Unterstützung der Partner, die nicht unmittelbar zu höheren Betriebserlösen führten. Für den Ausbau der Kommunikationsstrategie zu Veranstaltungen wurden zusätzliche Mittel in Höhe von 250 TEUR für die teils überregionale Bewerbung von Veranstaltungen aus den Bereichen Kultur, Sport und Convention zur Verfügung gestellt. Die Gesellschaft unterstützte ihre Partner auch in 2022 mit Beratungsleistungen und Hilfestellungen zur Krisenbewältigung. Insbesondere um die Belebung der Innenstadt nach der Lockdown-Phase zu stärken wurden mit den Projekten „Perspektive Innenstadt“ vom Land geförderte Maßnahmen zur Belebung der Frequenzen in der Innenstadt umgesetzt, die auch den entsprechenden Erfolg erzielten. Aus der Laserfrequenzmessung ergaben sich ab dem Sommer zunehmende Besuchsfrequenzen, die nur noch wenige Prozentpunkte unter dem Vorkrisenniveau lagen. Damit trug die Gesellschaft dazu bei, dass die Unternehmen gut durch die Krise kamen und wenige Insolvenzen und Zahlungsausfälle zu verzeichnen waren.

Braunschweig konnte mit über 883 regionalen und überregionalen Presseveröffentlichungen im Jahr 2022 wieder eine sehr große Medienresonanz erzielen (856 Veröffentlichungen in 2021). Diese Zahlen zeigen, dass die Braunschweiger Themen nicht nur regional, sondern auch überregional zunehmend Beachtung finden und zur Steigerung des positiven Images der Stadt beitragen. Die Weiterentwicklung der Kommunikationsstrategie zur Unterstützung der Veranstalter von Events und Conventions trägt mit hierzu bei. Die hohe Zahl der Veröffentlichungen spiegelt das Medieninteresse an den Braunschweiger Themen wieder, das die Gesellschaft zur erfolgreichen Bewerbung der Braunschweiger Themen mit überregionaler Strahlkraft nutzte. Das aus dem Pachtvertrag mit Ströer/DSM zur Verfügung stehende Freiplakatierungskontingent ergänzte die Strategie. 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.

	2022	2021	2020	2019	2018	2017
Presseveröffentlichungen in Print und PresseOnline-Portale	883	856	974	746	662	540
davon regional	684	741	756	527	515	483
davon überregional	199	115	218	219	147	57

Die Besucherzahlen der Touristinfo, Kleine Burg 14, konsolidierten sich in den Jahren vor der Corona-Pandemie mit mehr als 100.000 Kunden pro Jahr auf einem sehr hohen Niveau. Dieses

Niveau konnte durch den Lockdown zu Beginn des Jahres 2022 mit 85.297 Gästen (Vorjahr 52.569 Gäste) nicht erreicht, aber doch wieder deutlich gesteigert werden. Insbesondere das Weihnachtsgeschäft des Jahres 2022 konnte viel von den vorher erlittenen Einbußen ausgleichen. Auch der Umsatzverlust aus dem Souvenir- und Merchandisingverkauf konnte zum Teil aufgefangen werden. Der Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahresergebnis um 33,9 % auf 375 T€ (Vorjahr 280 T€) und liegt damit fast bei den Umsätzen vor der Pandemie. Die Kennzahlen der Touristinfo haben sich wie folgt entwickelt:

	2022	2021	2020	2019	2018	2017
Besucherzahlen	85.297	52.569	55.438	101.161	102.092	113.450
Jahresumsatz	374.995	280.017	186.045	382.734	368.772	380.809

Der Einbruch in 2020 begründet sich durch die Lockdown-Phasen, die insbesondere die umsatzstärksten Monate November und Dezember betrafen. In 2021 waren diese Monate nicht betroffen, die Neuauflage der Weihnachtsmarkt-Box, die unter anderem über die Touristinfo vertrieben wurde, sowie der Stadtgutschein als Geschenkalternative in Lockdown-Zeiten führten zu dem doch erheblichen Anstieg des Umsatzes bei niedrigen Besucherzahlen. Beide Angebote haben allerdings eine geringe Marge, sodass die Deckungsbeiträge immer noch auf niedrigerem Niveau als in den Vorjahren liegen.

