Bilanz zum 31.12.2023

Wuppertal Marketing GmbH Marketing, Wuppertal

AKTIVA

	EUR	Geschäftsjahr EUR	Vorjahr EUR
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
1. entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		11,00	60,00
II. Sachanlagen			
1. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		64.663,00	69.388,00
Summe Anlagevermögen		64.674,00	69.448,00
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte			
1. fertige Erzeugnisse und Waren	116.879,64		111.029,96
2. geleistete Anzahlungen	20.531,44		4.200,00
		137.411,08	115.229,96
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	11.061,59		19.839,47
2. sonstige Vermögensgegenstände	26.818,76		5.000,96
		37.880,35	24.840,43
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks		1.160.833,52	441.093,51
Summe Umlaufvermögen		1.336.124,95	581.163,90
C. Rechnungsabgrenzungsposten		6.568,81	4.746,18
		1.407.367,76	**655.358,08**

PASSIVA

	EUR	Geschäftsjahr EUR	Vorjahr EUR
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	1.030.000,00		220.000,00
eigene Anteile	15.000,00-		15.000,00-
ausgegebenes Kapital		1.015.000,00	205.000,00
II. Gewinnvortrag		312.530,60	383.638,49
III. Jahresfehlbetrag		87.809,99	71.107,89
Summe Eigenkapital		1.239.720,61	517.530,60
B. Rückstellungen			
1. Steuerrückstellungen	2.225,30		339,00
2. sonstige Rückstellungen	105.340,00		82.030,00
		107.565,30	82.369,00
C. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	25.995,31		20.930,03
2. sonstige Verbindlichkeiten	34.086,54		34.528,45
- davon aus Steuern EUR 30.144,16 (EUR 28.992,62)			
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit EUR 988,39 (EUR 943,32)			
		60.081,85	55.458,48
		1.407.367,76	**655.358,08**

Gewinn- und Verlustrechnung vom 01.01.2023 bis 31.12.2023

Wuppertal Marketing GmbH Marketing, Wuppertal

	EUR	Geschäftsjahr EUR	Vorjahr EUR
1. Umsatzerlöse		843.021,78	529.981,53
2. Gesamtleistung		**843.021,78**	**529.981,53**
3. sonstige betriebliche Erträge			
a) Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	6.801,20		8.781,40
b) übrige sonstige betriebliche Erträge	938.125,00		914.423,54
		944.926,20	923.204,94
4. Materialaufwand			
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	462.448,47		239.399,51
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	11.792,00		13.660,00
		474.240,47	253.059,51
5. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	872.035,74		805.830,59
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	173.690,54		164.794,72
- davon für Altersversorgung EUR 2.750,22 (EUR 1.987,95)			
		1.045.726,28	970.625,31
6. Abschreibungen			
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		43.280,65	14.977,42
7. sonstige betriebliche Aufwendungen			
a) Raumkosten	124.422,98		108.514,23
b) Versicherungen, Beiträge und Abgaben	12.124,01		10.315,10
c) Reparaturen und Instandhaltungen	9.601,15		8.215,37
d) Fahrzeugkosten	13.561,23		11.833,37
e) Werbe- und Reisekosten	29.978,06		21.248,96
f) Kosten der Warenabgabe	9.411,56		8.429,28
g) verschiedene betriebliche Kosten	109.342,09		93.053,07
h) Verluste aus Wertminderungen von Gegenständen des Umlaufvermögens und Einstellung in die Wertberichtigung zu Forderungen	25,63		399,16
i) übrige sonstige betriebliche Aufwendungen	7.906,10		22.951,48
		316.372,81	284.960,02
8. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		6.932,07	5,25
9. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		3.069,83	677,35
10. Ergebnis nach Steuern		**87.809,99-**	**71.107,89-**
11. Jahresfehlbetrag		**87.809,99**	**71.107,89**

Wuppertal Marketing GmbH

Anhang zum Jahresabschluss zum 31. Dezember 2023

I. Allgemeine Angaben

Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2023 wurde nach den Vorschriften der §§ 238 ff. HGB aufgestellt.

Die Wuppertal Marketing GmbH hat ihren Sitz in Wuppertal und ist eingetragen in das Handelsregister beim Amtsgericht Wuppertal unter HRB 19342.

Nach § 264 HGB in Verbindung mit § 267 HGB gilt die Gesellschaft als klein. Die Gesellschaft bilanziert jedoch gemäß Gesellschaftsvertrag nach den für große Kapitalgesellschaften geltenden Vorschriften des HGB.

II. Angaben zur Bilanzierung und Bewertung

1. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sind gegenüber dem Vorjahr unverändert geblieben.

Die Bilanzierung erfolgte in der Annahme der Fortführung der Unternehmenstätigkeit (Going concern Prämisse) § 252 Abs. 1 Nr. 2 HGB.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren in Staffelform aufgestellt.

2. Bilanzierung und Bewertung einzelner Bilanzpositionen

Erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten angesetzt und, sofern sie der Abnutzung unterliegen, um planmäßige Abschreibung vermindert.

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungskosten vermindert um planmäßige Abschreibungen angesetzt.

Die Abschreibungen werden entsprechend der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer linear sowie pro rata temporis vorgenommen.

