

**Wuppertal Marketing GmbH, Wuppertal****Bilanz zum 31. Dezember 2024****Aktiva**

	31.12.2024 EUR	31.12.2023 EUR
<b>A. Anlagevermögen</b>		
I. <u>Immaterielle Vermögensgegenstände</u>	11,00	11,00
II. <u>Sachanlagen</u>	<u>54.767,00</u>	<u>64.663,00</u>
	54.778,00	64.674,00
<b>B. Umlaufvermögen</b>		
I. <u>Vorräte</u>		
1. Waren	108.652,88	116.879,64
2. Geleistete Anzahlungen	<u>3.838,00</u>	<u>20.531,44</u>
	112.490,88	137.411,08
II. <u>Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</u>		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	106.958,40	11.061,59
2. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>134.573,30</u>	<u>26.818,76</u>
	241.531,70	37.880,35
III. <u>Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten</u>	<u>869.404,93</u>	<u>1.160.833,52</u>
	1.223.427,51	1.336.124,95
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<u>5.290,32</u>	<u>6.568,81</u>
	<u>1.283.495,83</u>	<u>1.407.367,76</u>

**Passiva**

	31.12.2024 EUR	31.12.2023 EUR
<b>A. Eigenkapital</b>		
I. <u>Gezeichnetes Kapital</u>		
1. Gezeichnetes Kapital	1.030.000,00	1.030.000,00
2. Eigene Anteile	<u>-10.000,00</u>	<u>-15.000,00</u>
	1.020.000,00	1.015.000,00
II. <u>Gewinnvortrag</u>	224.720,61	312.530,60
III. <u>Jahresfehlbetrag</u>	<u>-123.881,52</u>	<u>-87.809,99</u>
	1.120.839,09	1.239.720,61
<b>B. Rückstellungen</b>		
1. Steuerrückstellungen	7.555,00	2.225,30
2. Sonstige Rückstellungen	<u>116.625,00</u>	<u>105.340,00</u>
	124.180,00	107.565,30
<b>C. Verbindlichkeiten</b>		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	20.898,26	25.995,31
2. Sonstige Verbindlichkeiten	17.578,48	34.086,54
- davon aus Steuern: EUR 14.078,76 (Vorjahr: EUR 30.144,16)		
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: EUR 1.050,53 (Vorjahr: EUR 988,39)		
	<u>38.476,74</u>	<u>60.081,85</u>
	<u>1.283.495,83</u>	<u>1.407.367,76</u>

**Wuppertal Marketing GmbH, Wuppertal****Gewinn- und Verlustrechnung****für die Zeit vom 1. Januar 2024 bis zum 31. Dezember 2024**

	2024 EUR	2023 EUR
1. Umsatzerlöse	961.249,55	843.021,78
2. Sonstige betriebliche Erträge	1.023.064,66	944.926,20
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	-566.844,32	-462.448,47
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>-13.263,50</u>	<u>-11.792,00</u>
	<u>-580.107,82</u>	<u>-474.240,47</u>
4. Rohergebnis	1.404.206,39	1.313.707,51
5. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	-965.734,97	-872.035,74
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	-196.709,72	-173.690,54
- davon für Altersversorgung: EUR 1.141,58 (Vorjahr: EUR 2.750,22)		
	<u>-1.162.444,69</u>	<u>-1.045.726,28</u>
6. Abschreibungen	-12.902,00	-43.280,65
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-353.899,06	-316.372,81
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	14.614,55	6.932,07
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-1,00	0,00
10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	<u>-13.455,71</u>	<u>-3.069,83</u>
11. Ergebnis nach Steuern/Jahresfehlbetrag	<u><u>-123.881,52</u></u>	<u><u>-87.809,99</u></u>

## Wuppertal Marketing GmbH

### Anhang zum Jahresabschluss zum 31. Dezember 2024

#### I. Allgemeine Angaben

Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2024 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 € 18.315,47 (Vorjahr: € 320,15) enthalten.

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

In den sonstigen Vermögensgegenständen sind Forderungen gegen Gesellschafter in Höhe von € 110.169,19 (Vorjahr: € 0,00) enthalten.

In den sonstigen Vermögensgegenständen sind Forderungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr in Höhe von EUR 6.297,61 (Vj. € 6.286,03) enthalten.