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 628.450 Zugriffen (Vorjahr: 524.430) wieder gesteigert werden. Die Zahl der Hotelübernachtungen in Braunschweig lag auch in 2022 pandemiebedingt unter den Vorjahren. Der Bereich der Geschäftsreisenden erfährt eine gewisse Konsolidierung, der durch den zunehmenden Leisurereich gut ergänzt wird. Die Ausrichter von Konferenzen und Tagungen sind in 2022 allerdings noch eher zurückhaltend gewesen. 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 59 (Vorjahr 77) neuen Einträgen konnten 110.924 Besucher (Vorjahr: 132.297 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 beträgt. Die Bedeutung der digitalen Medien und Kanäle wuchs in der Corona Pandemie noch einmal deutlich an, dennoch besteht nach wie Nachfrage nach gedruckten Medien.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass es der Braunschweig Stadtmarketing GmbH gelungen ist, die Partnerschaften auch in Krisenjahren stabil zu halten. Die Rückmeldungen der Partner und Kunden zu den umfangreichen Informations- und Unterstützungsmaßnahmen sind sehr wertschätzend. Damit ist eine stabile Basis für die weitere Entwicklung vorhanden, auch wenn die Unternehmen teils durch konjunkturelle Eintrübungen unter Druck geraten sind.

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 und
- Verpachtung der Nutzungsrechte für Außenwerbung auf städtischen Grundstücksflächen.

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH schließt das Geschäftsjahr 2022 mit einem Jahresfehlbetrag von 1.863 T€ ab. Dieses Ergebnis liegt um 692 T€ deutlich unter dem im Nachtragswirtschaftsplan geplanten Jahresfehlbetrag von 2.555 T€. Der Wirtschaftsplan 2023 wurde wieder mit einem normalisierten Geschäftsverlauf aufgestellt.

Das sehr gute Ergebnis wurde im Wesentlichen durch zwei Effekte erzielt: Erstens konnte der Partner Ströer/DSM die Pachtzahlung in voller Höhe von 1.029 T€ leisten. Die angenommene Reduktion um 200 T€ Umsatzverluste griff nicht, da sich die Ertragssituation von Ströer/DSM insbesondere durch die digitalen Medien, die im Oktober 2020 in Betrieb genommen wurden, stabilisierte und das Vor-Corona-Niveau erreichte. Zweitens wurden im Personalbereich erneut durch zeitverzögerte Stellennachbesetzungen mit 283 T€ deutliche Einsparungen gegenüber den ursprünglichen Planungen erreicht. Weiterhin konnten einige Maßnahmen zur Umsetzung des Tourismuskonzeptes und des Kongresskonzeptes nicht umgesetzt werden, was ebenfalls zu einer Verringerung der Aufwendungen führte. Die im Projekt „Weihnachtsmarkt“ weggebrochenen Erlöse durch weniger Stände wurden durch die lange Laufzeit des Marktes vollständig ausgeglichen. Der Deckungsbeitrag des Marktes entwickelte sich durch Kosteneinsparungen u. a. durch eine leichte Reduzierung der Werbung und Einsparungen bei der Beleuchtung vor dem Hintergrund der Energiekrise trotz Kostensteigerungen in anderen Bereichen positiv und trug zum Gesamtergebnis der Gesellschaft bei. Positiv auf die Entwicklung der Erlöse wirkten sich auch die vom Land Niedersachsen geförderten Projekte im Rahmen der „Perspektive Innenstadt“ aus. Es wurden in 2022 vier Projekte angemeldet und durchgeführt, für die Fördermittel in Höhe von 202 T€ eingeworben werden konnten.