Geringwertige Anlagegegenstände werden gem. § 6 Abs. 2 EStG in vollem Umfang abgeschrieben.

Die Vorräte werden zu Anschaffungskosten abzüglich etwaiger Anschaffungskostenminderungen bzw. zu Herstellungskosten bewertet und zwar unter Beachtung des Niederstwertprinzips. Erkennbare Risiken, die sich aus überdurchschnittlicher Lagerdauer, mangelnder Veräußerbarkeit oder wegen nicht die Vollkosten deckender Preise ergeben, werden durch angemessene Abwertungen berücksichtigt.

Forderungen werden zum Nennwert bewertet. Risikobehaftete Forderungen werden nach Abzug etwaiger Einzelwertberichtigungen mit dem niedrigeren beizulegenden Wert bilanziert. Bei der Bewertung werden alle erkennbaren Risiken berücksichtigt.

Die Bewertung der sonstigen Vermögensgegenstände erfolgt zum Nominalwert.

Kassenbestände und Guthaben bei Kreditinstituten sind zum Nominalwert angesetzt.

Die Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verbindlichkeiten, soweit sie vor dem Bilanzstichtag verursacht sind. Die Bewertung erfolgt mit dem voraussichtlichen Erfüllungsbetrag unter Berücksichtigung von Kostensteigerungen.

Der Ausweis der Verbindlichkeiten erfolgt zum Erfüllungsbetrag.

In Ausübung des Bilanzierungswahlrechts des § 274 Abs. 1 S. 2 HGB wurde auf den Ausweis aktiver latenter Steuern verzichtet.

III. Einzelangaben zur Bilanz

1. Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagenspiegel dargestellt.

2. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

In den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind Forderungen gegen Gesellschafter in Höhe von € 320,15 (Vorjahr: € 2.308,40) enthalten.

Die Restlaufzeit der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beträgt weniger als ein Jahr.

In den sonstigen Vermögensgegenständen sind Forderungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr in Höhe von EUR 6.286,03 (Vj. EUR 0,00) enthalten.
Die Laufzeit der übrigen sonstigen Vermögensgegenstände beträgt weniger als ein Jahr.

3. Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten umfasst für das Jahr 2024 vorausgezahlte Versicherungsbeiträge und EDV-Servicegebühren.

4. Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital erhöhte sich durch eine Kapitalerhöhung der Stadt Wuppertal von € 220.000,00 auf € 1.030.000,00. Durch den Erwerb von eigenen Anteilen in Höhe von nominal € 15.000,00 beträgt das eingeforderte Kapital € 1.015.000,00.

5. Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen gliedern sich wie folgt:

Urlaubsrückstellung	65.300,00
Jahresabschlusskosten	21.380,00
Tantiemen	10.000,00
Rückzahlung Corona-Hilfen	6.800,00
ausstehende Rechnungen	1.860,00
	105.340,00

6. Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr betragen am Bilanzstichtag € 60.081,85 (Vorjahr: € 55.458,48). Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr bestehen nicht.

Die Verbindlichkeiten sind nicht durch Pfandrechte oder ähnliche Rechte gesichert.

In den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern in Höhe von € 5.356,33 (Vorjahr: € 7.539,75) enthalten.

IV. Einzelangaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die Umsatzerlöse gliedern sich nach Tätigkeitsbereichen wie folgt auf:

Warenverkäufe	272.771,92
Marketingverbundleistungen	412.164,70
Touristik	58.020,96
Schwebodrom	35.000,00
Übrige	65.064,20
	843.021,78

Die sonstigen betrieblichen Erträge umfassen im Wesentlichen
- laufende Betriebskostenzuschüsse der Stadt Wuppertal i.H.v. € 752.834,00
- Mietzuschuss der Stadt Wuppertal i.H.v. € 92.934,31
- Zuschüsse des Arbeitsamtes i.H.v. € 60.934,89
- Erstattungen nach dem Aufwendungsausgleichsgesetz i.H.v. € 17.839,60
- Mietzuschuss der Stadt Wuppertal für die Jahre 2020-2022 i.H.v. € 8.054,27 (periodenfremd)
- sonstige Erträge i.H.v. € 5.527,93

Da die Gesellschaft zum Teil hoheitliche bzw. aus kulturpolitischen Gründen Aufgaben ohne kostendeckendes Entgelt erfüllt, ist ihr Ergebnis für steuerliche Zwecke in Sparten aufzuteilen. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag ergeben sich lediglich auf das Ergebnis aus den übrigen, d.h. nicht hoheitlichen bzw. kulturpolitisch bedingten Sparten.

Für das Jahr 2023 weist die Sparte aus den übrigen Tätigkeiten einen positiven handelsrechtlichen Überschuss in Höhe von € 6.074,65 auf.

Es bestehen periodenfremde Aufwendungen von € 6.842,50 (im Wesentlichen Nebenkosten) des Geschäftsjahres 2022.

Ertragsteuern ergeben sich für dieses Jahr wie folgt:

Körperschaftsteuer 2023	681,00
Solidaritätszuschlag 2023	37,00
Kapitalertragsteuer 2023 und Solidaritätszuschlag 2023	759,53
Gewerbesteuer 2023	1.593,00
Körperschaftsteuererstattung Vorjahre	./. 0,70
	3.069,83

V. Nachtragsbericht

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die die Gesellschaft gefährden, sind nicht eingetreten.

