

Betreff:

Braunschweig Stadtmarketing GmbH - Jahresabschluss 2023

Organisationseinheit:

Dezernat VII
20 Fachbereich Finanzen

Datum:

25.04.2024

Beratungsfolge

Ausschuss für Finanzen, Personal und Digitalisierung (Entscheidung)

Sitzungstermin

02.05.2024

Status

Ö

Beschluss:

„Die Vertreter der Stadt Braunschweig in der Gesellschafterversammlung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH werden angewiesen, den Jahresabschluss 2023 mit einem Jahresfehlbetrag von 2.350.875,57 € 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 5. April 2024 den Jahresabschluss 2023 beraten und im Nachgang im Wege des Umlaufbeschlusses eine entsprechende Beschlussempfehlung abgegeben.

Im Jahresabschluss 2023 werden Gesamterträge (Umsatzerlöse, sonstige betriebliche Erträge, Zinsen) in Höhe von 3.327.050,89 € und Aufwendungen in Höhe von 5.677.926,46 € ausgewiesen, so dass für das Geschäftsjahr 2023 ein Fehlbetrag von 2.230.875,57 € entstanden ist.

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

	Angaben in T€	IST 2022	Plan 2023	IST 2023	Plan 2024
1	Umsatzerlöse	3.042,1	3.069,8	3.190,0	2.910,3
1a	% zum Vorjahr/Plan		+0,9	+4,9/+3,9	-5,2/-8,7
2	Sonstige betriebliche Erträge	81,0	0,0	104,8	0,0
	Summe Erträge	3.123,1	3.069,8	3.294,8	2.910,3
3	Materialaufwand	-2.063,7	-1.969,5	-2.146,2	-2.053,4
4	Personalaufwand	-2.238,0	-2.916,1	-2.793,3	-3.429,0
5	Abschreibungen	-15,5	-30,0	-17,1	-25,0
6	Sonstige betriebliche Aufwendungen	-478,9	-794,0	-501,1	-803,5
7	Abschreibungen auf Finanzanlagen	-165,5	-165,5	-165,5	-165,5
	Summe Aufwendungen	-4.961,6	-5.875,1	-5.623,2	-6.476,4
8	Betriebsergebnis (Summe 1 bis 7)	-1.838,5	-2.805,3	-2.328,4	-3.566,1
9	Zins-/Finanzergebnis*	0,0	0,0	32,3	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)	-1.838,5	-2.805,3	-2.296,1	-3.566,1
12	sonstige Steuern	-24,2	0,0	-54,7	0,0
13	Jahresergebnis (Summe 11 bis 12)	-1.862,7	-2.805,3	-2.350,8	-3.566,1
14	Entnahme aus der Kapitalrücklage	0,0	397,4	0,0	728,3
15	Verbleibendes Jahresergebnis	-1.862,7	-2.407,9	-2.350,8	-2.837,8
16	Gezahlte Einlage im jew. Jahr	1.862,7	2.407,9	2.363,0	2.837,8

Im Wirtschaftsjahr 2023 hat sich erfreulicherweise eine schnellere Erholung von der Corona-Pandemie dargestellt als vermutet. So stiegen die Umsatzerlöse (insbesondere Einnahmen aus dem touristischen Bereich) gegenüber dem Plan 2023 und Vorjahr wieder an. Korrespondierend ergaben sich Anstiege beim Materialaufwand aufgrund von Mehrbedarfen für Kommunikationskampagnen u. ä.

Beim Personalaufwand ergaben sich durch Vakanzen bzw. spätere Einstellungen Reduzierungen gegenüber dem Planansatz.

Der Plan 2023 sah Einlagen der Gesellschafterin in Höhe von 2.407.900 € vor (2.233.500 € Festbetragseinlage sowie 174.400 € variable Einlage). Im Zusammenhang mit der ‚Globalen Minderausgabe‘ wurde die variable Einlage um 44.879,76 € gekürzt auf 129.520,24 € und somit wurden insgesamt Einlagen in Höhe von 2.363.020,24 € geleistet seitens der Stadt. Aufgrund des nunmehr guten Ergebnisses im Wirtschaftsjahr 2023 war dies ausreichend.

Im Geschäftsjahr wurden Investitionen in Höhe von rd. 100,4 T€ vorgenommen. Neben den üblichen Ausgaben für Betriebs- und Geschäftsausstattung wurden insbesondere rd. 96,9 T€ einmalig verausgabt für eine Neukonstruktion der Flöße auf dem Weihnachtsmarkt im Burggraben. Dies wird in Folgejahren zu reduzierten Aufbaukosten führen.