Die Umsatzerlöse liegen mit 3.042 T€ um 405 T€ über dem Vorjahreswert. Diese deutliche Steigerung spiegelt die Erholung der Gesamtsituation wieder. Die Veranstaltungen konnten in 2022 im geplanten Umfang durchgeführt werden. Hier wird aber zunehmend deutlich, dass die Gewinnung von Sponsoren vor dem Hintergrund der allgemeinen wirtschaftlichen Lage schwieriger wird. Die Deckungsbeiträge der Projekte gingen zum Teil spürbar zurück. Die Begleitung der Stadt in unterschiedlichsten Kampagnen konnte weiter verstärkt werden. So hat sich der „Kitaplaner“ als Projekt im Kommunikationsbereich etabliert, aber auch weitere Kampagnen wurden neu aufgegriffen. Die touristischen Erlöse konnten durch den erneuten langen Lockdown zu Beginn des Jahres bis April 2022 nicht im geplanten Umfang von 673 T€ erreicht werden, wiesen aber mit 386 T€ eine Steigerung von 82 T€ gegenüber dem Vorjahr mit 304 T€ aus. Die Umsatzverluste aus den ersten Monaten konnten im Rest des Jahres nicht mehr aufgeholt werden.

Die sonstigen betrieblichen Erträge liegen mit 3 T€ unter dem Vorjahreswert und enthalten wieder Lohnerstattungen der Krankenkassen in Höhe von 25 T€ für Schwangerschaften im Jahr 2022.

Der Materialaufwand liegt mit 2.063 T€ um 279 T€ über dem Vorjahreswert von 1.785 T€. Analog zu den gesteigerten Erlösen durch die Wiederaufnahme der Veranstaltungen stiegen auch die Aufwendungen. Die Förderprojekte zur Belebung der Innenstadt trugen mit 273 T€ zum Gesamtaufwand bei, denen 237 T€ Fördermittel gegenüberstehen. Den Differenzbetrag hat die Gesellschaft als Eigenanteil an den Projekten aus ihrem Budget finanziert.

Der Personalaufwand liegt mit 2.238 T€ deutlich über dem Vorjahr (+198 T€). Zum einen wurde eine neue Stelle für die Veranstaltungskommunikation geschaffen und für Altersteilzeit mussten entsprechende Rückstellungen gebildet werden. Zum anderen fielen die Erstattungen der Agentur für Arbeit für Kurzarbeit weg, da die Gesellschaft ihren Aufgaben nachgehen konnte und keine Kurzarbeit mehr ansetzen musste. Der angesetzte Personaletat von 2.421 T€ wurde jedoch unterschritten, da sich bei der Nachbesetzung freigewordener Stellen im Personalbereich vorübergehende Vakanzen ergeben haben. Für Personaldienstleistung wurden 95 T€ eingesetzt um personelle Engpässe zu überbrücken, die dem Materialaufwand zugeordnet sind, aber im Personalbudget angesetzt waren.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind gegenüber dem Vorjahr um 8 T€ auf 478 T€ gesunken. Die Einlage der Gesellschaft in die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH wurde abweichend zu den Vorjahren aus den „sonstigen betrieblichen Aufwendungen“ in „Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens“ umgegliedert wurde. Der Vorjahrsausweis wurde ebenfalls entsprechend angepasst.

Die Abschreibungen verringern sich durch Wertberichtigungen im Anlagevermögen auf 15 T€.

Ausgewogene Sparmaßnahmen führten insgesamt dazu, dass die Gesellschaft das mit kaufmännischer Vorsicht geplante Defizit trotz der auch im dritten Jahr noch erheblichen Auswirkungen der Corona-Pandemie deutlich unterschreiten konnte. Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH schließt das Geschäftsjahr 2022 mit einem Jahresfehlbetrag von 1.863T€ 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 2022 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.

1. 0

	2022 TEUR	2021 TEUR	2020 TEUR	2019 TEUR
Finanzmittel am Beginn der Periode	1.103	586	632	406
Cashflow lfd. Geschäftstätigkeit	-1.560	-1.760	-2.018	-1.462
Cashflow Finanzierung	1.958	2.279	1.967	1.697
Cashflow Investition	-12	-2	5	-9
Finanzmittel am Ende der Periode	1.488	1.103	586	632

Der negative Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von 1.560 T€ und aus der Investitionstätigkeit von 12 T€ wird durch die Gesellschaftereinlage vollständig ausgeglichen und führt somit zu einer Erhöhung des Finanzmittelbestandes um 385 T€.