Die Laufzeit der übrigen sonstigen Vermögensgegenstände beträgt weniger als ein Jahr.

3. Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten umfasst für das Jahr 2025 vorausgezahlte Versicherungsbeiträge und EDV-Servicegebühren.

4. Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital beträgt € 1.030.000,00. Durch den Erwerb von eigenen Anteilen in Höhe von nominal € 15.000,00 in Vorjahren und die Übernahme eines Anteils in Höhe von nominal € 5.000,00 durch einen neuen Gesellschafter im Geschäftsjahr beträgt das eingeforderte Kapital zum 31.12.2024 € 1.020.000,00.

5. Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen gliedern sich wie folgt:

Urlaubsrückstellung	71.600,00
Jahresabschlusskosten	22.130,00
Tantiemen	10.000,00
Rückzahlung Corona-Hilfen	6.800,00
ausstehende Rechnungen	6.095,00
	<hr/>
	116.625,00
	<hr/>

6. Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr betragen am Bilanzstichtag € 38.476,74 (Vorjahr: € 60.081,85). 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 € 2.753,77 (Vorjahr: € 5.356,33) enthalten.

IV. Einzelangaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die Umsatzerlöse gliedern sich nach Tätigkeitsbereichen wie folgt auf:

Warenverkäufe	301.372,70
Langer Tisch	268.020,68
Marketingverbundleistungen	133.000,00
Schwebodrom	120.000,00
Touristik	56.529,00
Übrige	82.327,17
	<hr/>
	961.249,55
	<hr/>

Die sonstigen betrieblichen Erträge umfassen im Wesentlichen

- laufende Betriebskostenzuschüsse der Stadt Wuppertal i.H.v. € 760.360,00
- Mietzuschuss der Stadt Wuppertal i.H.v. € 110.169,19
- Fördergelder der Stadt Wuppertal Projekt Innenbandstadt i.H.v. € 71.708,58
- Zuschüsse des Arbeitsamtes i.H.v. € 54.664,14
- Erstattungen nach dem Aufwendungsausgleichsgesetz i.H.v. € 22.570,37
- sonstige Erträge i.H.v. € 2.790,18

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 2024 weist die Sparte aus den übrigen Tätigkeiten einen positiven handelsrechtlichen Überschuss in Höhe von € 30.474,38 auf.

Es bestehen periodenfremde Aufwendungen von € 5.923,51 (im Wesentlichen Beiträge und Jahresabschlusskosten) des Geschäftsjahres 2023.

Ertragsteuern ergeben sich für dieses Jahr wie folgt:

Körperschaftsteuer 2024	2.439,00
Solidaritätszuschlag 2024	135,00
Kapitalertragsteuer 2024 und Solidaritätszuschlag 2024	3.885,19
Gewerbesteuer 2024	6.997,00
Körperschaftsteuer Vorjahre/ Gewerbesteuer Vorjahre	./ 0,48
	<hr/>
	13.455,71
	<hr/>

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 vier 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 € 21.704,27.

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 2024 durchschnittlich 21 Arbeitnehmer. Davon waren alle Angestellte.

5. Geschäftsführung

Die Gesellschaft hatte in 2024 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 betragen im Geschäftsjahr € 150.698,41.

6. Aufsichtsrat

Dem Aufsichtsrat gehörten in 2024 an:

Herr	Dr. Uwe	Schneidewind	Oberbürgermeister	Vorsitzender
Herr	Gunther	Wölfges	Vorstandsvorsitzender der Stadtsparkasse Wuppertal, bis 21.03.2024	stellv. Vorsitzender
Herr	Axel	Jütz	Vorstandsvorsitzender der Stadtsparkasse Wuppertal, ab 20.06.2024	stellv. Vorsitzender
Herr	Ludger	Kineke	Rechtsanwalt und Steuerbera- ter/ Rat der Stadt Wuppertal	
Herr	Dr. Josef	Beutelmann	Aufsichtsratsvorsitzender der Barmenia Versicherung a.G.	
Herr	Dr. Markus	Niemeyer	Of Counsel/ Breidenbach und Partner PartG mbB	
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 Wup- pertal	

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten keine Vergütung.

7. Honorar des Abschlussprüfers

Das von dem Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2024 berechnete Gesamthonorar be-  
trägt € 4.900,00 zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer.