Die Investitionen konnten aus vorhandener Liquidität finanziert werden.

Der Jahresabschluss der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH (HdW), an der die BSM mit 25,2 % beteiligt ist, weist einen Fehlbetrag von 192.146,88 € 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.). Die Verschlechterung des Ergebnisses 2023 gegenüber dem Vorjahresergebnis (- 175,0 T€) ist begründet durch eine Verringerung bei den Umsatzerlösen aufgrund geringerer Sponsoringeinnahmen.

Beide Jahresabschlüsse wurden von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft EURATIO GmbH geprüft. Der uneingeschränkte Bestätigungsvermerk wurde jeweils am 4. März 2024 erteilt.

Die Bilanzen und Gewinn- und Verlustrechnungen sowie die Lageberichte für das Geschäftsjahr 2023 der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und der Haus der

Wissenschaft Braunschweig GmbH sind als Anlagen beigefügt.

Geiger

Anlage/n:

Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung und Lagebericht 2023 Braunschweig
Stadtmarketing GmbH

Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung und Lagebericht 2023 Haus der Wissenschaft
GmbH



**Jahresabschluss 2023
der
Braunschweig Stadtmarketing GmbH**

BILANZ zum 31. Dezember 2023

AKTIVSEITE		PASSIVSEITE	
	31.12.2023 EUR	Zum Vergleich: 31.12.2022 EUR	Zum Vergleich: 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	1.991,00	2.353	25.000
II. Sachanlagen			2.770.933
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	2.875,00	3.414	
2. Technische Anlagen und Maschinen	108.776,00	21.683	
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	13.944,00	16.813	
	125.595,00	41.910	
III. Finanzanlagen			
Beteiligungen	6.300,00	6.300	25.000
	133.886,00	50.563	485.497
B. UMLAUFVERMÖGEN			
I. Vorräte	143.146,21	169.318	
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.642.374,92	1.117.530	
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	0,00	5.000	
3. Sonstige Vermögensgegenstände	25.979,84	8.714	
	1.668.354,76	1.131.244	
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	451.974,22	664.323	1.964.885
	2.263.475,19	1.964.885	
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN			
	17.739,55	22.359	
	2.415.100,74	2.037.807	
A. EIGENKAPITAL			
I. Gezeichnetes Kapital	25.000,00	25.000,00	25.000
II. Kapitalrücklage	3.271.270,27	3.271.270,27	2.770.933
III. Jahresfehlbetrag	-2.350.875,57	-2.350.875,57	-1.862.883
	945.394,70	945.394,70	933.250
B. RÜCKSTELLUNGEN			
1. Steuerrückstellungen	50.000,00	50.000,00	25.000
2. Sonstige Rückstellungen	621.287,20	621.287,20	485.497
	671.287,20	671.287,20	510.497
C. VERBINDLICHKEITEN			
1. Verbindlichkeiten aus Liefe- rungen und Leistungen	447.009,24	447.009,24	438.985
2. Sonstige Verbindlichkeiten	288.704,47	288.704,47	107.815
	735.713,71	735.713,71	546.800
D. RECHNUNGSABGRENZUNGS- POSTEN			
	62.705,13	62.705,13	47.260
	2.415.100,74	2.415.100,74	2.037.807

123

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für die Zeit vom
1. Januar bis 31. Dezember 2023

	2023	Zum Vergleich:
	EUR	2022
	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse	3.189.978,64	3.042.050
2. Sonstige betriebliche Erträge	104.762,31	80.981
3. Materialaufwand:		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebs-		
stoffe sowie für bezogene Waren	294.328,91	255.438
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	1.851.817,12	1.808.233
4. Personalaufwand:		
a) Löhne und Gehälter	2.202.027,46	1.737.811
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für		
Altersversorgung und für Unterstützung	591.295,44	500.154
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögens-		
gegenstände des Anlagevermögens und		
Sachanlagen	17.104,67	15.484
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	501.146,26	478.925
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	32.310,04	0
8. Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf		
Wertpapiere des Umlaufvermögens	165.500,00	165.500
9. Ergebnis nach Steuern	- 2.296.168,97	- 1.838.514
10. Sonstige Steuern	54.706,60	24.169
11. Jahresfehlbetrag	- 2.350.875,57	- 1.862.683

03.04.24
K. W.

**Lagebericht 2023
der
Braunschweig Stadtmarketing GmbH**

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2023

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.