2.4. Vermögenslage

Das Gesamtvermögen und -kapital ist im Vergleich zum Vorjahr um 173 T€ gestiegen.

3. Risiko- und Chancenbericht

Das Unternehmen hat auch vor dem Hintergrund der andauernden Corona-Pandemie die Braunschweiger Marketingthemen weiter vorangetrieben. Insbesondere die Plattform „Besser Smart“ als Kommunikations- und Vernetzungsplattform für Wirtschaft und Forschung führte auch in 2022 weiter zur Stärkung des Standortmarketings. Das in 2018 beauftragte Tourismuskonzept sollte ab Frühjahr 2020 umgesetzt werden, was durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie in den Jahren 2020 bis 2022 durch die Konsequenzen für die Partner aus Hotellerie, Tourismus und Kultur unmöglich wurde. Somit musste der Start vieler Maßnahmen verschoben werden und konnte auch in 2022 erst in den letzten Monaten des Jahres aufgegriffen werden.

Die im Kongresskonzept entwickelten Maßnahmen zur Stärkung der Kongressmarketingaktivitäten konnten aus den oben angeführten Gründen ebenfalls erst ab Herbst umgesetzt werden. Es erfolgten zudem erste Netzwerkveranstaltungen, die zum Aufbau des Partnernetzwerks beitrugen. Die Umsetzung der im Konzept vorgestellten Maßnahmen wird in 2023 kontinuierlich verfolgt werden.

Die Zusammenarbeit mit dem Handel der Innenstadt, der Hotellerie, der Gastronomie und mit anderen touristischen Leistungsträgern hat sich auch in 2022 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. So konnte die Braunschweig Stadtmarketing trotz der wirtschaftlich schwierigen Lage Partner und Sponsoren für ihre angepassten 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. Die andauernden Auswirkungen der Corona- und Energiekrise stellen auch in 2023 eine erhebliche Herausforderung für die Gesellschaft dar.

Es zeigt sich, dass die Innenstadt-Veranstaltungen an den Wochenenden mit verkaufsoffenen Sonntagen durch die finanziellen Belastungen der Partner und zum Teil anderen Sponsorenkonzepten nach wie vor gefährdet sind. Neben den Auswirkungen der Krisen bringt auch die grundsätzlich kritische Begleitung der verkaufsoffenen Sonntage durch die Gewerkschaft ver.di Unsicherheiten mit sich.

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 wird auch jährlich von einem Wirtschaftsprüfungsunternehmen überprüft.

Belastungen für die Arbeit der Gesellschaft ergaben sich nach wie vor aus personellen Wechseln, u.a. infolge von Schwangerschaften, die verschiedene Bereiche betrafen. Die Gesellschaft spürt zunehmend die Auswirkungen des Fachkräftemangels auf dem Arbeitsmarkt. Insbesondere die fachspezifischen Ausbildungen im Bereich Kommunikation sind hier bei Nachbesetzungen betroffen. Diese besonderen Ereignisse führten zu etwas verminderter Produktivität.

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

Das Klageverfahren zur Kapitalertragssteuer aus 2014 wurde mittlerweile abgeschlossen. Der Schadensersatzanspruch gegen den Steuerberater wurde von der Versicherung anerkannt und es wurde zwischen den beteiligten Parteien Stadt Braunschweig, Steuerberater und Braunschweig Stadtmarketing GmbH ein Vergleich über die Zahlung von 200 TEUR zzgl. von 80 % der Anwaltskosten geschlossen. Die Zahlung ist im Februar 2023 erfolgt und eine Ausgleichszahlung der Erstattung gegenüber der Gesellschafterin wurde veranlasst. Sollten noch Steuerverpflichtungen auf die Gesellschaft aus der Vergleichszahlung anfallen, werden diese ebenfalls vom Steuerberater respektive seiner Versicherung übernommen.