8. Ergebnisverwendung

Der Jahresfehlbetrag des Geschäftsjahres 2024 wird mit dem Gewinnvortrag auf neue  
Rechnung vorgetragen.

**Wuppertal Marketing GmbH, Wuppertal**

**Entwicklung des Anlagevermögens im Geschäftsjahr 2024**

	<u>Anschaffungs- und Herstellungskosten</u>				<u>Abschreibungen</u>			<u>Buchwerte</u>		
	01.01.2024 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	31.12.2024 EUR	01.01.2024 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	31.12.2024 EUR	31.12.2024 EUR	31.12.2023 EUR
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>										
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	24.725,33	0,00	0,00	24.725,33	24.714,33	0,00	0,00	24.714,33	11,00	11,00
<b>II. Sachanlagen</b>										
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	<u>223.079,10</u>	<u>3.006,00</u>	<u>0,00</u>	<u>226.085,10</u>	<u>158.416,10</u>	<u>12.902,00</u>	<u>0,00</u>	<u>171.318,10</u>	<u>54.767,00</u>	<u>64.663,00</u>
	<u>247.804,43</u>	<u>3.006,00</u>	<u>0,00</u>	<u>250.810,43</u>	<u>183.130,43</u>	<u>12.902,00</u>	<u>0,00</u>	<u>196.032,43</u>	<u>54.778,00</u>	<u>64.674,00</u>

Wuppertal, den 25. März 2025

Wuppertal Marketing GmbH

- Geschäftsleitung -

gez. Martin Bang

# Lagebericht für das Geschäftsjahr 2024

## 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 2024 wurde gekennzeichnet durch eine Verunsicherung der Verbraucher durch die Wahl in Amerika, den Bruch der Ampelkollation, die Inflation und den andauernden Krieg in der Ukraine und den Nahost Konflikt.

Die Geschäftsführung blickt trotz der vielschichtigen Herausforderungen positiv auf das Jahr 2024 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 2023.

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. Die Ursache dafür sind 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 2024 die Konzeptionierung und Umsetzung des „Langen Tisches“, dem Bürgerfest zum 95. Stadtgeburtstag und die Durchführung des Stadtmarketing Kongresses mit fast 300 Teilnehmenden in der Historischen Stadthalle.

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

Dank Einsparungen und den sehr guten Erlösen aus dem Verkauf von Produkten schließt das Geschäftsjahr 2024 nur mit einem Verlust von T€ 124, und damit T€ 90 besser als im Wirtschaftsplan prognostiziert, ab.

## **2. Entwicklungen im Einzelnen**

Das Jahr 2024 wurde durch folgende Maßnahmen geprägt:

a. Konzeptionierung und Umsetzung des Stadtfestes „Langer Tisch“ zum 95. Geburtstag der Stadt.

In den ersten Monaten lag der absolute Arbeitsschwerpunkt auf der Sicherung der Finanzierung, der Planung und Durchführung des „Langen Tisches“, dem Bürgerfest zum Stadtgeburtstag.

Ein Fest in dieser Dimension ohne eigene Mittel, nur auf Basis von Sponsoring finanzieren zu müssen, stellt eine erhebliche Herausforderung für die Gesellschaft dar. Zumal die Anforderungen an die Sicherheitskonzeption und damit auch die Kosten seit dem Love Parade Unglück in Duisburg und den Anschlägen in Nizza und Berlin erheblich gestiegen sind.

Da die Sicherheitsanforderungen in direkter Abhängigkeit zu Art und Umfang der Programmbeiträge der einzelnen Teilnehmenden stehen, ist eine Kalkulation besonders schwierig, zumal das Wesen des „Langen Tisches“ auf den rund 250 Einzelveranstaltungen von Vereinen, Gruppen, Nachbarschaften, etc. beruht. Alle Einzelveranstaltungen / Programmpunkte müssen in einem Sicherheitskonzept und in Verkehrslenkungsmaßnahmen zusammengefasst werden. Da Anmeldungen bis zwei Monate vor dem Veranstaltungstag gestattet sind, ist die abschließende Budgetierung erst sehr spät möglich.

Die gesamte Planung des Events erfordert durch diese Rahmenbedingungen permanentes Controlling und Anpassung des Budgets und damit auch Einwerben von Sponsorenmitteln.