See

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.

Das Jahr 2023 war das erste Jahr nach den Pandemie-Jahren, das nur noch geringe Auswirkungen bei den geschäftlichen Aktivitäten der Gesellschaft, vorwiegend im touristischen Bereich, ausweist. Besonders das Geschäftsfeld des Veranstaltungsmanagements konnte wieder ohne Einschränkungen planen und somit die Sponsoren frühzeitig für eine Beteiligung an den Veranstaltungen gewinnen. Im touristischen Bereich war dagegen zunächst noch Zurückhaltung zu spüren, die sich dann aber im Laufe des Jahres legte und in der Touristinfo gerade im vierten Quartal zu gegenüber dem Vorjahr stark gestiegenen Umsätzen führte. Insbesondere das zum Weihnachtsmarkt erstmals neu aufgelegte Kombiticket für die ÖPNV-Nutzung zum Marktbesuch erfuhr eine hohe Nachfrage. Das Flächenmanagement entwickelte sich weiterhin sehr positiv, u.a. auch durch die aktive Betreuung neuer Veranstaltungsformate außerhalb der Okerumflut. Trotz der Energiekrise und der Eintrübung der Konsumlaune konnten die geplanten Erlöse erzielt werden.

Die Gesellschaft spürt mittlerweile deutlich die Auswirkungen des Arbeitnehmermarktes. So konnten vakante Stellen zum Teil nur durch mehrfache Ausschreibungen und damit entstehendem Zeitversatz nachbesetzt werden. Dies trug zu einer Verbesserung des Gesamtergebnisses bei, die sich allerdings durch die Übernahme zusätzlicher Projekte nicht in vollem Umfang im Jahresergebnis bemerkbar macht. 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, Sport und Convention eingesetzt. Die Gesellschaft führte auch in 2023 Maßnahmen zur Belebung der Innenstadt durch, die als Projekte der Landesförderung „Perspektive Innenstadt“ zur Belebung der Frequenzen in der Innenstadt umgesetzt wurden. Die Laserfrequenzmessung zeigte, dass die Besuchsfrequenzen in der Innenstadt sich teils auf das Vorkrisenniveau steigerten.

Braunschweig konnte mit über 1.054 regionalen und überregionalen Presseveröffentlichungen im Jahr 2023 die größte Medienresonanz seit Beginn der Aufzeichnungen erzielen (883 Veröffentlichungen in 2022). Diese Zahlen zeigen, dass die Braunschweiger Themen nicht nur regional, sondern auch überregional immer größere 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 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 kleine und mittelständische Unternehmen sowie Forschungseinrichtungen und weitere Akteure in die Standortmarketingmaßnahmen der Braunschweig Stadtmarketing GmbH eingebunden.

	2023	2022	2021	2020	2019	2018
Presseveröffentlichungen in Print und PresseOnline-Portale	1.054	883	856	974	746	662
davon regional	760	684	741	756	527	515
davon überregional	294	199	115	218	219	147

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 nun mit 103.414 Gästen (Vorjahr 85.297 Gäste) wieder erreicht werden. Insbesondere das Weihnachtsgeschäft des Jahres 2023 in den Monaten November und

Handwritten signature

Dezember brachte durch das Weihnachtsmarktkombiticket und die Geschenkboxen stark steigende Frequenzen und 52% des Gesamtumsatzes. Der Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahresergebnis um 53,9 % auf 577 T€ (Vorjahr 375 T€) und übertrifft damit die Umsätze vor der Pandemie deutlich. Die Kennzahlen der Touristinfo haben sich wie folgt entwickelt:

	2023	2022	2021	2020	2019	2018
Besucherzahlen	103.414	85.297	52.569	55.438	101.161	102.092
Jahresumsatz	576.753	374.995	280.017	186.045	382.734	368.772

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 lagen.