Für weitere Ausführungen zu Entwicklungsrisiken und –chancen wird auf den Lagebericht verwiesen.

VI. Weitere Angaben

1. Gegenstand des Unternehmens

Zweck der Gesellschaft ist nach dem Gesellschaftsvertrag vom 02. Juni 2005 die Verbesserung der Wirtschaftsstruktur und der Werbung für Wuppertal.

2. Geschäftsjahr

Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

3. Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Sonstige finanzielle Verpflichtungen, die nicht in der Bilanz erscheinen oder nach § 285 Nr. 3a HGB anzugeben wären, bestehen für einen Leasing-Pkw und fünf geleaste E-Bikes sowie aus den Mietverhältnissen mit dem Gebäudemanagement der Stadt Wuppertal und der Alberts & Nieper OHG.

Der Gesamtbetrag der Leasingverpflichtungen beläuft sich auf € 10.888,64.

Der Mietvertrag mit dem Gebäudemanagement läuft auf unbestimmte Zeit und ist mit einer Frist von 6 Monaten jeweils zum Ende eines Quartals zu kündigen.

Der Mietvertrag mit der Alberts & Nieper OHG endet am 31.03.2033. Das Mietverhältnis verlängert sich um jeweils fünf Jahre und ist mit einer Frist von 6 Monaten vor Ablauf der Mietzeit zu kündigen.

4. Arbeitnehmer

Die Gesellschaft beschäftigte im Geschäftsjahr 2023 durchschnittlich 20 Arbeitnehmer. Davon waren alle Angestellte.

5. Geschäftsführung

Die Gesellschaft hatte in 2023 einen Geschäftsführer. Der Geschäftsführer war:

Martin Bang (seit 01.03.2013)

Der Geschäftsführer ist von den Beschränkungen des § 181 BGB befreit.

Die Gesamtbezüge der Geschäftsführung betrugen im Geschäftsjahr € 138.437,00.

6. Aufsichtsrat

Dem Aufsichtsrat gehörten in 2023 an:

Herr	Uwe	Schneidewind	Oberbürgermeister	Vorsitzender
Herr	Gunther	Wölfges	Vorstandsvorsitzender der Stadtsparkasse Wuppertal	stellv. Vorsitzender
Herr	Ludger	Kineke	Rechtsanwalt und Steuerberater/ Rat der Stadt Wuppertal	
Herr	Dr. Josef	Beutelmann	Aufsichtsratsvorsitzender der Barmenia Versicherungen	
Herr	Dr. Markus	Niemeyer	Partner/ Breidenbach und Partner PartG mbH	
Frau	Antje	Lieser	Geschäftsführerin Wuppertal aktiv e. V.	
Herr	Guido	Gehrenbeck	Kraftwerkmeister/ Rat der Stadt Wuppertal	
Herr	Rene	Schunck	Industriekaufmann/ Rat der Stadt Wuppertal	
Herr	Ulrich T.	Christenn	Pfarrer/ Rat der Stadt Wuppertal	

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten keine Vergütung.

7. Honorar des Abschlussprüfers

Das von dem Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2023 berechnete Gesamthonorar beträgt € 4.900,00 zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer.

8. Ergebnisverwendung

Der Jahresfehlbetrag des Geschäftsjahres 2023 wird mit dem Gewinnvortrag auf neue Rechnung vorgetragen.

Wuppertal, den 20. März 2024

_____

Wuppertal Marketing GmbH
Martin Bang
Geschäftsführer

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2023

I. Grundlage des Unternehmens

Zweck der Gesellschaft ist die Verbesserung der Wirtschaftsstruktur und die Werbung für Wuppertal. Die Hauptaufgaben sind Stadtwerbung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Tourismusmarketing, Tourismusförderung inkl. der Durchführung touristischer Aktivitäten, das Management von Festen und Veranstaltungen, Eventmarketing, City- und Zentrenmarketing sowie Wirtschaftskommunikation und die Verbesserung der Kommunikation zwischen ansässigen Unternehmen.

Gesamtwirtschaftliche branchenbezogene Rahmenbedingungen

Die Aufgaben der WMG sind im Weitesten deckungsgleich mit den Aufgaben anderer Stadtmarketingorganisationen, die in der Bundesvereinigung der City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. zusammengeschlossen sind. Die Gesellschaft agiert auf zwei Feldern. Das sind die Aufgabengebiete der Stadt (hoheitliche Tätigkeit) und der eigenwirtschaftliche Bereich.

II. Wirtschaftsbericht

1. Geschäftsverlauf und Lage

Das Jahr 2023 war gekennzeichnet durch eine Verunsicherung der Verbraucher durch die hohe Inflation, insbesondere die hohen Energiepreise, den Ukraine Krieg und den Nahost Konflikt.

Die Geschäftsführung blickt trotz der vielschichtigen Herausforderungen positiv auf das Jahr 2023 zurück. Insbesondere deshalb, da die WMG neue, in der Öffentlichkeit, den Medien und der Politik, sehr positiv wahrgenommene Projekte entwickelt und umgesetzt hat.
Die Entwicklung des operativen Geschäfts verlief sehr zufriedenstellend. Der Standort der Tourismusinformation am Döppersberg konnte sich als stark frequentierte Anlaufstelle für Wuppertaler und unsere Gäste etablieren.
Die Nachfrage nach Beratungsdienstleistungen und Merchandising Produkten stieg gegenüber 2022.