Der Geschäftsführung gelang es, 23 große und kleinere Unternehmen für dieses Bürgerfest zu gewinnen. Zusätzlich konnten Mittel des Förderprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ genutzt werden. Fördergeber ist das Bundesministerium für Wohnen Stadtentwicklung und Bauwesen durch das Bundesinstitut für Bau-, Stadt-, und Raumforschung.

Zudem konnte der Gesamtaufwand vollständig über Geld- und Sachsponsoring und Fördermittel gedeckt werden, so dass das Budget der Wuppertal Marketing GmbH nicht belastet wurde.

Die Durchführung eines solchen Festes ist nicht nur finanziell, sondern auch personell eine Herausforderung. Der Personalplan der WMG umfasst nur eine einzige Stelle für Events. Das Projektteam, bestehend aus dieser Vollzeitkraft und einer externen Teilzeitkraft, ergänzt um die Geschäftsführung, war für den gesamten operativen Ablauf verantwortlich: von der Erstellung des Sicherheitskonzepts und der Aufteilung der Festmeile für die angemeldeten Vereine, Gruppen, Bürgerschaften mit Bühnen und Verpflegungsständen, bis hin zur Erstellung der technischen Anschlusspläne für die Strom- und Wasserversorgung und der Verkehrszeichenpläne. Am Veranstaltungstag selbst sorgten weitere Kolleg\*innen als Streckenverantwortliche für den reibungslosen Ablauf.

Eine Besonderheit bei diesem Fest war das neu entwickelte „Achtsamkeitskonzept“. Es steht für Gemeinschaft und Achtsamkeit, für ein sensibles und respektvolles Miteinander beim „Langen Tisch“.

Dieses Konzept wurde auf Anregung der WMG maßgeblich unter der Federführung der Stabstelle Gleichstellung und Antidiskriminierung sowie des Inklusionsbüros der Stadt Wuppertal entwickelt. Es erfuhr eine unterstützende Begleitung durch Kolleg\*innen des Teams der Bürgerbeteiligung & Bürgerengagement, der städtischen Sozialplanung, Beratung und Qualitätssicherung beim Sozialamt sowie durch Kolleg\*innen des Ressorts Zuwanderung und Integration

Der „Lange Tisch“, ein Fest von Bürgern für Bürger, kann in jeder Hinsicht als voller Erfolg verbucht werden. Das Konzept, mit der Konzentration auf den Abschnitt der B7 zwischen Opernhaus und Haspel, war die Grundlage für die einmalige Atmosphäre, die die WMG gemeinsam mit den Aktiven aus der Stadtgesellschaft schaffen konnte. Über 200.000 Menschen feierten ein großes Sommerfest, das ohne wesentliche Zwischenfälle verlief. Erstmals musste das Fest gegen 1 Uhr in der Nacht wegen einer Unwetterwarnung abgebrochen werden.

Die Durchführung dieser Veranstaltung gelang nur durch das perfekte Zusammenspiel von vielen ehrenamtlichen und hauptamtlichen Kräften. Ohne diese tatkräftige Unterstützung wäre eine solche Großveranstaltung nicht zu stemmen. Alle beteiligten Behörden, die Feuerwehr, die Polizei und die Arbeitsgemeinschaft der Wuppertaler Hilfsorganisationen unterstützten das aufwendige Genehmigungsverfahren und die Planung und Durchführung dieses Festes hervorragend und waren mit ihren Fachkompetenzen eine tragende Säule der Arbeit der Wuppertal Marketing GmbH.

Zum Ende des Festes waren die AWG und ESW im Dauereinsatz. Mit vielen Mitarbeitern und einem Großaufgebot an Einsatzfahrzeugen sorgten sie innerhalb von nur zwei Stunden dafür, dass die Feststrecke um sechs Uhr morgens wieder für den Verkehr freigegeben werden konnte.

Die Wuppertaler Medien haben die Veranstaltung intensiv begleitet und unterstützt. Die Reaktionen nach dem Fest waren ausnahmslos sehr positiv und haben der WMG viel Zuspruch und Anerkennung verschafft.