4. Prognosebericht

Der Prognosebericht basiert auf der Grundlage des Wirtschaftsplans 2023.

Der Wirtschaftsplan 2023 enthält eine städtische Einlage in Höhe von 2.407 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 2023 gesondert ausgewiesen. Der Einlagebetrag ist mit 2.407 T€ geringer als der geplante Jahresfehlbetrag von TEUR 2.805 angesetzt, da die Gesellschaft plant, die seit 2020 im Kapital verbliebenen Einzahlungen zur Deckung des Jahresfehlbetrags 2023 einzusetzen. Dieses Verfahren war in 2021 mit der Gesellschafterin abgesprochen worden, um den Finanzbedarf geringer zu halten und das vorhandene Kapital zur Aufgabenerfüllung einzusetzen.

Die Personalkosten sind um 395 T€ höher geplant als im Vorjahr, da die Gesellschaft neben tariflichen Steigerungen, neuen Projektleitungsstellen und durch Ausscheiden aus Altersgründen parallele Besetzungen vorsieht und auch auf die Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt reagieren musste. Stellenbesetzungen gestalten sich durch die angewandte Tarifstruktur im Verhältnis zur Kernverwaltung und den Markterfordernissen zunehmend schwieriger, so dass die Gesellschaft in 2023 eine Stellenneubewertung vornehmen wird. Die daraus resultierende Erhöhung der Vergütungen wurde in Abstimmung mit der Gesellschafterin entsprechend eingeplant.

Die Raumkosten steigen gegenüber dem Vorjahr um 74 T€, da höhere Energiekosten für zwei Objekte einzuplanen sind. Die Erlöse aus den Marketingmaßnahmen wurden gegenüber dem

Vorjahr nochmals auf 290 T€ (Vorjahr 258 T€) angehoben, da sich aus den Beteiligungen der Veranstalter an der überregionalen Kommunikation neue Erlöspotentiale ergeben und weiterhin steigende Erlöse aus Agenturleistungen eingeplant wurden. Der erhöhte Aufwand (634 T€) in dieser Position entsteht durch die zusätzlichen Sachkosten für die Veranstaltungskommunikation.

Im Veranstaltungsbereich werden im Vergleich zum Wirtschaftsplan 2022 die Erlöse mit 770 T€ geringer als im Vorjahr angesetzt (Vorjahr: 856 T€), weil der Weihnachtsmarkt als ertragsreichste Veranstaltung tageweise Mietzahlungen vorsieht. Mit 29 Tagen ist er 2023 deutlich kürzer als in 2022 mit 35 Veranstaltungstagen. Dies führt zu geringeren Erlösen und kann nicht ausgeglichen werden. Die Erlössituation wird sich in den Folgejahren wieder verbessern, wenn sich der Veranstaltungszeitraum wieder erweitert.

Die „Erlöse aus Werberechten“ sind mit 1.037 T€ wieder in vollem Umfang eingeplant. Sie tragen mit diesem Ansatz erheblich zur Gesamtfinanzierung der Gesellschaft bei.

Die Aufwendungen (530 T€) und Erlöse (534 T€) für die „touristischen Produkte und Marketing“ wurden für 2023 insgesamt geringer angesetzt als in den Vorjahren, da die Gesellschaft in diesem Bereich die Geschäftsmodelle aufgrund der Marktentwicklungen erheblich verändern muss. Für die Umsetzung der Maßnahmen aus dem Tourismuskonzept sind wieder 50 T€ eingeplant.

Die vertragsgemäße Einlage für die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH ist im Aufwand mit 166 T€ 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.