Die Umsatzerlöse im Tätigkeitsfeld Tourismus haben noch nicht die Werte vor der Pandemie im Jahr 2019 erreicht, lagen aber in der Jahresbetrachtung über den prognostizierten Planwerten des Wirtschaftsplans.
Auswirkungen auf die Buchungszahlen hat das wachsende Angebot anderer privater Anbieter von Stadtrundgängen und Stadtführungen.

Die Planzahlen des Wirtschaftsplans für die Bereiche „Souvenir / Sponsoring“ konnten deutlich übertroffen werden. Begründet wird dieses durch die weiterhin gute Entwicklung

der Passanten- / Kundenfrequenz am neuen Standort und die guten Verkäufe der neuen Produkte.

Die Reichweiten der von der WMG betriebenen Social-Media-Kanäle auf Facebook und insbesondere Instagram stiegen kontinuierlich.

Eine Besonderheit der Arbeit der WMG war 2023 die Konzeptionierung und Umsetzung der Bergischen EXPO, der Leistungsschau der Bergischen Wirtschaft gemeinsam mit der IHK und der IG1 sowie die Einführung des Stadtgutscheins mit der Wirtschaftsförderung, Online City, Bliggit und dem Dienstleister Keep Local. Höhepunkt des Geschäftsjahres war die Eröffnung des Schwebodrom, das in der Presse nationale und internationale Aufmerksamkeit erzielte.

Die Geschäftsführung informierte regelmäßig und umfänglich über das gesamte Jahr die Ausschüsse und den Rat der Stadt Wuppertal durch ein begleitendes monatliches Monitoring zur Finanzlage der WMG, welches zusätzlich zu den Quartalsberichten eingeführt wurde.

Dank Einsparungen und den sehr guten Erlösen aus dem Verkauf von Produkten, insbesondere im Weihnachtsgeschäft, schließt das Geschäftsjahr 2023 nur mit einem Verlust von T€ 88 und damit T€ 98 besser ab, als im Wirtschaftsplan prognostiziert.

2. Entwicklungen im Einzelnen

Das Jahr 2023 wurde durch folgende Maßnahmen geprägt:

a. Konzeptionierung und Umsetzung der Bergischen EXPO, der Leistungsschau der Bergischen Wirtschaft. Hier hat die WMG ein völlig neues Format konzipiert. Für die Outdoor-Messe, die am 1. und 2. September stattfand, konnten über 60 Unternehmen aus der Region gewonnen werden. Die hohe Qualität der Messe fand große Anerkennung. Der Aufwand für die Bergische EXPO konnte durch die Beiträge der Unternehmen und durch Sponsoring vollständig kompensiert werden.

b. Entwicklung des Ausstellungskonzeptes „Schwebodrom“ und Baubegleitung der Umbauarbeiten des Ladenlokals zu einem Museum. Die Erlebnisausstellung war ab dem Zeitpunkt der Eröffnung, am 21.Oktober, ein Publikumsmagnet. Die große Presseresonanz mit Fernsehberichten der BBC, der Tagesschau und des WDR, sowie unzähligen Presseartikeln in Online- und Printmedien machten das Schwebodrom international und deutschlandweit bekannt. Bis zum Ende des Jahres wurden rund 18.000 Besucher gezählt, die nicht nur die Innenstadt in Barmen beleben, sondern nachweislich auch für Umsatz vor allem in der Gastronomie sorgen. Gut gebucht war das Schwebodrom auch für Firmenfeiern.

c. Einführung eines Stadtgutscheins, der zur Umsatzsteigerung bei den lokalen Wuppertaler Partnern aus Gastronomie, Handel und Dienstleistung beitragen soll. Gemeinsam mit den Akteuren (Wirtschaftsförderung, Online City, Bliggit, Keep Local, Treuewelt der Stadtsparkasse Wuppertal) konnten 150 Betriebe akquiriert werden, bei denen die Gutscheine eingelöst werden können. Mit WASI, Teijin, den Wuppertaler Stadtwerken, EDE

und zwei Steuerberatungsgesellschaften konnten Unternehmen gewonnen werden, die die Gutscheine als Bonusgratifikation für die Mitarbeiter*innen einsetzen.

Neben diesen neuen Projekten wurden die etablierten Formate „Wuppertal 24 h live“ und der Wuppertaler Wirtschaftspreis mit einer Jubiläumsgala erfolgreich umgesetzt.

Im Geschäftsfeld Tourismus lag der Schwerpunkt auf der Weiterentwicklung von Wuppertal Touristik von einer monothematisch ausgerichteten Tourismusinformation, hin zu einem mehrdimensionalen „Flagshipstore“ der Stadt. Hier gelang es, mit neuen Ausstellungen und Inhouse Veranstaltungen (Thema: u.a. Smart City) neue Akzente zu setzen.

Der Content des „Digital Signage Systems“, dessen Inhalte über zwölf Monitore in den Schaufenstern gespielt werden, wurde erweitert mit den Themen „Der Grüne Zoo“ und „Von der Heydt Museum“. Für das Thema Ausbildungsmarketing wurde eine digitale Kampagne entwickelt, die von Unternehmen gebucht werden konnte. Die Barmenia und die Stadtwerke konnten als erste Kunden gewonnen werden.