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 646.134 Zugriffen (Vorjahr: 628.450) gegenüber dem Vorjahresniveau leicht gesteigert werden. Die Zahl der Hotelübernachtungen in Braunschweig stieg in 2023 deutlich gegenüber dem Vorjahr an. Das Buchungsverhalten hat sich jedoch verändert, so dass gerade im sog. Leisure-Bereich immer kürzere Vorbuchungszeiträume erfahren werden. Die Ausrichter von Konferenzen und Tagungen haben ihre Planungen in 2023 wieder ausgebaut. 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 41 (Vorjahr 59) neuen Einträgen konnten 102.444 Besucher (Vorjahr: 110.924 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. Trotz der Bedeutung der digitalen Medien und Kanäle bleibt die Nachfrage nach gedruckten Medien bestehen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Braunschweig Stadtmarketing GmbH die Auswirkungen der Pandemie gut ausgleichen und die Partnerschaften festigen konnte. Das Unternehmen nimmt allerdings weiterhin eine Zurückhaltung der Partner bei Beteiligungen an Maßnahmen und im Sponsoring durch die konjunkturelle Eintrübung wahr.

2.2 Ertragslage

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

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

Handwritten signature

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH schließt das Geschäftsjahr 2023 mit einem Jahresfehlbetrag von 2.351 T€ ab. Dieses Ergebnis liegt um 174 T€ unter dem mit dem Wirtschaftsplan 2024 vorgelegten Wert in der Prognose mit einem geplanten Jahresfehlbetrag von 2.525 T€. Der Wirtschaftsplan 2024 wurde mit einem normalisierten Geschäftsverlauf aufgestellt, der neben der globalen Minderausgabe auch erste Aufwendungen für die personelle Aufstellung für die Großprojekte „Tag der Niedersachsen“ und „Internationaler Hansetag“ in 2026 bzw. 2027 vorsieht.

Das sehr gute Ergebnis wurde im Wesentlichen durch folgende Effekte erzielt: Erstens konnten in verschiedenen Projekten höhere Deckungsbeiträge erreicht werden als bei der Planung im Zeitraum der ausklingenden Pandemie angenommen. Zweitens konnten Projekte wie die Bewegtbildproduktion und Besser Smart phasenweise durch dauerhafte Erkrankung der Projektverantwortlichen nicht in der geplanten Stringenz umgesetzt werden, da zunächst Nachbesetzungen gesucht werden mussten. Drittens waren im Personalbereich erneut durch zeitverzögerte Stellennachbesetzungen mit 123 T€ deutliche Entlastungen gegenüber den ursprünglichen Planungen zu verzeichnen. Weiterhin konnte die Entwicklung der Markenstrategie durch den erforderlichen Ausschreibungsprozess noch nicht soweit vorangetrieben werden, dass die geplanten Mittel in voller Höhe eingesetzt werden konnten. Diese Mittel sollen im Kapital stehen bleiben, um das beauftragte Vorhaben in 2024 abschließen zu können.

Die Umsatzerlöse liegen mit 3.190 T€ um 148 T€ über dem Vorjahreswert und um 120 T€ gegenüber dem Planwert. Diese Steigerung spiegelt die weitere Normalisierung der Gesamtsituation wieder. Die Veranstaltungen konnten in 2023 zwar im geplanten Umfang durchgeführt werden. Es verstetigt sich allerdings die Entwicklung, dass die Gewinnung von Sponsoren vor dem Hintergrund der allgemeinen wirtschaftlichen Lage schwieriger wird. Die geplanten Deckungsbeiträge der Projekte konnten aber in 2023 insgesamt wieder erreicht werden. Die Begleitung der Stadt in unterschiedlichsten Kommunikationskampagnen gegen entsprechendes Entgelt konnte erneut weiter ausgebaut werden. Und die Begleitung der Veranstalter in der Veranstaltungskommunikation wurde erfolgreich weitergeführt. Die Rückmeldungen der Veranstalter zu den weiterführenden Marketingmaßnahmen waren durchweg positiv. Die touristischen Erlöse konnten gegenüber dem Vorjahr um 17% deutlich verbessert werden. Dazu trugen auch die sehr guten Umsätze in der Touristinfo bei. Auch der Bereich der Sondernutzungen übertraf mit 340 T€ die geplanten Erlöse von 263 T€ um 29%. Grund war die Etablierung von neuen Veranstaltungen im Bereich außerhalb der Okerumflut.

Die sonstigen betrieblichen Erträge liegen mit 24 T€ über dem Vorjahreswert und enthalten wieder Lohnerstattungen der Krankenkassen in Höhe von 8 T€ für Schwangerschaften und Dauererkrankungen im Jahr 2023.