#### b. Bundeskongress City- und Stadtmarketing Deutschland (BCSD)

Ein weiterer Schwerpunkt der Arbeit war die Organisation und Durchführung des Bundeskongresses der City- und Stadtmarketing Gesellschaften vom 21.-23. April 2024 in der historischen Stadthalle. Die Veranstaltung brachte der WMG bei den fast 300 teilnehmenden Kolleg\*innen aus allen Teilen Deutschlands allerhöchste Anerkennung für die professionelle Abwicklung, insbesondere des Rahmenprogramms und des Abendempfangs. Mit den Besuchen von Schwebodrom und Visiodrom während des sonntäglichen Rahmenprogramms wurden zwei touristische Highlights der Stadt beworben.

#### c. Schwebodrom

Mit rund 60.000 Besuchern und der sehr positiven Resonanz in nationalen und internationalen Medien blicken wir auf ein erfolgreiches erstes Betriebsjahr zurück. Die Google Rezensionen mit einer Gesamtnote von 4.5 zeigen, dass das Konzept bei den Gästen gut ankommt. Sehr erfreulich ist, dass das Schwebodrom bei Schulklassen im Rahmen von Ausflügen und des Sachkundeunterrichts, gut angenommen wird.

#### d. Insolvenz des Stadtgutscheinbetreibers KeepLocal

Wirtschaftsförderung, Wuppertal Marketing, Bliggit und Online City Wuppertal als Unterstützer des 2023 eingeführten Stadtgutscheinsystems wurden am 12.07.2024 über die Insolvenz des Unternehmens KeepLocal aus St. Wendel informiert. Unmittelbar nach Kenntnisnahme der Insolvenz diskutierten die Beteiligten aus Wuppertal verschiedene Lösungsansätze mit dem Ziel, den Wert der Gutscheine zu erhalten und diese in ein in Wuppertal verankertes System zu überführen, welches langfristig Perspektiven zur Weiterentwicklung bietet. Mit der Treuwelt der Sparkasse konnte dafür kurzfristig eine Lösung gefunden werden. Die Gutscheinhaber konnten die möglichen Restwerte Ihres Gutscheines in Treuweltpunkte zu gleichem Wert eintauschen.

Neben diesen besonderen Projekten wurden die etablierten Veranstaltungsformate „24 h live“ und „Wuppertaler Wirtschaftspreis“ 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 neue Akzente zu setzen.

Der Content des „Digital Signage Systems“, dessen Inhalte über zwölf Monitore in den Schaufenstern abgebildet werden, wurde erweitert um die 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 Wuppertaler Stadtwerke werben über das System seit zwei Jahren für die Nutzung der „Hol mich App“.

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), die den Anforderungen junger Nutzer gerecht werden, entwickelt, gedreht und veröffentlicht.

Die Social-Media-Kanäle der WMG gehören auch in 2024 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 wurden, erzielten hohe Zugriffszahlen und warben für die Partner.

Der Kaiserwagen stand auch das gesamte Jahr 2024 wegen technischer Schwierigkeiten nicht zur Verfügung. Die Umsatzerlöse Touristik konnten auf dem Niveau von 2023 stabilisiert werden.

Sehr positiv entwickelten sich die Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Souvenirs. Die Umsatzerlöse überstiegen die Planzahlen trotz des Wegfalls zwei etablierter Verkaufsstellen, der Buchhandlung von Mackensen (Geschäftsaufgabe) und der Galeria Kaufhof (Insolvenz), deutlich. Mit dem „Schwebodrom“ konnte eine neue Verkaufsstelle geschaffen werden.

Eine personelle Herausforderung ist der langfristige Ausfall einer Mitarbeiterin seit Februar 2023, die sich u.a. um die Betreuung der Warenwirtschaft und das Kassensystem der Wuppertal Touristik gekümmert hat. und einer weiteren Kollegin aus dem Team der Wuppertal Touristik seit September 2024.

### **3. Geschäftsergebnis**

Im Jahr 2024 weist der Jahresabschluss einen Jahresfehlbetrag von T€ 124 aus. Damit liegt das Jahresergebnis um T€ 90 über dem im Wirtschaftsplan erwarteten Verlust von T€ 214.

#### **4. Vermögenslage**

Die Bilanzsumme der Gesellschaft beträgt T€ 1.283 und hat sich damit um T€ 124 vermindert (Vorjahr: T€ 1.407).

