

Betreff:
Braunschweig Stadtmarketing GmbH - Jahresabschluss 2025 - Feststellung

Organisationseinheit:
Dezernat VII
20 Fachbereich Finanzen

Datum:
20.04.2026

<i>Beratungsfolge:</i>	<i>Sitzungstermin</i>	<i>Status</i>
Ausschuss für Finanzen, Personal und Digitalisierung (Entscheidung)	30.04.2026	Ö

Beschluss:

Die Vertreter der Stadt Braunschweig in der Gesellschafterversammlung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH werden angewiesen, den Jahresabschluss 2025 mit einem Jahresfehlbetrag von 3.983.144,27 € 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 der BSM hat am 16. April 2026 zum Jahresabschluss 2025 eine entsprechende Beschlussempfehlung abgegeben.

Im Jahresabschluss 2025 werden Gesamterträge (Umsatzerlöse, sonstige betriebliche Erträge, Zinsen) in Höhe von 3.097.434,05 € und Aufwendungen in Höhe von 7.080.578,32 € ausgewiesen, so dass für das Geschäftsjahr 2024 ein Fehlbetrag von 3.983.144,27 € entstanden ist. Im Geschäftsjahr 2025 hat die Stadt Braunschweig insgesamt Kapitalrücklagezuführungen in Höhe von 3.852.700,00 € vorgenommen. Zum Bilanzstichtag 2025 beläuft sich die Kapitalrücklage auf einen Gesamtbetrag (einschließlich der o. g. Zuführung 2025) in Höhe von 3.983.144,27 €, so dass ein Ausgleich des Jahresfehlbetrages möglich ist.

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

	Angaben in T€	IST 2024	Plan 2025	IST 2025	Plan 2026
1	Umsatzerlöse	3.220,9	3.169,1	2.950,7	4.447,1
1a	% zum Vorjahr/Plan		-1,6	-8,4/-6,9	+40,2/+50,7
2	Sonstige betriebliche Erträge	171,1	0,0	119,9	0,0
	Summe Erträge	3.392,0	3.169,1	3.070,6	4.447,1
3	Materialaufwand	-2.293,2	-2.253,5	-2.162,6	-3.624,0
4	Personalaufwand	-3.403,2	-4.058,7	-4.056,2	-4.437,5
5	Abschreibungen	-25,3	-22,0	-26,5	-22,0
6	Sonstige betriebliche Aufwendungen	-593,1	-813,5	-669,7	-826,4
7	Abschreibungen auf Finanzanlagen*	-165,5	-165,5	-165,5	-165,5
	Summe Aufwendungen	-6.480,3	-7.313,2	-7.080,5	-9.075,4
8	Betriebsergebnis (Summe 1 bis 7)	-3.088,3	-4.144,1	-4.009,9	-4.628,3
9	Zins-/Finanzergebnis*	42,9	0,0	26,8	0,0
10	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0	0,0	0,0	0,0
11	Ergebnis nach Steuern (Summe 8 bis 10)	-3.045,4	-4.144,1	-3.983,1	-4.628,3
12	sonstige Steuern	3,5	0,0	0,0	0,0
13	Jahresergebnis (Summe 11 bis 12)	-3.041,9	-4.144,1	-3.983,1	-4.628,3
14	Entnahme aus der Kapitalrücklage	204,1	291,4	130,4	423,4
15	Verbleibendes Jahresergebnis	-2.837,8	-3.852,7	-3.852,7	-4.204,9
16	Zu leistende Einlage im jew. Jahr	2.837,8	3.852,7	3.852,7	4.204,9
	*Zuführung an die Haus der Wissenschaft GmbH				

Im Aufwandsbereich ergaben sich zum Teil Ansatzunterschreitungen, da insbesondere im Plan 2025 veranschlagte Aufwendungen für die Großereignisse Tag der Niedersachsen 2026 und Hansetag 2027 im Jahr 2025 noch nicht anfielen. Dies führte auch zu geringeren Fördermittel-Erlösen, die sich in geringeren Umsatzerlösen niederschlugen.

Ferner verzögerte sich die Durchführung der für das Jahr 2025 geplanten touristischen Neubeschilderung der Autobahnen.

Der Anstieg des Personalaufwands gegenüber dem Vorjahr resultiert aus der abgestimmten und geplanten temporären Stellenzunahme für die o. g. Großprojekte sowie tariflichen Steigerungen und Überstundenrückstellungszuführungen.

Im Geschäftsjahr wurden Investitionen in Höhe von rd. 29.4 T€ für Lizenzen/Software und Betriebs- und Geschäftsausstattungen vorgenommen.

Der Jahresabschluss 2025 der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH (HdW), an der die BSM mit 25,2 % beteiligt ist, weist einen Fehlbetrag von 226.354,53 € (Vorjahr: - 232.303,50 €) aus. Dieser wird fast vollständig durch die Kapitalrücklage gedeckt, in die die Gesellschafter insgesamt 182,5 T€ eingezahlt haben, davon 165.500,00 € durch die BSM (s. o.).

Der Jahresfehlbetrag liegt damit in etwa auf dem im Wirtschaftsplan 2025 prognostizierten Wert von 225 T€.

Beide Jahresabschlüsse wurden von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Friedrichs & Partner, Göttingen, geprüft. Der jeweilige uneingeschränkte Bestätigungsvermerk wurde am 5. März 2026 (HdW) bzw. 12. März 2026 (BSM) erteilt.

Als Anlage sind die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Lagebericht 2025 der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und der Haus der Wissenschaft GmbH beigefügt.