Die Hotelübernachtungen stiegen um fast 90.000 Übernachtungen von 2022 mit 562.949 Übernachtungen auf 652.375 in 2023. Ein großer Erfolg für alle Wuppertaler Akteure.

Die Aktivitäten auf den Social-Media-Kanälen, dem Instagram-Account „@wuppertal“, und dem Facebook Account wurden weiter ausgebaut. Hier wurden verstärkt „Reels“ (bis zu 15-sekündige Multi-Clip-Videos) eingesetzt, die den Anforderungen junger Nutzer gerecht werden, gedreht und veröffentlicht.

Die Social-Media-Kanäle der WMG gehören auch in 2023 zu den reichweitenstärksten Kommunikationskanälen im Konzern Stadt, sind ein unverzichtbarer Baustein für das Binnenmarketing und haben eine immer größer werdende Bedeutung für die Außendarstellung Wuppertals. Verlosungsaktionen, die mit verschiedenen Kooperationspartnern aus Einzelhandel und Gastronomie durchgeführt werden, erzielten hohe Zugriffszahlen und warben für die Partner.

Der Kaiserwagen stand auch das gesamte Jahr 2023 wegen technischer Schwierigkeiten nicht zur Verfügung. Die Umsatzerlöse Touristik konnten stabilisiert werden und erreichten knapp die Zahlen von 2022.

Sehr positiv entwickelten sich die Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Souvenirs. In allen Quartalen überstiegen die Umsatzerlöse die Planzahlen. Die Umsatzerlöse im Dezember waren die bislang höchsten seit Gründung der WMG. Hier zeigt sich das gute Gespür bei der Entwicklung neuer Produkte (z.B. Klemmbaustein-Sets „Kaiserwagen“ und „Tuffi“), die in der Weihnachtszeit besonders gut verkauft wurden. Zudem hat im Weihnachtsgeschäft auch der Weihnachtsmarktstand auf dem Barmer Weihnachtsmarkt - die „Wuppertaler Geschenkewelt“ -, die die WMG gemeinsam mit der ISG Barmen betrieb, positiv zum Umsatz beigetragen.

Als internes Projekt ist in 2023 der Umzug der Büroräume der WMG vom Standort am Haspel in die neuen Räume am Werth 96 zu erwähnen, der eine zusätzliche Belastung für das Team darstellte. Herausfordernd ist der langfristige Ausfall einer Mitarbeiterin ab Februar 2023, die sich u.a. um die Betreuung der Warenwirtschaft gekümmert hat.

3. Geschäftsergebnis

Im Jahr 2023 weist der Jahresabschluss einen Jahresfehlbetrag von T€ 88 aus. Damit liegt das Jahresergebnis um T€ 98 über dem im Wirtschaftsplan erwarteten Verlust von T€ 186.

4. Vermögenslage

Die Bilanzsumme der Gesellschaft beträgt T€ 1.407 und hat sich damit um T€ 752 erhöht (Vorjahr: T€ 655).

Ursächlich hierfür war insbesondere die Erhöhung der liquiden Mittel auf T€ 1.161 (Vorjahr: T€ 441), begründet durch die Kapitalerhöhung der Stadt Wuppertal. Damit beträgt der Anteil der liquiden Mittel an der Bilanzsumme nun 82,5 % (Vorjahr: 67,3%). Der Anteil der Vorräte hat sich auf 9,8 % der Bilanzsumme gemindert (Vorjahr: 17,6%). Der Anteil der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Forderungen an der Bilanzsumme ist auf 2,7 % gesunken gestiegen (Vorjahr: 3,8%).

Das Eigenkapital erhöhte sich im Geschäftsjahr auf T€ 1.240 (Vorjahr: T€ 518) und beläuft sich nunmehr auf 88,1 % der Bilanzsumme (Vorjahr: 79,1%). Entsprechend ist der Fremdkapitalanteil an der Bilanzsumme gesunken. Die Rückstellungsquote liegt nun bei 7,6 % (Vorjahr: 12,5%) der Bilanzsumme. Der Anteil der Verbindlichkeiten aus Lieferungen, Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten hat sich auf 4,3 % der Bilanzsumme gemindert (Vorjahr: 8,4%).

5. Finanzlage

Die Liquiditätslage ist derzeit gut und garantiert bei vorausschauender Planung ausreichende Zahlungsfähigkeit.

6. Ertragslage

Das Jahr 2023 schloss mit einem Verlust von T€ 88 ab.

Die Belastungen durch die Auswirkungen der hohen Inflation und der weltweiten Krisenherde fielen geringer aus als angenommen. Die hohen Energiepreise und die damit gestiegenen Nebenkosten für die Büros im Werth und der Wuppertal Touristik belasten das Geschäftsergebnis. Durch die Aufteilung der Miete und der Nebenkosten im Verhältnis 80% zu 20% (Stadt / WMG) sind die Auswirkungen gepuffert. Im Geschäftsfeld Tourismus konnten durch veränderte und erweiterte Angebote die Umsatzerlöse stabilisiert bzw. leicht erhöht werden. Im Vergleich zum Wirtschaftsplan 2023 fiel der Ertrag der Umsatzerlöse Touristik um T€ 26 höher aus.