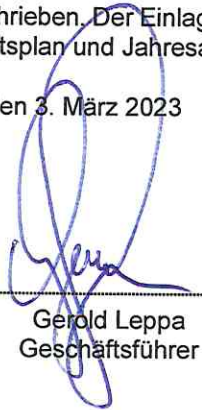
Im Jahr 2023 wird die Gesellschaft Maßnahmen ergreifen müssen die Erlöse des in 2024 auslaufenden Vertrag mit Ströer/DSM zu sichern. Zum einen kann die Option einer Vertragsverlängerung um 2 Jahre geprüft werden, um günstigere Rahmenbedingungen für eine Ausschreibung zu erreichen. Die andere Option ist die Vorbereitung einer Ausschreibung des Vertragsvolumens. Die Gesellschaft wird in Absprache mit der Gesellschafterin das Vorgehen zum Auslaufen des Vertrages in 2023 vorbereiten.

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 seit 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 auch in 2022 deutlich weniger Erlöse für die Gesellschaft. Dafür konnten wieder Förderprojekte 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 3. März 2023



Gerold Leppa
Geschäftsführer





**Jahresabschluss 2022
der
Haus der Wissenschaft
Braunschweig GmbH**

BILANZ zum 31. Dezember 2022

AKTIVSEITE		PASSIVSEITE	
	31.12.2022 EUR	Zum Vergleich: 31.12.2021 EUR	31.12.2022 EUR
A. ANLAGEVERMÖGEN			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	0,00	1	
II. Sachanlagen			
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.370,00	3.402	150.200,24
			142.654
B. UMLAUFVERMÖGEN			
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.719,15	2.190	
2. Forderungen gegen Gesellschafter	12.000,00	0	5.049
3. Sonstige Vermögensgegenstände	1.219,70	0	12.848
	15.938,85	2.190	
II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	202.024,48	247.773	
	217.963,33	249.963	
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN			
	3.168,84	2.705	45.600
	224.502,17	256.071	256.071
A. EIGENKAPITAL			
I. Gezeichnetes Kapital			
	25.000,00		25.000
II. Kapitalrücklage			
	300.153,60		252.093
III. Jahresfehlbetrag			
	- 174.953,36		- 134.439
			142.654
B. RÜCKSTELLUNGEN			
Sonstige Rückstellungen	40.053,60		49.920
C. VERBINDLICHKEITEN			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	8.072,42		5.049
2. Sonstige Verbindlichkeiten	3.125,91		12.848
	11.198,33		17.897
D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN			
	23.050,00		45.600
	224.502,17		256.071

[Handwritten signature]

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für die Zeit vom
1. Januar bis 31. Dezember 2022

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. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag
11. Sonstige Steuern

12. Jahresfehlbetrag

2022		Zum Vergleich: 2021	
EUR	EUR	EUR	EUR
	437.468,24		446.795
	21.218,96		15.823
- 29,07		0	
115.328,65	115.299,58		97.044
371.985,44		361.581	
76.180,95	448.166,39	77.919	439.500
	10.954,61		6.816
	59.222,19		53.694
	5,04		0
	2,00		4
	1,32		0
	- 0,49		0
	- 174.953,36		- 134.440

Handwritten signature



**Lagebericht 2022
der
Haus der Wissenschaft
Braunschweig GmbH**

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2022

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 angestrahlten Kuppel zu einem sprichwörtlichen Leuchtturm in der Region.

B. Wirtschaftsbericht

1. Geschäftsverlauf

Das Jahr 2022 war bis in den April hinein und ab Oktober weiterhin geprägt durch die Auswirkungen der Coronapandemie. Geplante analoge Veranstaltungen in Präsenz mussten daher entweder entsprechend in ihrem Ablauf angepasst oder digital durchgeführt werden.

Ersatzlos entfallen sind auch in 2022 die Formate „NDR Info - Wissenschaft aus Braunschweig“ und die Veranstaltungsreihe „Luftfahrt der Zukunft“. Sowohl ein Kinderferienprogramm „KiWi“ als auch der „Astroherbst“ sowie vier „Science Slams“ konnten nach zweijähriger Pause dagegen wieder durchgeführt werden. Die Anzahl der Raumvermietungen ist im Vergleich zu prä-pandemischen Verhältnissen weiterhin stark reduziert mit leicht positiver Tendenz.