Geiger

Anlage/n:

- 1 - Anlage 1 JA 2025 BSM (öffentlich)
- 2 - Anlage 2 Lagebericht_BSM_2025_unterschrieben (öffentlich)
- 3 - Anlage 3 JA 2025 HdW (öffentlich)
- 4 - Lagebericht_HdW_2025_unterschrieben (öffentlich)

**Jahresabschluss 2025
der
Braunschweig Stadtmarketing GmbH**

**Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Braunschweig**

BILANZ ZUM 31. Dezember 2025

AKTIVA

	Geschäftsjahr €	Vorjahr €
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an sol- chen Rechten und Werten	10.821,00	2.852,00
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	77.373,00	2.336,00
2. technische Anlagen und Maschinen	3.216,00	93.784,00
3. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	35.024,00	15.586,00
	<u>115.613,00</u>	<u>111.706,00</u>
III. Finanzanlagen		
1. Beteiligungen	6.300,00	6.300,00
Summe Anlagevermögen	<u>132.734,00</u>	<u>120.858,00</u>
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
1. fertige Erzeugnisse und Waren	157.451,93	144.928,78
II. Forderungen und sonstige Vermögensge- genstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistun- gen	175.602,54	147.347,57
2. Forderungen gegen Gesellschafter	1.692.535,24	1.115.768,44
3. sonstige Vermögensgegenstände	12.671,57	16.220,75
	<u>1.880.809,35</u>	<u>1.279.336,76</u>
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Gut- haben bei Kreditinstituten und Schecks		
	1.798,05	515.307,37
Summe Umlaufvermögen	<u>2.040.059,33</u>	<u>1.939.572,91</u>
Übertrag	<u>2.172.793,33</u>	<u>2.060.430,91</u>

**Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Braunschweig**

BILANZ ZUM 31. Dezember 2025

AKTIVA

	Geschäftsjahr €	Vorjahr €
Übertrag	2.172.793,33	2.060.430,91
C. Rechnungsabgrenzungsposten	22.776,44	22.425,33
	<u>2.195.569,77</u>	<u>2.082.856,24</u>

**Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Braunschweig**

BILANZ ZUM 31. Dezember 2025

PASSIVA

	Geschäftsjahr €	Vorjahr €
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	25.000,00	25.000,00
II. Kapitalrücklage	4.568.962,81	3.758.274,95
III. Jahresfehlbetrag	3.983.144,27	3.041.931,89
Summe Eigenkapital	<u>610.818,54</u>	<u>741.343,06</u>
B. Rückstellungen		
1. sonstige Rückstellungen	750.530,00	687.540,80
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	537.297,74	472.190,24
2. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	1.998,44	63.583,67
3. sonstige Verbindlichkeiten	<u>191.112,91</u>	<u>109.371,28</u>
	730.409,09	645.145,19
D. Rechnungsabgrenzungsposten	103.812,14	8.827,19
	<u><u>2.195.569,77</u></u>	<u><u>2.082.856,24</u></u>

**Braunschweig Stadtmarketing GmbH
Braunschweig**

**GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
FÜR DIE ZEIT VOM 01.01. BIS 31.12.2025**

	Geschäftsjahr €	Vorjahr €
1. Umsatzerlöse	2.950.722,53	3.220.897,54
2. sonstige betriebliche Erträge	119.931,15	171.094,28
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezo- gene Waren	260.868,01	284.991,83
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	1.901.756,32	2.008.226,75
	<u>2.162.624,33</u>	<u>2.293.218,58</u>
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	3.118.915,42	2.653.987,08
b) soziale Abgaben und Aufwen- dungen für Altersversorgung und für Unterstützung	937.294,59	749.247,66
- davon für Altersversorgung € 223.728,54 (€ 183.907,61)		
	<u>4.056.210,01</u>	<u>3.403.234,74</u>
5. Abschreibungen		
a) auf immaterielle Vermögensge- genstände des Anlagevermö- gens und Sachanlagen	26.561,06	25.300,01
6. sonstige betriebliche Aufwendun- gen	669.682,92	593.121,36
7. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	26.780,37	42.930,64
8. Abschreibungen auf Finanzan- lagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	165.500,00	165.500,00
- davon außerplanmäßige Abschreibungen auf Finanzan- lagen € 165.500,00 (€ 165.500,00)		
9. Ergebnis nach Steuern	<u>3.983.144,27-</u>	<u>3.045.452,23-</u>
10. sonstige Steuern	0,00	3.520,34-
11. Jahresfehlbetrag	<u><u>3.983.144,27</u></u>	<u><u>3.041.931,89</u></u>

Lagebericht 2025 der Braunschweig Stadtmarketing GmbH

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2025

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 durch die Einlagen der Stadt Braunschweig vorgegebenen Rahmen des jährlichen Verlustausgleiches 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 Maßnahmen und deren 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 und erneuter Ausschreibung des Vertrages in 2023 bis 2039 erzielt die Gesellschaft durch einen mehrjährigen Pachtvertrag mit Ströer/DSM Erlöse aus Pachteinahmen in Höhe von ca. 20% (vormals einem Drittel) des Gesamterlöses, die für die weitere Deckung der nicht über Erlöse refinanzierbaren Aufgaben eingesetzt werden.

Das Jahr 2025 war geprägt durch die Vorbereitung der Großereignisse Tag der Niedersachsen vom 12. bis 14. Juni 2026 und den Internationalen Hansetag in 2027, sowie der Vorbereitung und Entwicklung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie bis zum Jahr des 1000-jährigen Stadtjubiläums in 2031. Im Geschäftsfeld des Veranstaltungsmanagements liegt die Vorbereitung und Durchführung der Großveranstaltungen neben den Regelaufgaben wie z.B. verkaufsoffene Sonntage, Weihnachtsmarkt, Abendmärkte und Mobilitätswoche. Der Tag der Niedersachsen beeinflusste die Auslastung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schon in 2025 stark. Die ersten Vorbereitungen des Internationalen Hansetages in 2027 wurden parallel aufgenommen. Die personelle Ausstattung wurde aufgrund der zunehmenden zeitlichen Nähe der beiden Ereignisse weiter mit Zeitverträgen temporär aufgestockt. Die Ansprache von den Sponsoren erfolgte für eine Beteiligung an den dauerhaften und zusätzlichen Veranstaltungen frühzeitig. Eine zunehmende Zurückhaltung der Unternehmen an Sponsorbeiträgen bleibt weiterhin deutlich wahrnehmbar. Zum Weihnachtsmarkt wurde das vollständig digitale Kombiticket mit ÖPNV-Nutzung zum Marktbesuch aufgrund der Erfahrungen des Vorjahres nicht erneut aufgelegt. Die Rückkehr zum analogen Weihnachtsmarktgutschein ohne ÖPNV-Ticket erreichte wieder eine hohe Nachfrage. Die erstmalig umgesetzte Kinderbetreuung an sechs Samstagen in den Sommerferien fand guten Zuspruch. Citymarketingaktionen dieser Art bestätigen, dass ein Bedarf an familienfreundlichen und konsumfreien Angeboten besteht. Das Flächenmanagement entwickelte sich stabil positiv. Mit allen merklichen politischen und wirtschaftlichen Einflüssen, sowie der nach wie vor getrüben Konsumlaune wurden die geplanten Erlöse nicht erreicht. Hierzu trug auch bei, dass die Landesförderung für den Tag der Niedersachsen nicht in geplanter Höhe abgerufen wurde, da noch keine entsprechenden Aufwendungen entstanden waren.