Der Materialaufwand liegt - den zusätzlichen Erlösen entsprechend - mit 2.146 T€ um 82 T€ über dem Vorjahreswert von 2.064 T€. Verschiedene Kommunikationskampagnen (touristische Sommer- und Winterkampagne) trugen ebenso dazu bei wie die ersten Schritte zur Entwicklung einer Kommunikationsstrategie für die Großereignisse in den kommenden Jahren. Es wurden mit der „Markt- und Wettbewerbsanalyse 2.0“ und dem Projekt „Gamification“ auch wieder Förderprojekte zur Belebung der Innenstadt aus dem Landesprogramm Perspektive Innenstadt umgesetzt, deren Finanzierung die Gesellschaft, neben den zugesagten Fördermitteln in Höhe von 160 T€ aus Eigenmitteln eingeplant hat.

Der Personalaufwand liegt mit 2.793 T€ deutlich über dem Vorjahr (+555 T€). Zum einen erfolgte eine Neubewertung der Stellen zu Beginn des Jahres 2023, die zu einer geplanten Personalkostensteigerung führte. Des Weiteren wurden tariflich vereinbarte Inflationsausgleichszahlungen in Höhe von 104 T€ geleistet. Für Altersteilzeit mussten entsprechende Rückstellungen erhöht werden. Der angesetzte Personaletat von 2.916 T€ wurde jedoch unterschritten, da sich bei der Nachbesetzung freigewordener Stellen im Personalbereich vorübergehende Vakanzen ergeben haben. Für Personaldienstleistung wurden 60 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 22 T€ auf 501 T€ durch höhere Mietnebenkosten (Strom und Wasser) gestiegen.

Deine

Die Abschreibungen erhöhen sich durch Neubeschaffungen für die Konstruktion der Flöße auf dem Weihnachtsmarkt im Anlagevermögen auf 17 T€.

Durch die o.g. Entwicklungen und wirtschaftliches Handeln kann die Braunschweig Stadtmarketing GmbH das geplante Jahresergebnis unterschreiten und schließt das Geschäftsjahr 2023 mit einem Jahresfehlbetrag von 2.351 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 2023 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.

Mittel für Investitionstätigkeiten der Gesellschaft betreffen allgemein Neu- und Ersatzinvestitionen in Software, Betriebs- und Geschäftsausstattung. Zu erwähnen sind hierbei vor allem die im Geschäftsjahr 2023 durchgeführten Investitionen an den Flößen.

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.

	2023 TEUR	2022 TEUR	2021 TEUR	2020 TEUR
Finanzmittel am Beginn der Periode	1.488	1.103	586	632
Cash Flow lfd. Geschäftstätigkeit	-2.231	-1.395	-1.594	-2.018
Cash Flow Finanzierung	2.363	1.958	2.279	1.967
Cash Flow Investition	-266	-178	-167	5
Finanzmittel am Ende der Periode	1.355	1.488	1.103	586

Der negative Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von 2.231T€ und aus der Investitionstätigkeit von 266 T€ wird durch die Gesellschaftereinlage vollständig ausgeglichen und führt somit zu einer Minderung des Finanzmittelbestandes um 134 T€.

2.4.Vermögenslage

Das Gesamtvermögen und -kapital ist im Vergleich zum Vorjahr um 378 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 stärkte durch die umgesetzten Maßnahmen in 2023 das Standortmarketing. Die seit 2022 für Veranstalter als Unterstützungen angebotenen Kommunikationsmaßnahmen fördern die

Handwritten signature

Wahrnehmung des Freizeit- und Erlebnisangebots Braunschweigs. In 2023 konnten mit der überregional ausgerichteten Sommer- und der Winterkampagne Maßnahmen aus dem Tourismuskonzept erfolgreich umgesetzt werden, die auch in 2024 fortgeführt werden sollen. Die Partner aus Hotellerie, Tourismus und Kultur unterstützen die Maßnahmen.

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 Werbemaßnahmen. Interne Meetings werden zur Akquisition weiterer Partner und zur Stärkung des Netzwerks genutzt.

Die Zusammenarbeit mit dem Handel der Innenstadt, der Hotellerie, der Gastronomie und mit touristischen Leistungsträgern hat sich auch in 2023 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 Projektspatoren, 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 stärkte 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 gefährdet 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 bei einer Agentur beauftragt und befindet sich in Erarbeitung:

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 Schwangerschaften und Elternzeiten, 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. Diese besonderen Ereignisse führten zu etwas verminderter Produktivität.

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 2024.