Die im Rahmen des Wissenschaftsjahres 2022 beim Bundesministerium für Bildung und Forschung eingeworbenen Förderprojekte „Vitapolis“ und das „Ferienprogramm“ konnten wie geplant oder mit kleineren Anpassungen durchgeführt und abgeschlossen werden. Dies betrifft für den Zeitraum 2022 auch die Projekte „Make Your School“ für das Schuljahr 2021/22 sowie das von der Stadt Braunschweig geförderte Austausch- und Vernetzungsformat „Ortswechsel“, die im Kalenderjahr 2023 abgeschlossen werden.



Veranstaltungsreihen wie die „AGIMUS Nachhaltigkeits-Talks“ und der „Health Hack“ konnten digital durchgeführt werden. Daneben konnte die Gesellschaft mehrere Dienstleistungsaufträge für die Durchführung digitaler Veranstaltungen einwerben.

Erstmals durchgeführt wurde am 13. Mai 2022 der „Salon der Wissenschaft“. Der Dienstleistungsauftrag der Stadt Braunschweig und des ForschungRegion Braunschweig e.V. ist als mehrjährige Veranstaltung angelegt und konnte im Ausschuss für Kultur und Wissenschaft überzeugen.

Am 1. Oktober 2022 wurde das beim Bundesministerium für Bildung und Forschung eingeworbene Förderprojekt „Zukunftsliga MINT“ offiziell durch den Staatssekretär Jens Brandenburg eröffnet. Angelegt auf 36 Monate hat dieses Projekt zum Ziel, außerschulische Lernangebote in Jugendzentren anzubieten, um Programmierfähigkeiten zu schulen und Begeisterung für MINT bei Jugendlichen zu wecken.

2. Darstellung der Lage

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

a. Vermögenslage

Die Kapitalrücklage erhöht sich gegenüber dem Vorjahr um TEUR 48 auf TEUR 300 (Vorjahr TEUR 252), da die Einlagen der Gesellschafter von TEUR 182,5 den Jahresfehlbetrag 2021 (TEUR 134), welcher mit der Kapitalrücklage verrechnet wird, um TEUR 48 übersteigen. Die Kapitalrücklage liegt damit über dem Planwert. Der Jahresfehlbetrag liegt mit TEUR 175 unter dem im Wirtschaftsplan 2022 prognostizierten Wert von TEUR 187.

Die Rückstellungen sind im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt TEUR 10 geringer eingestellt worden.

Coronabedingt konnte auch in 2022 verschiedene Projekte nicht in dem geplanten Umfang durchgeführt werden. Allerdings waren die Auswirkungen durch Umstellung der Formate nicht so gravierend wie in 2021, so dass bereits abgerufene Mittel in geringerem Umfang abzugrenzen sind.

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:

	2022 in TEUR	2021 in TEUR	2020 in TEUR	2019 in TEUR	2018 in TEUR
Finanzmittel am Beginn der Periode	248	259	131	182	103
Cashflow lfd. Geschäftstätigkeit	-217	-190	-45	-205	-78
Cashflow Finanzierung	183	183	183	167	167
Cashflow Investition	-12	-4	-9	-13	-9
Finanzmittel am Ende der Periode	202	248	259	131	182

Der negative Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von TEUR 217 und aus der Investitionstätigkeit von TEUR 12 kann durch die Gesellschaftereinlagen nicht vollumfänglich kompensiert werden und führt zu einem Rückgang des Finanzbestandes um TEUR 46.

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 liegen die Umsatzerlöse leicht unter dem Niveau des Vorjahres TEUR 438 (Vorjahr auf TEUR 447). Damit wurde der geplante Wert von TEUR 375 um 63 TEUR übertroffen. Dieses Ergebnis wurde in erster Linie durch die Fördergelder in Höhe von 273 TEUR erreicht. Die Erträge aus der Raumvermietung sind auch im dritten Jahr der Coronapandemie deutlich geringer als in den Jahren vor der Pandemie.