Die Nachfrage nach touristischen Angeboten und Produkten stieg weiter an. Hier machten sich aktuell eher fehlende Kapazitäten in Veranstaltungshäusern und Hotellerie dämpfend bemerkbar. Im gesamten Geschäftsjahr stand die Stadthalle nach ihrer Schließung für umfangreiche Sanierungsarbeiten im Sommer 2024 nicht zur Verfügung. Die Hotelkapazitäten können den Wegfall nicht ausgleichen, gleichwohl entwickelten sich die Übernachtungszahlen in 2025 positiv und erreichten wieder ein sehr hohes Niveau.

Die Gesellschaft spürt zwar mittlerweile auch die Auswirkungen des Arbeitnehmermarktes, aber die vakanten Stellen konnten in 2025 besser als im Vorjahr besetzt werden. Mit dazu beigetragen, hat auch die Anpassung des Gehaltsniveaus an Marktüblichkeiten im Vorjahr. Somit stiegen zwar die Personalkosten gegenüber dem Vorjahr nochmals an, lagen aber insgesamt im Rahmen der Planung. Die Gesellschaft erbrachte wie in den Vorjahren Leistungen zur Unterstützung der Partner, die nicht unmittelbar zu höheren Betriebserlösen führten. Für den weiteren Ausbau der Kommunikationsstrategie zu Veranstaltungen wurden wieder Mittel in Höhe von 250 TEUR für die teils überregionale Bewerbung von Veranstaltungen aus den Bereichen Kultur und Sport, sowie Marketingmaßnahmen für den Bereich Convention eingesetzt. Die Gesellschaft brachte sich auch 2025 über die Mitarbeit im Lenkungskreis „Resiliente Innenstädte“ wieder in vom Land Niedersachsen geförderte Maßnahmen zur Belebung der Innenstadt ein. Die Laserfrequenzmessung in der Innenstadt zeigte, dass die von der Gesellschaft verfolgten Strategien und Maßnahmen zur Steigerung der Besuchsfrequenzen in der Innenstadt beigetragen haben und sie auf einem hohen Niveau stabilisiert haben.

Braunschweig konnte mit 1.045 regionalen und überregionalen Presseveröffentlichungen im Jahr 2025 wieder eine große Medienresonanz erzielen (964 Veröffentlichungen in 2024). Die Steigerung der Veröffentlichungen gegenüber dem Vorjahr begründet sich durch Vorberichterstattung zum Tag der Niedersachsen und die Hansethemen, die im Vorfeld des Internationalen Hansetages ein höheres Interesse der Medien erreichten. Die Zahlen zeigen, dass die Braunschweiger Themen nicht nur regional, sondern auch überregional große Beachtung finden und zur Steigerung des positiven Images der Stadt beitragen. Die Weiterentwicklung der Kommunikationsstrategie zur Unterstützung der Veranstalter von Events und Conventions ist Teil der verfolgten Strategie. Die hohe Zahl der Veröffentlichungen spiegelt das Medieninteresse an den Braunschweiger Themen wider, das die Gesellschaft zur erfolgreichen Bewerbung der Braunschweiger Themen mit überregionaler Strahlkraft nutzte. Durch die neue Kommunikationsstrategie wurde die regionale Positionierung der City of Lions gestärkt. 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 kleine und mittelständische Unternehmen sowie Forschungseinrichtungen und weitere Akteure in diese Standortmarketingmaßnahme der Braunschweig Stadtmarketing GmbH eingebunden. Dem Social-Media-Bereich wird mit der Präsenz auf Facebook, Instagram und seit 2025 auch LinkedIn umfangreich Raum gegeben. Die Zahlen der Follower in diesen Kanälen konnte durch kontinuierliche Veröffentlichungen von Posts auf ca. 70.000 für alle Kanäle gesteigert werden. Insbesondere der Instagram-Kanal konnte durch die Veröffentlichung von Videocontent sogenannten Reels, der prozentual mehr Follower anspricht, um ca. 4.500 Follower erhöht werden. Im Dezember wurden die veröffentlichten Beiträge 1,2 Mio. mal aufgerufen.

Trotz der Bedeutung der digitalen Medien und Kanäle bleibt die Nachfrage nach gedruckten Medien bestehen.

	2025	2024	2023	2022	2021	2020
Presseveröffentlichungen in Print und Presse-Online-Portalen	1.045	964	1.054	883	856	974
davon regional	914	691	760	684	741	756
davon überregional	131	273	294	199	115	218

Die Besucherzahlen der Touristinfo, Kleine Burg 14, konsolidierten sich weiter und sind mit mehr als 100.000 Kunden pro Jahr auf dem sehr hohen Niveau vor der Corona-Pandemie. In 2025 wurden 102.035 Gäste gezählt (Vorjahr 104.849 Gäste). Insbesondere das Weihnachtsgeschäft des Jahres 2025 in den Monaten November und Dezember brachte wieder starke Frequenzen und hohe Umsätze. Der Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahresergebnis leicht um 2,2 % auf 466 T€ (Vorjahr 456 T€). Die Kennzahlen der Touristinfo haben sich wie folgt entwickelt:

	2025	2024	2023	2022	2021	2020
Besucherzahlen	102.035	104.849	103.414	85.297	52.569	55.438
Jahresumsatz	466.077	456.066	576.753	374.995	280.017	186.045

Der durch die Lockdown-Phasen begründete Einbruch bei Besucherzahlen und Umsatz konnte wieder aufgefangen werden. Insbesondere die vom Weihnachtsgeschäft geprägten weiterhin umsatzstärksten Monate November und Dezember tragen hier zu 37% bei. Das ausschließlich digitale Angebot des Kombitickets zum Weihnachtsmarkt wurde allerdings von den Kunden nicht im geplanten Maße angenommen. Daher wurde dieses Angebot in 2025 nicht erneut aufgelegt und wieder der klassische Papiergutschein angeboten. Die Nachfrage nach diesem Produkt zeigte, dass hiermit dem Käuferwunsch entsprochen wurde.