Die Umsatzerlöse „Marketing / Provision“ übertrafen die vorsichtig angesetzten Planwerte deutlich. Dies ist auf die Erlössteigerungen im Weihnachtsgeschäft durch den Verkauf der neu entwickelten Merchandising-Produkte zurückzuführen.

Die bedeutendste Vertriebsstelle für die Leistungen der WMG im Bereich der Souvenirs, der Stadtführungen und der Busrundfahrten war Wuppertal Touristik (Alte Freiheit 23). Ferner werden die Merchandising-Produkte über das Internet – wuppertalshop.de – veräußert. Weitere Verkäufe erfolgten über Vertriebspartner wie Wuppertaler Rundschau, Galeria Kaufhof, Mayersche Buchhandlung, Thalia und den inhabergeführten Buchhandel.
Die Umsätze aus den touristischen Angeboten und dem Verkauf von Merchandising sind die wichtigsten zusätzlichen Einnahmequellen zur Finanzierung der Aufgaben der WMG.

Darüber hinaus finanziert sich die WMG im Wesentlichen durch einen festgelegten Zuschuss der Stadt Wuppertal. Der Betriebskostenzuschuss in Höhe von T€ 752,8 macht im Geschäftsjahr 2023 ca. 44,6 % aller Einnahmen der Gesellschaft aus. Hinzu kommen Zuschüsse der Stadt für Miet- und Nebenkosten in Höhe von weiteren T€ 101.

Die Marketingverbundleistungen der Gesellschafter und Wuppertal Partner belaufen sich auf T€ 132. Die gegenüber dem Wirtschaftsplan geringeren Erträge (T€ 134) sind durch das Ausscheiden eines Wuppertal Partners sowie das Ruhen des Vertrages eines Wuppertal Partners in 2023 bedingt.

Die Personalkosten lagen vor Zuschüssen mit rd. T€ 1.046 unter dem geplanten Ansatz von T€ 1.093,1. Entlastet wird das Ergebnis durch Personalkostenzuschüsse des Arbeitsamtes für zwei Mitarbeiterinnen in Höhe von rd. T€ 61. Die Personalkosten bilden somit die mit Abstand größte Kostenposition.

Die finanzielle Situation der WMG wird vor allem bedingt durch die weiter steigenden Lohnkosten und die steuerliche Belastung der Erlöse aus wirtschaftlicher Tätigkeit.

III. Nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Die Tariferhöhungen und TVöD-bedingten Aufstiege innerhalb der Entgeltgruppen in höhere Entgeltstufen sowie die planmäßige Reduktion der Fördererquote der Förderung nach 16i SGB II „Teilhabe am Arbeitsmarkt“ zweier Mitarbeiterinnen, belasteten auch 2023 die Personalkosten der Gesellschaft.

Die Anstiege konnten durch den Verzicht auf die Wiederbesetzung der Stelle einer Mitarbeiterin, die im Mai 2022 in den Mutterschutz ging und seit Oktober 2023 in Teilzeit wieder tätig ist, bzw. Strukturveränderungen noch in geringem Maße gepuffert werden.

Um die Personaleinsatzpläne und damit die Personalkosten zu optimieren, testete die Geschäftsführung in den Monaten Januar, Februar und März neue reduzierte Öffnungszeiten der Touristeninformation. Nach Abschluss der Testphase wurden die Öffnungszeiten von Mo-Sa von 10-19 Uhr auf Mo-Sa von 10-18 Uhr reduziert.

Weitere Personaleinsparungen sind durch den deutlich gestiegenen Arbeitsaufwand im Bereich der Buchhaltung, und dem wichtigen Aufgabenfeld „Social Media“ bedingt durch die Umsatzsteigerungen und die verstärkte Nachfrage an Beratungsdienstleistungen, nicht mehr möglich. Um den gestiegenen Arbeitsaufwand teilweise zu puffern, konnte ab

Mai 2023 eine Mitarbeiterin eingestellt werden, die gemäß §16i SGB II „Teilhabe am Arbeitsmarkt“ gefördert wird.

Zur Kompensierung der steigenden Personalkosten wurde auch auf die Besetzung der Ausbildungsstelle zur Kauffrau für Tourismus und Freizeit verzichtet. Seit August 2018 können Auszubildende der Stadt Wuppertal einen Teil ihrer Ausbildung bei der WMG absolvieren. Dieses Konzept hat sich bewährt und aus den nun fünfjährigen Erfahrungen sehen die WMG und die Stadt Wuppertal dieses Projekt als Bereicherung für den Ausbildungsplan an. (neu in 2023: zwei städt. Azubis in der WMG)

IV. Gesamtaussage

Die Geschäftsführung blickt positiv auf das Jahr 2023. Die vielen neuen Projekte zeigten die Leistungsfähigkeit der Gesellschaft und das überdurchschnittliche Engagement der Beschäftigten. Die Gewinnung eines neuen Gesellschafters – Bliggit GmbH – zeigt die Wertschätzung der Arbeit der WMG.