	2022	2021	2020	2019	2018
Erlöse aus Raumvermietung	EUR 17.034	EUR 10.039	EUR 12.976	EUR 46.493	EUR 38.226
Fördermittel BMBF	EUR 273.090	EUR 311.560	EUR 172.600	EUR 74.700	EUR 91.228

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind in erster Linie durch Erstattungen aus dem Aufwendungsausgleichsgesetz von TEUR 15 auf TEUR 21 leicht angestiegen.

Der Betriebsaufwand ist von insgesamt TEUR 597 um TEUR 36 auf TEUR 633 gestiegen. Dabei ist der Materialaufwand um TEUR 18 von TEUR 97 auf TEUR 115 und der Personalaufwand von TEUR 440 auf TEUR 448 gestiegen. Dies erklärt sich durch die pandemiebedingte Umsetzung digitaler Formate, die einerseits Investitionen in Technik und andererseits mehr Personalleistung bedürfen.

J. du

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind durch höhere Ausgaben für die Künstlersozialkasse und Anschaffungen im Bereich der Betriebsausstattung, die nicht abzuschreiben waren um TEUR 5 auf TEUR 59 gestiegen (Vorjahr TEUR 54). Die Abschreibungen sind von TEUR 7 im Vorjahr auf TEUR 11 gestiegen, da in die Ausstattung der Veranstaltungsräume zu investieren war.

Die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH schließt das Geschäftsjahr 2022 mit einem Jahresfehlbetrag von TEUR 175 (Vorjahr: TEUR 134) ab. Der Fehlbetrag liegt mit TEUR 12 unter dem im Wirtschaftsplan 2022 geplanten Ergebnis von TEUR 187.

C. PROGNOSEBERICHT

Der Prognosebericht basiert auf dem Wirtschaftsplan 2023. Oberstes Ziel der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH (HdW) ist auch in 2023 die Stärkung des Dialogs zwischen Wissenschaft, Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft. Zum Zeitpunkt der Wirtschaftsplanung wird jeweils in der ersten und letzten Jahreshälfte mit Einschränkungen durch die Coronapandemie gerechnet, auf die mit entsprechenden Anpassungen der angebotenen Formate reagiert werden soll.

Für 2023 fördert das Bundesministerium für Bildung und Forschung das HdW (seit Oktober 2022) für den Aufbau und Betrieb eines regionalen MINT-Clusters für die MINT-Bildung von Jugendlichen.

Bis zum 30. Juni 2023 fördert die Stadt Braunschweig Austausch- und Vernetzungsformate des HdW für die Kultur- und Kreativwirtschaft sowie kreative Orte in der Stadt. 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, für die versucht wird, eine Anschlussförderung zu generieren.

Im Raumvermietungsgeschäft wird bedingt durch die endemische Lage weiterhin mit Einschränkungen gerechnet.

Durch die Energie- und Rohstoffkrise und damit verbundenen Preissteigerungen kann es außerdem zu einer verminderten Auftragslage im Bereich der Dienstleistungen kommen.

Im Wirtschaftsplan 2023 geht die Gesellschaft mit TEUR 406 von einer weiteren Steigerung der Erlöse im Vergleich zum Wirtschaftsplan 2022 aus. Es sind Aufwendungen für Personal, Projektaufwendungen und allgemeine Betriebskosten in Höhe von insgesamt TEUR 604 geplant. Damit weist der Wirtschaftsplan 2023 einen Jahresfehlbetrag von TEUR 198 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 bei der Anwerbung von Fördermitteln und Sponsorings naturgemäß in Konkurrenz zu anderen Einrichtungen und Initiativen, die auf Förderung angewiesen sind. Darüber hinaus ist in 2023 damit zu rechnen, dass bereits etablierte Fördermittelgeber, wie etwa Stiftungen entsprechend ihrer Statuten, keine erneute Förderung für das Haus der Wissenschaft gewähren können. Zusätzlich können weitere Einschränkungen im Veranstaltungsbereich durch die auslaufende, endemische Lage nicht ausgeschlossen werden. Dies betrifft bspw. die Einnahmen aus der Raumvermietung oder Projekte und Veranstaltungen, 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, 28. Februar 2023



Dr. Jeremias Othman
Geschäftsführer