Die seit 2009 zusammengestellten Betriebskennzahlen lassen eine positive Entwicklung der Arbeitsergebnisse gerade in den Non-Profit-Bereichen der Braunschweig Stadtmarketing GmbH feststellen. Die Zugriffe auf die Internetseiten im Tourismusbereich sanken mit 428.825 Zugriffen (Vorjahr: 748.522) deutlich gegenüber dem Vorjahresniveau. Dies begründet sich im Wegfall des Lichtparcours, der in 2024 zu einer hohen touristischen Aufmerksamkeit führte. Die Zahl der Hotelübernachtungen in Braunschweig steigerte sich in 2025 wieder gegenüber dem Vorjahr unter anderem dadurch, dass fehlende Hotelkapazitäten wieder an den Markt zurückkehrten. Die schon in den Vorjahren festzustellende Veränderung im Buchungsverhalten war auch in 2025 festzustellen, so dass gerade im sog. Leisure-Bereich immer kürzere Vorbuchungszeiträume erfahren werden. Die Ausrichter von Konferenzen und Tagungen sind durch den Wegfall der Stadthalle schwieriger in ihren Planungen zu unterstützen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Braunschweig Stadtmarketing GmbH ihre Partnerschaften weiter festigen konnte. Das Unternehmen nimmt allerdings weiterhin eine Zurückhaltung der Partner bei Beteiligungen an Maßnahmen und im Sponsoring durch die konjunkturelle Eintrübung wahr. Für die Jahre der Großereignisse wird durch die Vielzahl der parallelen Aktivitäten eine Zersplitterung der Sponsorengelder für das jeweils einzelne Ereignis befürchtet.

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:

- Kapitaleinzahlungen 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 2025 mit einem Jahresfehlbetrag von 3.983 T€ ab. Dieses Ergebnis liegt um 161 T€ über dem mit dem Wirtschaftsplan 2025 vorgelegten Wert mit einem geplanten Jahresfehlbetrag von 4.144 T€. Der Wirtschaftsplan 2026 wurde vorsichtig geplant. Er enthält Aufwendungen für die personelle Aufstellung für die Großprojekte „Tag der Niedersachsen“ und „Internationaler Hansetag“ in 2026 bzw. 2027, sowie Ausrichtung des „Tag der Niedersachsen“.

Die Verbesserung des Ergebnisses wurde im Wesentlichen erreicht, da die geplanten Aufwendungen für die Großereignisse in 2025 noch nicht anfielen und sich das Projekt der touristischen Neubeschilderung an den Autobahnen, das mit einem hohen Kostenanteil (140 T€) geplant war in der Umsetzung systembedingt verzögerte. Von den geplanten Kosten fielen 100 T€ durch die noch nicht genehmigte Aufstellung noch nicht an. Dies führte zu einer geringeren Verwendung des Kapitals aus der Rücklage und muss für 2026 eingeplant werden. Weiterhin konnten Maßnahmen für das Convention-Marketing durch die fehlenden Tagungskapazitäten nicht sinnvoll umgesetzt werden.

Außerdem konnten im Sondernutzungsbereich durch die konsequente Überwachung der Nutzungserlaubnisse und die größere Nachfrage nach Promotionaktionen um 82 T€ höhere Erlöse als geplant erzielt werden. Insgesamt führt die Verbesserung des Gesamtergebnisses dazu, dass mit der Gesellschafterin vereinbart wurde, weniger Mittel aus der Kapitalreserve zu verwenden als geplant, um die Projekte in den Jahren 2026 und 2027 mit den bei der Gesellschaft verbleibenden Mitteln möglichst ohne weitere Aufstockung der Mittel durch die Gesellschafterin abwickeln zu können. Die für den Doppelhaushalt 2025/2026 abgegebene Mittelfristplanung enthält für 2026 den von der Gesellschafterin geforderten Einsparbetrag in Höhe von 232 T€.

Die Umsatzerlöse liegen mit 2.951 T€ um 270 T€ unter dem Vorjahreswert und um 218 T€ unter dem Planwert. Dies erklärt sich in erster Linie, durch die für den Tag der Niedersachsen eingeplanten aber nicht abgerufenen Landesmittel als Erlöse, denen entsprechend geringerer Aufwand entgegensteht. Bei den Veranstaltungen verstetigt sich die Entwicklung, dass die Gewinnung von Sponsoren vor dem Hintergrund der allgemeinen wirtschaftlichen Lage schwieriger wird. Die geplanten Deckungsbeiträge der Projekte konnten aber in 2025 insgesamt wieder erreicht werden. Die Begleitung der Stadt in unterschiedlichsten Kommunikationskampagnen gegen entsprechendes Entgelt wurde erneut weiter ausgebaut. Auch die Begleitung der Veranstalter in der Veranstaltungskommunikation wurde erfolgreich weitergeführt. Die Rückmeldungen der Veranstalter zu den weiterführenden Marketingmaßnahmen waren durchweg positiv.

Die touristischen Erlöse blieben gegenüber dem Vorjahr auf vergleichbarem Niveau. Dazu trugen auch die sehr guten Umsätze in der Touristinfo bei. Der Bereich der Sondernutzungen verstetigt sich mit rund 381 T€ auf einem hohen Niveau. Gründe sind die gute Überwachung der Nutzung der öffentlichen Flächen und die steigende Nutzung des Angebots von Promotionaktionen in der Innenstadt.

Die sonstigen betrieblichen Erträge liegen mit 51 T€ unter dem Vorjahreswert und enthalten Lohnerstattungen der Krankenkassen in Höhe von 19 T€ für Schwangerschaften und Dauererkrankungen im Jahr 2025 (Vorjahr 55 T€).

Der Materialaufwand liegt - den geringeren Erlösen entsprechend - mit 2.163 T€ um 130 T€ unter dem Vorjahreswert von 2.293 T€. Wie schon an anderer Stelle erläutert, trägt zum einen der geringere Aufwand als geplant zum Tag der Niedersachsen dazu bei, aber auch das Projekt der touristischen Beschilderung an den Autobahnen. Des Weiteren wurden verschiedene Marketingmaßnahmen im Tourismus- und Conventionbereich wegen fehlender Hotel- und Tagungskapazitäten in 2025 nicht wiederholt. In 2024 waren mit der „Bewegt-Bild-Produktion“ und verschiedenen Digitalisierungsprojekten einmalig Mittel der Gesellschaft für die Weiterentwicklung der eigenen Arbeit eingesetzt.