Der Wirtschaftsplan 2024 enthält eine städtische Einlage in Höhe von 2.838 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 2024 gesondert ausgewiesen. Der Einlagebetrag ist mit 2.838 T€ geringer als der geplante Jahresfehlbetrag von TEUR 3.566 angesetzt, da die Gesellschaft plant, die seit 2020 im Kapital verbliebenen Einzahlungen zur Deckung des Jahresfehlbetrags 2024 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 513 T€ höher geplant als im Vorjahr, da die Gesellschaft neben tariflichen Steigerungen, neue Projektleitungsstellen für neue Aufgaben und durch Ausscheiden aus Altersgründen parallele Besetzungen vorsieht und auch auf die Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt reagieren musste. Stellenbesetzungen gestalteten sich zuletzt durch die angewandte Tarifstruktur im Verhältnis zur Kernverwaltung und den Markterfordernissen zunehmend schwieriger, so dass die Gesellschaft in 2023 eine Stellenneubewertung vorgenommen hat. Die daraus resultierende Erhöhung der Vergütungen wurde in Abstimmung mit der Gesellschafterin bereits für 2023 entsprechend eingeplant.

Die Raumkosten bleiben gegenüber dem Vorjahr gleich, da die zu erwartenden höheren Energiekosten für die zwei Mietobjekte schon im Vorjahr eingeplant waren. Die Erlöse aus den Marketingmaßnahmen wurden gegenüber dem Vorjahr auf 318 T€ (Vorjahr 290 T€) angehoben, da sich aus den Beteiligungen der Veranstalter an der überregionalen Kommunikation neue Erlöspotentiale ergeben und weiterhin steigende Erlöse aus Kommunikationsleistungen für die Stadtverwaltung eingeplant wurden. Der erhöhte Aufwand (718 T€) in dieser Position entsteht durch die zusätzlichen Sachkosten für die Veranstaltungskommunikation und die Entwicklung der Markenstrategie zu den Großereignissen der kommenden Jahre.

Im Veranstaltungsbereich werden im Vergleich zum Wirtschaftsplan 2023 die Erlöse mit 767 T€ auf gleichem Niveau wie im Vorjahr angesetzt (Vorjahr: 770 T€), da sich die Akquisition von Partnerbeteiligungen vor dem Hintergrund der aktuellen allgemeinerwirtschaftlichen Lage eher schwierig gestaltet.

Die „Erlöse aus Werberechten“ sind mit 780 T€ deutlich geringer eingeplant als im Vorjahr (1.037 EUR) da der Vertrag mit dem derzeitigen Werbepartner ausläuft und zum Planungszeitpunkt neu auszuschreiben war. Die Erlössituation wird sich mit dem neuen Vertrag etwas besser darstellen, als es zum Zeitpunkt des Aufstellens des Wirtschaftsplanes absehbar war. Nach einer ersten Einschätzung werden die Erlöse aus dem Pachtvertrag um 100 TEUR höher liegen als im Plan ausgewiesen.

Die Aufwendungen (541 T€) und Erlöse (563 T€) für die „touristischen Produkte und Marketing“ wurden für 2024 insgesamt höher angesetzt als in den Vorjahren, da die Gesellschaft die Entwicklung mit den neuen Geschäftsmodellen positiv einschätzt und auch in 2024 mit dem Lichtparcours wieder eine umsatzbringende Veranstaltung angesetzt ist. 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.

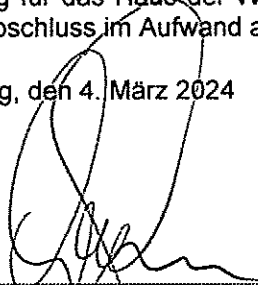
5. Risikoberichterstattung in Bezug auf die Verwendung von Finanzinstrumenten

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 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 in 2023 wieder Erlöse in der Größenordnung vor Corona 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 4. März 2024



Gerold Leppa
Geschäftsführer

**Jahresabschluss 2023
der
Haus der Wissenschaft
Braunschweig GmbH**

AKTIVSEITE

		31.12.2023		Zum Vergleich: 31.12.2022	
		EUR	EUR	EUR	EUR
A. ANLAGEVERMÖGEN					
Sachanlagen					
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.357,00	3.370		25.000,00	25.000
				307.700,24	300.153
				- 192.146,88	- 174.953
				140.553,36	150.200
B. UMLAUFVERMÖGEN					
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände					
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12.875,42	2.719			
2. Sonstige Vermögensgegenstände	333	13.220			
	12.878,75	15.939			
II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	206.267,12	202.024	217.963		40.054
	218.945,87				
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN					
	3.171,71	3.169		10.922,79	8.072
				16.203,73	3.126
				27.126,52	11.198
D. RECHNUNGSABGRENZUNGS- POSTEN					
				25.000,00	23.050
	224.474,58	224.502		224.474,58	224.502