Die umsichtige Planung und Steuerung der Prozesse, mit der Betrachtung von Best-, Average- und Worst-Case Szenarien und flexiblen der jeweiligen Situation angepassten operativen Geschäftstätigkeiten, führten zu einer deutlichen Minimierung des im Wirtschaftsplan prognostizierten Verlustes.

Die Auswirkungen der globalen Krisen und der inflationsbedingten Preissteigerungen hatten im operativen Geschäft kaum Auswirkungen.

Das operative Geschäft entwickelte sich in den Bereichen „Social Media“ (Anstieg um rund 8.000 Follower bei Instagram im Zeitraum März bis Dezember 2023), „Souvenirverkauf“ (Steigerung der Umsätze im Weihnachtsgeschäft) und Touristik (gestiegene Übernachtungszahlen in den Hotels und Pensionen) sehr zufriedenstellend.

V. Nachtragsbericht

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die die Gesellschaft gefährden, sind nicht eingetreten.

VI. Chancen und Risikobericht

Das Geschäftsjahr 2023 hat gezeigt, dass die besondere Stärke der Gesellschaft, das schnelle und flexible Handeln und das Entwickeln neuer Projekte – Bergische Expo, Stadtgutschein und Schwebodrom – ist.

So wird es auch im Jahr 2024 gelingen, das Ziel der Vermarktung Wuppertals nach innen und außen voranzutreiben. (Gastgeber des BCSD Deutschen Städtetags im April 2024)

Entscheidende Impulse hierzu werden besonders durch die überregionale mediale Berichterstattung und die sehr guten Besucherzahlen (ca.1/3 auswärtige Gäste) des Schwebodroms gesetzt.

Die inhaltliche Ausrichtung der Wuppertal Touristik als „Flagshipstore“ für Wuppertal hat sich bewährt. Steigende Besucherzahlen und Umsatzerlöse belegen dies.

Das Angebot der hybriden Einkaufserlebnisse – einer Mischung aus Offlinehandel und Onlinehandel wird ausgebaut. Die Kooperation mit „Bliggit – der Stadtentdecker-App“ wurde weiterentwickelt. Die Plattform bietet die einmalige Möglichkeit, Stadtentdeckertouren zu digitalisieren, dadurch jederzeit für Jede*n erlebbar zu machen und über den WMG eigenen Content-Kanal für Produkte aus dem Shop zu werben.

Der Ausbau des digitalen Angebotes ist ein wichtiger Baustein, kann aber langfristig nur durch personelle und organisatorische Veränderungen in seiner Qualität gewährleistet werden, da ein höheres Bestellaufkommen im Onlinegeschäft gleichzeitig zu einem Mehraufwand bei der Kundenbetreuung und Versandverfolgung führt und die digitalen touristischen Angebote eine kontinuierliche Aktualisierung erfordern. Der „Wuppertal Shop“ braucht einen Relaunch. Insbesondere sollte ein Online Ticketkauf mit der Funktion „Ticket Print at Home“ eingeführt werden.

Die Umsatzerlöse aus dem Absatz von Souvenirs waren auch in 2023 ein wichtiger Baustein, den prognostizierten Verlust des Jahresergebnisses zu verringern.

Als Risiko bei der Entwicklung der Umsatzerlöse ist der Wegfall der Verkaufsstellen Buchhandlung von Mackensen und Galeria Kaufhof zu werten. Dem gegenüber steht die neue Verkaufsstelle von Souvenirs im Schwebodrom.

Die Risiken durch den Ausfall des Kaiserwagens über das Jahr 2024 auf unbestimmte Zeit hinaus werden nicht durch Einsparungen oder Erlössteigerungen im bisherigen Geschäft zu kompensieren sein. Auch die Anmietung der regulären Schwebebahnfahrzeuge für touristische Sonderfahrten zur Pufferung der Verluste konnte in 2023 nicht wirtschaftlich umgesetzt werden.

Das Angebot an Stadtrundgängen und Stadtrundfahrten in einem Cabrio Doppeldecker Bus wird kontinuierlich in Qualität und Umfang weiterentwickelt.

Die Ertragssteuerpflicht der im wirtschaftlichen Bereich erzielten Gewinne wird die Gesellschaft in den nächsten Jahren voraussichtlich durch den höheren Anteil am Gesamtergebnis stärker belasten und die Handlungsfähigkeit weiter einschränken. Gewinne aus der wirtschaftlichen Tätigkeit werden nach Abzug der Steuerlast die Verluste aus dem hoheitlichen und kulturpolitischen Bereich nicht mehr kompensieren können.

Die Auswirkungen der Vorschriften des EU-Beihilferechts können noch nicht abschließend beurteilt werden. Es wird jedoch davon ausgegangen, dass durch den von der Stadt Wuppertal erlassenen Betrauungsakt keine Risiken bestehen bzw. diese deutlich minimiert sind.

Die Finanzierung der Gesellschaft ist derzeit durch den aktuell bewilligten Betriebskostenzuschuss der Stadt als Sockel zur Deckung der Gemeinkosten mittelfristig nicht mehr sichergestellt.

Die Verluste der Gesellschaft aus dem hoheitlichen und kulturpolitischen Bereich sind durch ertragssteuerpflichtige wirtschaftliche Tätigkeiten nicht mehr dauerhaft kompensierbar.
Einmalige Belastungen sind durch den Umzug der Büroräume Haspel zum neuen Standort Werth 96 entstanden.