Ursächlich hierfür war insbesondere die Reduzierung der liquiden Mittel auf T€ 869 (Vorjahr: T€ 1.161), bei gleichzeitiger Erhöhung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Damit beträgt der Anteil der liquiden Mittel an der Bilanzsumme nun 67,7 % (Vorjahr: 82,5 %). Der Anteil der Vorräte hat sich auf 8,7 % der Bilanzsumme gemindert (Vorjahr: 9,7 %). Der Anteil der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Forderungen an der Bilanzsumme ist auf 18,9 % gestiegen (Vorjahr: 2,7 %).

Das Eigenkapital minderte sich im Geschäftsjahr auf T€ 1.121 (Vorjahr: T€ 1.240) und beläuft sich nunmehr auf 87,4 % der Bilanzsumme (Vorjahr: 88,1 %). Entsprechend ist der Fremdkapitalanteil an der Bilanzsumme gestiegen. Die Rückstellungsquote liegt nun bei 9,6 % (Vorjahr: 7,7%) der Bilanzsumme. Der Anteil der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten hat sich auf 3,0 % der Bilanzsumme gemindert (Vorjahr: 4,2 %).

#### **5. Finanzlage**

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

#### **6. Ertragslage**

Das Jahr 2024 schloss mit einem Verlust von T€ 124 ab.

Die Belastungen aufgrund der 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 die Umsatzerlöse durch veränderte und erweiterte Angebote stabilisiert werden. Im Vergleich zum Wirtschaftsplan 2024 fiel der Ertrag der Umsatzerlöse Touristik um T€ 18 höher aus.

Die Umsatzerlöse „Marketing / Provision“ übertrafen die vorsichtig angesetzten Planwerte deutlich. Dies ist auf eine über das Geschäftsjahr verteilte und kontinuierliche Erlössteigerung, u.a. aufgrund des Verkaufs neu entwickelter Merchandising-Produkte, zurückzuführen.

Die umsatzstärkste Vertriebsstelle für Souvenirs, Stadtführungen und Busrundfahrten war Wuppertal Touristik (Alte Freiheit 23). Alle Produkte sind auch online erhältlich.

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€ 760 macht im Geschäftsjahr 2024 ca. 38,3 % aller Einnahmen der Gesellschaft aus. Hinzu kommen Zuschüsse der Stadt für Miet- und Nebenkosten in Höhe von weiteren T€ 110 sowie städtische Fördermittel für den Langen Tisch aus dem Projekt Innenbandstadt in Höhe von T€ 72.

Die Marketingverbundleistungen der Gesellschafter und Wuppertal Partner betragen T€ 133.

Die Personalkosten lagen vor Zuschüssen mit rd. T€ 1.162 unter dem geplanten Ansatz von T€ 1.230. Entlastet wird das Ergebnis durch Personalkostenzuschüsse des Arbeitsamtes für zwei Mitarbeiterinnen in Höhe von rd. T€ 55. Die Personalkosten bilden somit die mit Abstand größte Kostenposition.

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

### **III. Nicht finanzielle Leistungsindikatoren**

Die Tarifierhöhungen und TVöD-bedingten Aufstiege innerhalb der Entgeltgruppen in höhere Entgeltstufen, die planmäßige Reduktion der Förderquote der Förderung nach „Teilhabe am Arbeitsmarkt“ einer Mitarbeiterin und die Übernahme einer Mitarbeiterin nach Beendigung der Förderung nach 16i SGB II belasteten auch im Geschäftsjahr 2024 die Personalkosten der Gesellschaft.

Der Anstieg der Personalkosten konnte u.a. durch Strukturveränderungen innerhalb der WMG in geringem Maße gepuffert werden. Zudem wurde auch in 2024 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 sechsjährigen Erfahrungen sehen die WMG und die Stadt Wuppertal dieses Projekt als Bereicherung für den Ausbildungsplan an.

Personaleinsparungen sind durch den deutlich gestiegenen Arbeitsaufwand in der Buchhaltung und im Aufgabenfeld „Social Media“, bedingt durch die Umsatzsteigerungen und die verstärkte Anfrage der Beratungsdienstleistungen, nicht mehr möglich. Den gestiegenen Arbeitsaufwand puffert u.a. eine gemäß §16i SGB II „Teilhabe am Arbeitsmarkt“ geförderte Mitarbeiterin seit Mai 2023.