Der Personalaufwand liegt mit 4.056 T€ noch einmal deutlich über dem Vorjahr (+653 T€). Dies liegt in erster Linie an dem temporären Personalaufbau für die Großereignisse und den tariflichen Steigerungen durch die in 2025 abgeschlossenen Tarifverhandlungen, die zu deutlichen Personalkostensteigerungen führten und zum Planungszeitpunkt nicht absehbar waren. Für die Altersteilzeiten für zwei Mitarbeiter wurden weniger Rückstellungen aufgelöst als geplant, da eine Mitarbeiterin durch personelle Engpässe noch nicht mit der Passivphase der Altersteilzeit beginnen konnte. Der angesetzte Personalaufwand von 4.058 T€ wurde jedoch eingehalten.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind gegenüber dem Vorjahr um 77 T€ auf 670 T€ gestiegen. Dies begründet sich unter anderem durch EDV-Kosten im Rahmen von Digitalisierungsprozessen (+25 T€), sowie höhere Rechtsberatungskosten (+8 T€), die Korrektur des Vorsteuerabzugs im nichtwirtschaftlichen Unternehmensbereich (+21 T€) und gestiegene Fahrzeugkosten (+12 T€), durch ein eigenes Leasingfahrzeug

Die Abschreibungen erhöhen sich leicht um 1 T€ auf 26 T€.

Durch die o.g. Entwicklungen und wirtschaftliches Handeln kann die Braunschweig Stadtmarketing GmbH das geplante Jahresergebnis unterschreiten und schließt das Geschäftsjahr 2025 mit einem Jahresfehlbetrag von 3.983 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 2025 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- und Ersatzinvestitionen in die Bildmarke sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung. Zu erwähnen sind hierbei vor allem die im Geschäftsjahr 2025 durchgeführten Investitionen in die Digitalisierung der Buchhaltungsprozesse.

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.

	2025 TEUR	2024 TEUR	2023 TEUR	2022 TEUR
Finanzmittel am Beginn der Periode	1.631	1.354	1.488	1.103
Cash Flow lfd. Geschäftstätigkeit	-3.586	-2.382	-2.231	-1.395
Cash Flow Finanzierung	3.853	2.837	2.363	1.958
Cash Flow Investition	-204	-178	-266	-178
Finanzmittel am Ende der Periode	1.694	1.631	1.354	1.488

Der negative Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von 3.586 T€ und aus der Investitionstätigkeit von 204 T€ wird durch die Gesellschaftereinlage vollständig ausgeglichen. Der Cash Flow führt zu einer Erhöhung des Finanzmittelbestandes um 63 T€ zum Ende der Periode.

2.4. Vermögenslage

Das Gesamtvermögen und -kapital ist im Vergleich zum Vorjahr um 113 T€ gestiegen.

3. Risiko- und Chancenbericht

Das Unternehmen treibt die Braunschweiger Marketingthemen weiter voran. Die Plattform „Besser Smart“ als Kommunikations- und Vernetzungsplattform für Wirtschaft und Forschung trägt weiterhin durch die umgesetzten Maßnahmen in 2025 das Standortmarketing. Die seit 2022 für Veranstalter als Unterstützungen angebotenen Kommunikationsmaßnahmen fördern die Wahrnehmung des Freizeit- und Erlebnisangebots Braunschweigs. Auch in 2025 konnten mit der überregional ausgerichteten touristischen Sommer- und der Winterkampagne Maßnahmen aus dem Tourismuskonzept erfolgreich umgesetzt werden. Die Fortführung in 2026 ist geplant. Die Partner aus Hotellerie, Tourismus und Kultur unterstützen die Maßnahmen punktuell, sind aber von der wirtschaftlichen Gesamtentwicklung zum Teil sehr zurückhaltend in ihren Beteiligungen.

Die im Kongresskonzept entwickelten Maßnahmen zur Stärkung der Kongressmarketingaktivitäten wurden mit der Fortführung der Netzwerkveranstaltungen weiter vorangetrieben. Mit der entwickelten Marke MEET BS begleitete das Kongressbüro Verbandstagungen von Branchenverbänden mit Service- und Werbemaßnahmen. Meetings werden zur Akquisition weiterer Partner und zur Stärkung des Netzwerks genutzt. Doch auch für diesen Bereich gilt, dass die Partner aus Hotellerie und Anbietern von Tagungskapazitäten durch die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung zum Teil eher zurückhaltend bei der Umsetzung von Marketingmaßnahmen unterstützen. Fehlende Kapazitäten durch die geschlossene Stadthalle führen ebenfalls zu Erschwernissen im Kongressmarketing.

Die Zusammenarbeit mit dem Handel der Innenstadt, der Hotellerie, der Gastronomie und mit touristischen Leistungsträgern hat sich auch in 2025 weiter bewährt. Die enge Kooperation 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 Partner und Sponsoren für ihre angepassten Veranstaltungsformate gewinnen. Die Bemühungen, Sponsorenverträge mit einer mehrjährigen Laufzeit zu schließen, konnten nur eingeschränkt fortgeführt werden. Die Partner stärkten die Gesellschaft weiterhin durch die Möglichkeiten des Freiplakatierungskontingentes aus dem Werbevertrag mit Ströer DSM.

Es zeigt sich, dass die Innenstadt-Veranstaltungen an den Wochenenden mit verkaufsoffenen Sonntagen durch die finanziellen Belastungen der Partner und zum Teil geänderten Sponsorenausrichtungen schwieriger zu finanzieren sind.

Besondere Herausforderungen werden für die Gesellschaft in den kommenden Jahren in der Ausrichtung des Tages der Niedersachsen 2026 und des Internationalen Hansetages in 2027, sowie die Mitwirkung an dem 1000-jährigen Stadtjubiläum in 2031 liegen. Eine über die Jahre tragfähige Kommunikationsstrategie, die die Ereignisse einbezieht, wurde von der Gesellschaft zusammen mit der Agentur Embassy erarbeitet und in 2025 mit der Agentur Ginko zu einem neuen Corporate Design umgesetzt, das wiederkehrende visuelle Elemente in die jeweilige Logo-Darstellung des Großereignisses einbringt.