Das mit dem Beteiligungsmanagement entwickelte Konzept für eine nachhaltige und tragfähige Zukunftsperspektive der Wuppertal Marketing wurde umgesetzt. In der Sitzung des Rates vom 21.9.2022 (VO/0998/22/1-Neuf.) wurde die Mehrheitsbeteiligung der Stadt Wuppertal an der WMG beschlossen und damit eine Einzahlung der Stadt in das Eigenkapital der WMG in Höhe von T€ 810 getätigt. Dies bedeutet eine ausreichende Liquidität für die nächsten Jahre. Auch in den nächsten Jahren werden die Verluste aus den operativen hoheitlichen Aufgaben die Gesellschaft weiter belasten.
Durch diese Mehrheitsbeteiligung der Stadt wird zum einen der WMG ein stabileres wirtschaftliches Fundament gegeben und zum anderen die WMG in den Konzern Stadt stärker verankert.
Die WMG schließt das Jahr 2023 mit einem – im Vergleich zur Prognose des Wirtschaftsplanes (-T€ 186) - geringerem Verlust von - T€ 88 ab. Die Reduktion des Verlustes gegenüber der Prognose im Wirtschaftsplan durch das stetig wachsende operative Geschäft, die für 2024 geplanten Einnahmen durch neue Geschäftsfelder (Schwebodrom) und die sehr positive Wahrnehmung des neuen Projektes „Stadtgutschein“ lässt die Geschäftsführung verhalten positiv auf das Geschäftsjahr 2024 blicken.

.

VII. Prognosebericht

In 2024 liegt im ersten Halbjahr der Schwerpunkt auf der Organisation des „Langen Tisches“, dem Event zum 95. Stadtgeburtstag, und der Durchführung des Kongresses der Bundesvereinigung City – und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd).

Im zweiten Halbjahr starten die Planungen für die zweite Bergische Expo, die im Mai 2025 durchgeführt wird.

In 2024 wird das Geschäftsfeld „Tourismus“ auf der Basis der sehr guten Besucherzahlen mit Angeboten für Busreisen weiter ausgebaut.

Die Geschäftsführung geht davon aus, dass die Besucherfrequenz durch die zentrale Lage der Wuppertal Touristik an der Hauptfußgängerzone und durch das sich weiter entwickelnde Ausstellungskonzept steigen wird und dadurch langfristig auch höhere Umsätze erzielt werden können. Für das Geschäftsfeld „Tourismus“ erwartet NRW-Tourismus auch für das Jahr 2024 eine deutliche Belebung des Inlands- und Städtetourismus.

Durch die Vernetzung und den Ausbau der Social-Media-Aktivitäten sowie der Gründung eines Netzwerkes von für die Kommunikation Verantwortlichen in Unternehmen und stadtnahen Betrieben gewinnt die Wuppertal Marketing GmbH als Koordinator einer „Stadtkommunikation“ zunehmend an Bedeutung.

Die Tätigkeiten führen in dem verabschiedeten Wirtschaftsplan 2024 zu einem prognostizierten Jahresfehlbetrag von T€ 215.

Die Geschäftsführung strebt Erlössteigerungen durch neue attraktive Warenangebote sowie die Vermarktung neuer digitaler Angebote an, um die Verluste zu mildern.

Prognosebericht: Betrachtung der Corona-Krise / Ukraine Krieg

Für 2024 sind nach jetzigem Kenntnisstand Auswirkungen der Corona-Pandemie nur noch im geringen Umfang zu erwarten. Corona-bedingte Einschränkungen bei der Vermarktung der Stadttouren und der Veranstaltungen sind vorerst nicht zu erwarten.

Steigende Energie- und Rohstoffkosten werden die WMG auch in 2024 belasten. Bisher wurden seitens der Lieferanten keine Engpässe bei Warenlieferungen angekündigt. Preissteigerungen beim Wareneinkauf werden durch die Anpassung der Verkaufspreise kompensiert.

Unter Berücksichtigung der Eigenkapitalsituation und der Gesellschafterstruktur der WMG ist ein bestandsgefährdendes Risiko nicht gegeben.

Nach derzeitigem Stand lassen sich die Auswirkungen des Ukraine-Krieges, der Energiekrise und der Inflation nicht konkret quantifizieren, da derzeit nicht absehbar ist, wie lange und in welchem Ausmaß das wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben beeinträchtigt bleiben wird. Absehbar ist, dass die Tariferhöhungen die Gesellschaft stark belasten werden.

Die Gesamtsituation wird mit entsprechender Flexibilität hinsichtlich der Durchführung von Maßnahmen, Projekten und anderen Aktivitäten an die aktuellen Entwicklungen angepasst, die möglichen Einsparpotentiale ausgeschöpft und Preisanpassungen vorgenommen. Die internen Prozesse zum Umgang mit den Krisen werden laufend an die aktuellen Entwicklungen adaptiert und die Mitarbeiter*innen sensibilisiert.

.

VIII. Risikoberichterstattung zur Verwendung von Finanzinstrumenten

Finanzinstrumente werden im Rahmen unserer Geschäfte nicht eingesetzt.

Wuppertal, den 20. März 2024

Wuppertal Marketing GmbH
Martin Bang
Geschäftsführer