1.43

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für die Zeit vom

1. Januar bis 31. Dezember 2023

	2023	Zum Vergleich:
	EUR	2022
	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse		
2. Sonstige betriebliche Erträge	380.384,00	437.468
3. Materialaufwand:	18.857,21	21.219
Aufwendungen für bezogene Leistungen	108.259,45	115.329
4. Personalaufwand:		
a) Löhne und Gehälter	344.281,83	371.985
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung		
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	77.577,38	76.181
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.618,90	10.955
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	59.355,90	59.193
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	167,42	5
9. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	2,00	2
10. Sonstige Steuern	42,07	1
	217,98	-1
11. Jahresfehlbetrag	-192.146,88	-174.953

id



**Lagebericht 2023
der
Haus der Wissenschaft
Braunschweig GmbH**

LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2023

A. Grundlage des Unternehmens

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

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

B. Wirtschaftsbericht

1. Geschäftsverlauf

Das Jahr 2023 war grundsätzlich geprägt durch eine Normalisierung des Betriebs nach den Jahren der Covid-19 Pandemie. Das betrifft die hauseigenen Veranstaltungen ebenso wie die Raumvermietung. Gleichzeitig hatte die multiple Krisenlage (Krieg in Europa, unsichere Energielage und Lieferketten, Klimawandel) spürbare Auswirkungen auf die Förderlandschaft. So wurden beantragte Förderprojekte entweder gar nicht oder in geringerem Umfang gefördert und war bei Partnerinstitutionen und Sponsoren ein geringeres Engagement im Bereich Wissenschaftskommunikation zu verzeichnen. So konnten geplante Veranstaltungen wie ein EU-Science Slam und das HEX-Festival 2023 nicht durchgeführt werden. Eine Förderung im Rahmen des Wissenschaftsjahres blieb ebenfalls aus.

In 2023 wurden nach dreijähriger Pause das Format „NDR Info - Wissenschaft aus Braunschweig“ wieder aufgenommen und um das Element eines Live-Podcasts erweitert. Dieser hat pro Episode zwischen 50-90.000 Abrufe und sorgt für eine bundesweite Sichtbarkeit des Unternehmens. Auch der „Astroherbst“ sowie vier „Science Slams“ konnten wieder durchgeführt werden. Die Anzahl der Raumvermietungen ist im Vergleich zu pandemischen Verhältnissen stark gestiegen und auf dem Niveau vor 2019.



Für den Zeitraum 2023 konnten auch die Projekte „Make Your School“ für das Schuljahr 2022/23 sowie das von der Stadt Braunschweig geförderte Austausch- und Vernetzungsformat „Ortswechsel“ wie geplant durchgeführt und abgeschlossen werden. Auch die MINT-Liga, gefördert durch das BMBF nimmt den geplanten Verlauf.

Der „Health Hack 23“ wurde wieder in Präsenz durchgeführt. Daneben konnte die Gesellschaft auch 2023 mehrere Dienstleistungsaufträge für die Durchführung digitaler Veranstaltungen einwerben.

Zum zweiten Mal durchgeführt wurde am 10. Mai 2023 der „Salon der Wissenschaft“. Der Dienstleistungsauftrag der Stadt Braunschweig und des ForschungRegion Braunschweig e.V. ist als mehrjährige Veranstaltung angelegt

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 TEUR 308 (Vorjahr: TEUR 300) und liegt damit leicht über dem Planwert. Der Jahresfehlbetrag liegt mit TEUR 192 unter dem im Wirtschaftsplan 2023 prognostizierten Wert von TEUR 198.

Die Rückstellungen sind im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt TEUR 8 geringer eingestellt worden.