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, die 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. zeitweisen Abwesenheiten infolge von längerfristigen Krankheiten, Elternzeiten und den Beschäftigungsverhältnissen in Teilzeit in zahlenmäßig höherem Umfang, die verschiedene Bereiche betrafen. Die Gesellschaft spürt zunehmend die Auswirkungen des Fachkräftemangels auf dem Arbeitsmarkt. Insbesondere die fachspezifischen Ausbildungen sind hier bei Nachbesetzungen betroffen, insbesondere wenn diese aus o.g. Gründen zeitlich befristete Stellen betreffen.

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

4. Prognosebericht

Der Prognosebericht basiert auf der Grundlage des Wirtschaftsplans 2026.

Der Wirtschaftsplan 2026 enthält eine städtische Einlage in Höhe von 4.205 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 2026 gesondert ausgewiesen. Der Einlagebetrag ist mit 4.205 T€ geringer als der geplante Jahresfehlbetrag von TEUR 4.628 angesetzt, da die Gesellschaft plant, die seit 2020 im Kapital verbliebenen Einzahlungen zur Deckung des Jahresfehlbetrags 2026 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 378 T€ höher geplant als im Vorjahr, da die Gesellschaft neben tariflichen Steigerungen, neue Projektleistungsstellen für neue Aufgaben und die temporäre Aufstockung des Personalstamms durch die Sonderprojekte „Tag der Niedersachsen“ und „Internationaler Hansetag“ weiter voranbringt. In 2023 wurde die Tarifstruktur des Unternehmens an die Markterfordernisse angepasst. Dies führt dazu, dass sich Tarifierhöhungen stärker auf die Entwicklung der Personalkosten auswirken.

Die Raumkosten bleiben gegenüber dem Vorjahr gleich, da die gestiegenen Energiekosten für die zwei Mietobjekte schon in den Vorjahren eingeplant waren. Die Erlöse aus den Marketingmaßnahmen wurden gegenüber dem Vorjahr auf 318 T€ (Vorjahr 318 T€) stabil gehalten, da sich die Beteiligungen der Veranstalter an der überregionalen Kommunikation als Erlöspotentiale stabilisiert haben und weiterhin Erlöse aus Kommunikationsleistungen für die Stadtverwaltung eingeplant wurden. Der um 146 T€ geringere Aufwand (770 T€) in dieser Position entsteht durch die projektorientierte Zuordnung der Marketingkosten für die Großereignisse des laufenden und des kommenden Jahres, die einen gesonderten Ausweis im Wirtschaftsplan 2026 erfahren.

Im Veranstaltungsbereich werden die Erlöse mit 755 T€ im Vergleich zum Wirtschaftsplan 2025 auf gleichem Niveau angesetzt (Vorjahr: 750 T€), da sich die Akquisition von Partnerbeteiligungen vor dem Hintergrund der aktuellen allgömeinwirtschaftlichen Lage nicht verändert hat.

Die „Erlöse aus Werberechten“ sind mit 880 T€ analog des abgeschlossenen Jahres etwas höher eingeplant als im Vorjahr (870 T€).

Die Aufwendungen (458 T€) und Erlöse (465 T€) für die „touristischen Produkte und Marketing“ wurden für 2026 in vergleichbarer Höhe zu den Vorjahren angesetzt, da die Gesellschaft neue Geschäftsmodelle, die mehr auf Vermittlung von Leistungen setzt als auf die Schaffung eigener Angebote sowie deren Verkauf stabilisiert hat. Für die Umsetzung der Maßnahmen aus dem Tourismuskonzept sind wieder 50 T€ eingeplant.

Die vertragsgemäße Einlage für die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH ist als Abschreibung auf Finanzanlagen 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.

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 50 T€. Für die Inanspruchnahme eines inneren Kassenkredites ist eine Verzinsung mit dem um 0,2 % erhöhten STR-Satz vorgesehen. Für die Bereitstellung von Fremdmitteln von außen wird auf den tatsächlich anfallenden durchschnittlichen Sollzinssatz ein Zuschlag von 0,2 % 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. Seit Oktober 2025 wird die Vereinbarung um einen Vertrag zum Kontenclearing ergänzt. Gegenstand des Vertrages ist ein automatisiertes Kontenclearing des Cashpool-Führers unter Nutzung der S-Zentrale der Sparkassen und Landesbankgruppen.

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 in 2025 wieder steigende Erlöse für die Gesellschaft. Dafür fielen Förderprojekte weg. 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 als Abschreibung auf Finanzmittel dargestellt.

Braunschweig, den 12. März 2026



Nina-Rebecca Fritzer
Geschäftsführerin

**Jahresabschluss 2025
der
Haus der Wissenschaft
Braunschweig GmbH**

Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH
Braunschweig

BILANZ ZUM 31. Dezember 2025

AKTIVA

	Geschäftsjahr €	Vorjahr €
A. Anlagevermögen		
I. Sachanlagen		
1. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	5.009,00	2.629,00
Summe Anlagevermögen	<u>5.009,00</u>	<u>2.629,00</u>
B. Umlaufvermögen		
I. Forderungen und sonstige Vermögensge- genstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistun- gen	41.545,38	8.579,90
2. sonstige Vermögensgegenstände	<u>14.097,66</u>	<u>495,80</u>
	55.643,04	9.075,70
II. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Gut- haben bei Kreditinstituten und Schecks	33.784,67	142.747,41
Summe Umlaufvermögen	<u>89.427,71</u>	<u>151.823,11</u>
C. Rechnungsabgrenzungsposten	4.215,22	4.036,80
	<u>98.651,93</u>	<u>158.488,91</u>

Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH
Braunschweig

BILANZ ZUM 31. Dezember 2025

PASSIVA

	Geschäftsjahr €	Vorjahr €
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	25.000,00	25.000,00
II. Kapitalrücklage	248.249,86	298.053,36
III. Jahresfehlbetrag	226.354,53	232.303,50
Summe Eigenkapital	<u>46.895,33</u>	<u>90.749,86</u>
B. Rückstellungen		
1. sonstige Rückstellungen	24.726,24	29.828,44
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7.388,70	4.956,35
2. sonstige Verbindlichkeiten	<u>10.541,66</u>	<u>11.765,26</u>
	17.930,36	16.721,61
D. Rechnungsabgrenzungsposten	9.100,00	21.189,00
	<u>98.651,93</u>	<u>158.488,91</u>



Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH
Braunschweig

**GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
FÜR DIE ZEIT VOM 01.01. BIS 31.12.2025**

	Geschäftsjahr €	Vorjahr €
1. Umsatzerlöse	419.311,67	346.248,41
2. sonstige betriebliche Erträge	20.878,51	10.307,79
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezo- gene Waren	0,02-	0,85-
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>131.180,11</u>	<u>128.860,89</u>
	131.180,09	128.860,04
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	383.422,04	320.101,23
b) soziale Abgaben und Aufwen- dungen für Altersversorgung und für Unterstützung	<u>91.960,08</u>	<u>73.932,57</u>
	475.382,12	394.033,80
5. Abschreibungen		
a) auf immaterielle Vermögensge- genstände des Anlagevermö- gens und Sachanlagen	4.899,95	10.356,02
6. sonstige betriebliche Aufwendun- gen	55.341,06	55.769,28
7. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	155,64	220,37
8. Zinsen und ähnliche Aufwendun- gen	0,43	2,81
9. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	103,30-	58,12
10. Ergebnis nach Steuern	<u>226.354,53-</u>	<u>232.303,50-</u>
11. Jahresfehlbetrag	<u><u>226.354,53</u></u>	<u><u>232.303,50</u></u>

**Lagebericht 2025
der
Haus der Wissenschaft
Braunschweig GmbH**

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2025

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

Im Jahr 2025 war der Veranstaltungsbereich rückläufig. Das betrifft die hauseigenen Veranstaltungen ebenso wie die Raumvermietung. An 80 Tagen fanden 77 Veranstaltungen statt. Im Vorjahr waren es 97. Die Aula war mit 217 Belegungstagen stabil ausgelastet und wurde im Unterschied zum Vorjahr auch vereinzelt für externe Mieter bereitgestellt. Insgesamt waren 23.420 Teilnehmende im Haus, was einer Steigerung von 14% entspricht. Es kamen somit mehr Menschen zu weniger Veranstaltungen. Neben der sinkenden Attraktivität des Standortes (ausstehende Renovierungsarbeiten, fehlende Küche für externe Dienstleister, teilweise Geruchsbelästigung sowie angespannte Parkplatzsituation am Standort) bei gleichzeitiger Etablierung neuer Veranstaltungsorte in Braunschweig im vergleichbaren Segment (250 PAX), macht sich zusätzlich die weiterhin angespannte Wirtschaftslage bemerkbar. Die schwache Konjunktur führt bei Partnerinstitutionen und Sponsoren weiter zu einem geringeren Engagement im Bereich Wissenschaftskommunikation. Das erschwert besonders die Verstetigung durchgeführter Projekte und die nachhaltige Unternehmensplanung.

Dennoch geht die Geschäftsführung von einer Steigerung der Einnahmen aus und begründet diese unter anderem mit der Verstetigung von Formaten im wirtschaftlichen Bereich mit der MetropolRegion (Health Hack, März 2025), der TU Braunschweig (Kinder-Podcast-Programm Oktober 2025), dem ForschungRegion e.V. (Salon der Wissenschaft, Mai 2025, Redaktionstelle, Koordination des Wissenschaftsschaufensters). Hinzu kommen zusätzliche Tätigkeitsfelder, die durch die GmbH von Verwaltungseinheiten der TU übernommen wurden (Catering bei Veranstaltungen, Service für Antrittsvorlesungen, konferenzbegleitende Tätigkeiten).

Im nichtwirtschaftlichen Bereich profitierte das Unternehmen vor allem in der Sichtbarkeit von langjährigen Kooperationen wie der Reihe „NDR Info - Wissenschaft aus Braunschweig“ und dem „Astroherbst“ sowie 3 „Science Slams“. Für den Zeitraum 2025 konnten auch das bundesweit sichtbare Projekt „Make Your School“ für das Schuljahr 2025/26 sowie die BMBFSJ geförderten Projekte Role2Role und MINT-Liga wie geplant durchgeführt werden.

Ein Ereignis von herausragendem Charakter im Februar 2025 war der Regionalentscheid der FirstLe-goLeague mit dem Verein HandsOn-Technology. Für den Robotik-Wettbewerb kamen Teams und Gäste aus ganz Norddeutschland in das HdW. Insgesamt waren am Veranstaltungstag 600 Gäste vor Ort. Auch die mediale Begleitung (durch FunkeMedien/Braunschweiger Zeitung, NDR, etc.) und die Bereitschaft zum Sponsoring aus Unternehmen heraus war hoch und führte zu überregionaler Strahlkraft. Das Gewinnerteam reiste anschließend sogar nach Amerika zum Wettkampf nach Massachusetts. Die Schülerinnen und Schüler der Ricarda-Huch-Schule wurden zu Botschaftern Braunschweigs in der Welt der Lego-Robotik-Wettbewerbe.

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 verringert sich durch das Jahresergebnis gegenüber dem Vorjahr auf 248 T€ (Vorjahr 298T€) und liegt damit unter dem Planwert. Der Jahresfehlbetrag liegt mit 226 T€ um 1 T€ über dem im Wirtschaftsplan 2025 prognostizierten Wert von 225 T€.

Die Rückstellungen sind im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt 5 T€ geringer eingestellt worden.

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:

	2025 in T€	2024 in T€	2023 in T€	2022 in T€
Finanzmittel am Beginn der Periode	143	206	202	248
Cashflow lfd. Geschäftstätigkeit	-285	-235	-178	-217
Cashflow Finanzierung	183	183	183	183
Cashflow Investition	-7	-11	-1	-12
Finanzmittel am Ende der Periode	34	143	206	202

Der negative Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von 285 T€ und aus der Investitionstätigkeit von 7 T€ kann durch die Gesellschaftereinlagen nicht kompensiert werden und führt zu einer Verringerung des Finanzbestandes von 109 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 stiegen die Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr auf 419 T€ (Vorjahr 346 T€). Damit wurde der geplante Wert von 355 T€ um 64 T€ überschritten.

Das Ergebnis stellt sowohl höhere steuerbare Erlöse als auch höhere nichtsteuerbare Zuschüsse gegenüber dem Vorjahr dar. Dies konnte durch die Übernahme neuer nicht geplanter Projekte erreicht werden. Die Erträge aus der Raumvermietung bleiben weiter auf dem Niveau von 2019 und etwas höher als im Vorjahr.