#### IV. Gesamtaussage

Die Geschäftsführung blickt positiv auf das Jahr 2024. Die vielen neuen Projekte zeigten die Leistungsfähigkeit der Gesellschaft und das überdurchschnittliche Engagement der Beschäftigten. Die Gewinnung eines neuen Gesellschafters – Michael Pintarelli Finanzdienstleistungen AG – 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 Januar bis Dezember 2024) und „Souvenirverkauf“ (ganzjährige Steigerung der Umsätze) sehr zufriedenstellend.

#### V. Chancen und Risikobericht

Das Geschäftsjahr 2024 hat gezeigt, dass die besondere Stärke der Gesellschaft, das schnelle und flexible Handeln und das Entwickeln bzw. Weiterentwickeln von Projekten – Bergische Expo, Langer Tisch und Schwebodrom – ist.

So wird es auch im Jahr 2025 gelingen, das Ziel der Vermarktung Wuppertals nach innen und außen voranzutreiben.

Entscheidende Impulse hierzu werden besonders durch die zweite „Bergische Expo“ und die kontinuierliche Reichweitensteigerung des Instagram Accounts 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 und wird 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 führen und die digitalen touristischen Angebote eine kontinuierliche Aktualisierung erfordern. Der „Wuppertal Shop“ braucht einen Relaunch, auch wegen der gesetzlichen Anforderungen an den barrierefreien Zugang. Weiterhin sollte ein Online Ticketverkauf mit der Funktion „Ticket Print at Home“ eingeführt werden.

Die Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Souvenirs waren auch in 2024 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 2025 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 2024 nicht wirtschaftlich umgesetzt werden.

Das Angebot an Stadtrundgängen 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 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 mehr dauerhaft kompensierbar.

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 in 2023 eine Einzahlung der Stadt in das Eigenkapital der WMG in Höhe von T€ 810 getätigt. Dies bedeutete auch für das Geschäftsjahr 2024 eine ausreichende Liquidität. 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 2024 mit einem – im Vergleich zur Prognose des Wirtschaftsplanes (-T€ 214) - geringerem Verlust von - T€ 124 ab. Die Reduktion des Verlustes gegenüber der Prognose im Wirtschaftsplan durch das stetig wachsende operative Geschäft, lässt die Geschäftsführung verhalten positiv auf das Geschäftsjahr 2025 blicken.

## VI. Prognosebericht

Im ersten Quartal 2025 wird eine neue Stadtrundfahrt mit einem neuen Anbieter geplant, welche im April mit dem Beginn der Tourismussaison startet. Der bisherige Anbieter hat sein Geschäft aufgegeben und seine Stadtrundfahrten auch in den Städten Münster und Essen eingestellt.

In 2025 liegt im ersten Halbjahr der Schwerpunkt auf der Konzeptionierung und Umsetzung der Bergischen EXPO, der Leistungsschau der Bergischen Wirtschaft. Dank des großen Erfolges der ersten Expo in 2023, wurde die WMG seitens der IHK darum gebeten, das Format neu aufzulegen. Für die Outdoor-Messe, die am 16. und 17. Mai stattfinden wird, konnten mehr als 50 Unternehmen aus der Region gewonnen werden.

In 2025 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 2025 eine deutliche Belebung des Inlands- und Städtetourismus.

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

Die Tätigkeiten führen im verabschiedeten Wirtschaftsplan 2025 zu einem prognostizierten Jahresfehlbetrag von T€ 204.

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 2025 sind nach jetzigem Kenntnisstand Auswirkungen der Corona-Pandemie nicht mehr oder nur noch in sehr geringen Umfang zu erwarten. Corona-bedingte Einschränkungen bei der Vermarktung der Stadttouren und der Veranstaltungen sind nicht zu erwarten.

Steigende Energie- und Rohstoffkosten werden die WMG auch in 2025 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 Tarifierhöhungen 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 angepasst und die Mitarbeiter\*innen sensibilisiert.

## **VII. Risikoberichterstattung zur Verwendung von Finanzinstrumenten**

Finanzinstrumente werden im Rahmen unserer Geschäfte nicht eingesetzt.

Wuppertal, den 15.02.2025

Wuppertal Marketing GmbH  
Martin Bang  
Geschäftsführer