Durch die multiple Krisenlage konnten auch in 2023 verschiedene Projekte nicht in dem geplanten Umfang durchgeführt werden. Allerdings waren die Auswirkungen durch Umstellung der Formate überschaubar, 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:

	2023 in TEUR	2022 in TEUR	2021 in TEUR	2020 in TEUR	2019 in TEUR
Finanzmittel am Beginn der Periode	202	248	259	131	182
Cashflow lfd. Geschäftstätigkeit	-178	-217	-190	-45	-205
Cashflow Finanzierung	183	183	183	183	167
Cashflow Investition	-1	-12	-4	-9	-13
Finanzmittel am Ende der Periode	206	202	248	259	131

Der negative Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von TEUR 178 und aus der Investitionstätigkeit von TEUR 1 kann durch die Gesellschaftereinlagen deutlich überkompensiert werden und führt zu einem Anstieg des Finanzbestandes um TEUR 4.

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 gegenüber dem Vorjahr auf TEUR 380 (Vorjahr auf TEUR 438). Damit wurde der geplante Wert von TEUR 406 um TEUR 26 unterschritten. Das Ergebnis stand im Zusammenhang mit dem Wegfall des HEX-Festivals und der damit verbundenen Sponsorengelder, sowie der geringeren Fördergelder für Projekte. Die Erträge aus der Raumvermietung sind wieder auf dem Niveau vor der Corona-Pandemie und deutlich höher als im Vorjahr.

	2023	2022	2021	2020	2019
Erlöse aus Raumvermietung	EUR 42.765	EUR 17.034	EUR 10.039	EUR 12.976	EUR 46.493
Fördermittel BMBF	EUR 127.098	EUR 273.090	EUR 311.560	EUR 172.600	EUR 74.700

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind in erster Linie durch Erstattungen aus dem Aufwendungsausgleichsgesetz von TEUR 21 auf TEUR 19 leicht gesunken.

Der Betriebsaufwand ist von insgesamt TEUR 633 um TEUR 42 auf TEUR 591 gesunken. Dabei ist der Materialaufwand um TEUR 7 von TEUR 115 auf TEUR 108 und der Personalaufwand von TEUR 448 auf TEUR 422 gesunken. Dies erklärt sich durch den Wegfall von Veranstaltungen wie das HEX-Festival.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind mit TEUR 59 gleichgeblieben (Vorjahr TEUR 59). Die Abschreibungen sind von TEUR 11 im Vorjahr auf TEUR 2 gesunken. Auf den Wegfall von

Erlösen aus Sponsoring und Fördergeldern reagierte die Geschäftsführung mit geringeren Ausgaben beim Personal und in den Beschaffungen sowie dem Ausbau der Dienstleistung. Stellen, die frei wurden, wurden zunächst nicht nachbesetzt, Anschaffungen, die nicht zwingend waren, wurden zurückgestellt und neue Auftraggeber, wie die Polizei Niedersachsen als Auftraggeber akquiriert.

Die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH schließt das Geschäftsjahr 2023 mit einem Jahresfehlbetrag von TEUR 192 (Vorjahr: TEUR 175) ab. Der Fehlbetrag liegt mit TEUR 6 unter dem im Wirtschaftsplan 2023 geplanten Ergebnis von TEUR 198.

C. PROGNOSEBERICHT

Der Prognosebericht basiert auf dem Wirtschaftsplan 2024. Oberstes Ziel der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH (HdW) ist auch in 2024 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 2024 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 2025 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., die Metropolregion und die Förderungen des Projekts „Make Your School“ generiert.

Im Raumvermietungsgeschäft wird weiter mit einer Normalisierung gerechnet.

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

Im Wirtschaftsplan 2024 geht die Gesellschaft mit TEUR 356 von geringeren Erlösen im Wirtschaftsjahr 2024 aus. Es sind Aufwendungen für Personal, Projektaufwendungen und allgemeine Betriebskosten in Höhe von insgesamt TEUR 579 geplant. Damit weist der Wirtschaftsplan 2024 einen Jahresfehlbetrag von TEU 223 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. Die Zahl der Förderanträge hat sich in den letzten 12 Monaten bei einer Großzahl der Ausschreibungen exponentiell entwickelt. Darüber hinaus ist in 2024 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 auf neu entstandene Initiativen, die z.B. bundesweit ähnliche Zielsetzungen haben, wie die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH. Zu beobachten ist darüber hinaus auch eine 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 neben einer Anbindung an den Forschungsservice der TU Braunschweig auch eine stärkere Verankerung in der Transferstrategie der Hochschule vorgesehen.

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.

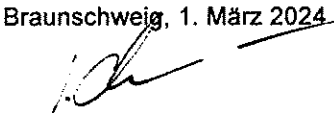
3. Gesamtaussage

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, 1. März 2024


Dr. Jeremias Othman
Geschäftsführer

 (unw)