	2025	2024	2023	2022	2021
Erlöse aus Raumvermietung	54.620 €	36.604 €	42.765 €	17.034 €	10.039 €
Fördermittel / BMFTR, Stadt, Stiftungen	130.948 €	134.890 €	152.098 €	189.920 €	333.860 €

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind in erster Linie durch Erstattungen aus dem Aufwendungsausgleichgesetz von 10 T€ auf 21 T€ wieder gestiegen.

Der Betriebsaufwand ist analog den gestiegenen Erlösen von insgesamt 588 T€ um 78 T€ auf 666 T€ gestiegen. Dabei ist der Materialaufwand um 2 T€ von 129 T€ auf 131 T€ gestiegen und der Personalaufwand von 394 T€ auf 475 T€ gestiegen. Dies erklärt sich durch zusätzlichen Personalbedarf wegen neu eingeworbener Projekte.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen liegen mit 55 T€ auf Vorjahrsniveau (Vorjahr 55 T€). Die Abschreibungen sind von 10 T€ im Vorjahr auf 5 T€ gesunken.

Die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH schließt das Geschäftsjahr 2025 mit einem Jahresfehlbetrag von 226 T€ (Vorjahr: 232 T€) ab. Der Fehlbetrag liegt mit 1 T€ geringfügig über dem im Wirtschaftsplan 2025 geplanten Ergebnis von 225 T€.

C. PROGNOSEBERICHT

Der Prognosebericht basiert auf dem Wirtschaftsplan 2026. Oberstes Ziel der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH (HdW) ist auch in 2026 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 multiplen Krisen gerechnet, auf die mit entsprechenden Anpassungen der angebotenen Formate reagiert werden soll.

Für 2026 fördert das Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt das HdW (seit Oktober 2022) weiterhin für den Aufbau und Betrieb eines regionalen MINT-Clusters für die MINT-Bildung von Jugendlichen. Zudem fördert das BMFTR das HdW auch in 2026 für das Projekt "Role2Role", das besonders Schülerinnen (bundesweit) für MINT-Bildung begeistern soll. Geplant sind für den Verlauf von weiteren zwei Jahren digitale Formate und jeweils 1-2 Ferienlager in Braunschweig pro Jahr. Zusätzlich konnte ein drittes Förderprojekt gesichert werden. Ab dem 1.1.2026 fördert das BMFTR auch das Verbundvorhaben "Transformpaths" für 5 Jahre.

Zusätzliche Einnahmen werden durch die Aktivitäten für den ForschungRegion e.V., die Metropolregion und die Förderungen der Projekts „Make Your School“ generiert.

Im Raumvermietungs-geschäft wird weiter mit einem Rückgang in der Veranstaltungslage gerechnet. Nach wie vor besteht ein deutliches Defizit zwischen Einnahmen und Ausgaben.

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

Eine Besonderheit ergibt sich durch Vorbereitungen verschiedener Partner in der Stadt Braunschweig für ein Jubiläumsjahr zu Carl Friedrich Gauß in 2027. Die GmbH hat die Chance, sich hier als Netzwerker weiter zu etablieren. In 2026 werden dafür voraussichtlich zwei Mitarbeiterinnen die Kompetenz in ein gefördertes Vorhaben des MWK bei der TU Braunschweig einbringen, wodurch sich massive Auswirkungen in Personalstruktur und Aufgabenentwicklung ergeben.

Im Wirtschaftsplan 2026 geht die Gesellschaft mit 434 T€ von höheren Erlösen im Wirtschaftsjahr 2026 aus. Es sind Aufwendungen für Personal, Projektaufwendungen und allgemeine Betriebskosten in Höhe von insgesamt 618 T€ geplant. Damit weist der Wirtschaftsplan 2026 einen Jahresfehlbetrag von 182 T€ aus und ist somit unter Berücksichtigung der Einlagen der Gesellschafter und der geplanten Entnahme aus dem Kapitalvermögen ausgeglichen.

D. Risiko- und Chancenbericht

1. Risikobericht

Branchenspezifische Risiken

Da die Gesellschaft den Auftrag hat, eine 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. Die Zahl der Förderanträge hat sich in den letzten 12 Monaten weiter bei einer Großzahl der Ausschreibungen exponentiell entwickelt. Waren es zum Beispiel für das sogenannte Wissenschaftsjahr bis 2022 117 Anträge, werden 2026 über 320 Skizzen eingereicht. Darüber hinaus ist in 2026 damit zu rechnen, dass bereits etablierte Fördermittelgeber, wie etwa Stiftungen entsprechend ihrer Statuten, keine erneute Förderung für das Haus der Wissenschaft gewähren können. Zudem fokussieren sich etablierte Fördermittelgeber weiter auf neu entstandene Initiativen, die z.B. bundesweit ähnliche Zielsetzungen haben, wie die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH (Wissenswerkstadt Bielefeld, P26 Bonn, Forum Wissen Göttingen, Triangel Karlsruhe usw.). Etabliert hat sich zudem die

Professionalisierung der Akteure in der Wissenschaftskommunikation, die einerseits einhergeht mit höheren Gagen und dadurch Aufwendungen und andererseits reduzierten Verfügbarkeiten auf Seiten der Wissenschaftler*innen durch ein erhöhtes Aufkommen von Anfragen. Diese Entwicklung wird durch geringere personelle und finanzielle Ressourcen bei Partnerinstitutionen noch verstärkt.

Zusätzlich können weitere Einschränkungen im Veranstaltungsbereich durch einen vorhandenen Investitionsstau der Räumlichkeiten 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. Ebenso ist nebst einer Anbindung an den Forschungsservice der TU Braunschweig auch eine stärkere Verankerung in der Transferstrategie der Hochschule vorgesehen.

Zusätzlich soll das Format-, Dienstleistungs- 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.

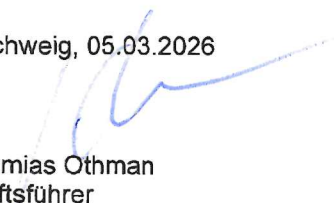
3. Gesamtaussage

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., verschiedene 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-, Dienstleistungs- 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, 05.03.2026


Dr. Jeremias Othman
Geschäftsführer