

AKTIVA

PASSIVA

	EUR	31.12.2022 EUR	31.12.2021 EUR		EUR	31.12.2022 EUR	31.12.2021 EUR
A. Anlagevermögen				A. Eigenkapital			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				I. Gezeichnetes Kapital		25.000,00	25.000,00
1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		17,00	610,00	II. Gewinnvortrag		16.043,82	14.743,63
II. Sachanlagen				III. Jahresüberschuss		1.422,29	1.300,19
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		24.660,00	24.975,00			<u>42.466,11</u>	<u>41.043,82</u>
		<u>24.677,00</u>	<u>25.585,00</u>	B. Rückstellungen			
B. Umlaufvermögen				1. Steuerrückstellungen	22.098,71		13.867,42
I. Vorräte				2. Sonstige Rückstellungen	<u>1.711.194,90</u>	1.733.293,61	790.346,12
1. Fertige Erzeugnisse und Waren		6.192,03	6.192,03	C. Verbindlichkeiten			
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.058.094,02		717.409,86
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	163.526,40		199.709,86	2. Sonstige Verbindlichkeiten	<u>461.847,32</u>	1.519.941,34	190.420,07
2. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>1.316.912,46</u>	1.480.438,86	1.360.653,52	- davon aus Steuern EUR 23.460,33 (EUR 23.967,48)			
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks		2.048.556,81	355.319,02	- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit EUR 4.518,62 (EUR 5.880,00)			
		<u>3.535.187,70</u>	<u>1.921.874,43</u>	D. Rechnungsabgrenzungsposten		271.717,76	205.470,63
C. Rechnungsabgrenzungsposten		7.554,12	11.098,49				
		<u>3.567.418,82</u>	<u>1.958.557,92</u>			<u>3.567.418,82</u>	<u>1.958.557,92</u>

Hamburg Kreativ GmbH, Hamburg
Gewinn- und Verlustrechnung für 2022

	EUR	2022 EUR	2021 EUR
1. Umsatzerlöse		1.980.893,79	1.632.239,95
		<u>1.980.893,79</u>	<u>1.632.239,95</u>
2. Sonstige betriebliche Erträge		8.024.952,28	4.533.755,11
3. Materialaufwand			
Aufwendungen für bezogene Leistungen		2.567.733,93	1.292.422,82
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	2.015.788,98		1.780.239,59
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	<u>402.809,18</u>	2.418.598,16	351.448,35
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		10.290,75	13.459,62
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		4.979.778,93	2.709.163,75
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		6,62	4,15
		<u>29.450,92</u>	<u>19.265,08</u>
8. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		<u>28.028,63</u>	<u>17.964,89</u>
9. Ergebnis nach Steuern		1.422,29	1.300,19
10. Jahresüberschuss		<u>1.422,29</u>	<u>1.300,19</u>

Hamburg Kreativ GmbH

Anhang für 2022

I. Allgemeine Angaben zum Jahresabschluss

Die Hamburg Kreativ GmbH hat ihren Sitz in Hamburg. Sie ist im Handelsregister des Amtsgerichts Hamburg unter HR B 112845 eingetragen

Die Gesellschaft weist zum Abschluss-Stichtag die Größenmerkmale einer kleinen Kapitalgesellschaft im Sinne des § 267 Abs. 1 HGB auf.

Der vorliegende Jahresabschluss ist gemäß § 14 Abs. 1 des Gesellschaftsvertrags nach den für große Kapitalgesellschaften geltenden Vorschriften des Handelsgesetzbuches aufgestellt (§§ 265 Abs. 2 Satz 2, 266 ff. HGB).

II. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Bilanzierung der **immateriellen Vermögensgegenstände** und der **Sachanlagen** erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten unter Berücksichtigung nutzungsbedingter planmäßiger Abschreibungen. Grundlage der planmäßigen Abschreibung ist die voraussichtliche Nutzungsdauer des jeweiligen Vermögensgegenstandes (§ 253 Abs. 1 Satz 1, Abs. 3 HGB). Bei den immateriellen Vermögensgegenständen erfolgt die Abschreibung linear. Die beweglichen Anlagegüter werden linear abgeschrieben.

Geringwertige Anlagegüter mit Anschaffungs- oder Herstellungskosten bis 800,00 EUR wurden aus Vereinfachungsgründen in Anlehnung an steuerliche Vorschriften im Erwerbsjahr voll abgeschrieben.

Handelswaren sind zu Anschaffungskosten oder niedrigeren Marktpreisen bilanziert.

Forderungen, sonstige Vermögensgegenstände sowie flüssige Mittel werden zum Nominalwert angesetzt.

Die **Steuerrückstellungen** und **sonstigen Rückstellungen** erfassen alle erkennbaren Risiken und ungewisse Verbindlichkeiten und sind mit dem Erfüllungsbetrag bewertet, der nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist (§ 253 Abs. 1 Satz 2 HGB). Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden mit dem ihrer Restlaufzeit entsprechenden

durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Geschäftsjahre abgezinst (§ 253 Abs. 2 Satz 1 HGB).

Verbindlichkeiten werden mit ihrem Erfüllungsbetrag bilanziert (§ 253 Abs. 1 Satz 2 HGB).

III. Angaben zur Bilanz

Das aktivierte **Anlagevermögen** beträgt 24.677,00 EUR (i.V.: 25.585,00 EUR). Es gliedert sich in immaterielle Vermögensgegenstände, womit erworbene Konzessionen und das Recht für die Internetauftritte der Gesellschaft gemeint sind, und Sachanlagen, worunter Anschaffungen für die Ausstattung der Gesellschaft fallen.

Die Entwicklung des Anlagevermögens (Anlagenspiegel) ist in der Anlage zum Anhang dargestellt. Hieraus ergeben sich auch die Abschreibungen des Geschäftsjahres (§ 268 Abs. 2 HGB).

Die **sonstigen Vermögensgegenstände** beinhalten Forderungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr in Höhe von 62.621,34 EUR (i.V.: 62.618,13 EUR).

Das **gezeichnete Kapital** beträgt unverändert 25.000,00 EUR.

Die Geschäftsführung schlägt vor, den **Jahresüberschuss** in Höhe von 1.422,29 EUR mit dem Gewinnvortrag von 16.043,82 EUR zu verrechnen und den Saldo auf neue Rechnung vorzutragen.

Die **sonstigen Rückstellungen** betragen 1.711.194,90 EUR (i.V.: 790.346,12 EUR); die Wesentlichen sind:

Sonstige Rückstellungen	701.120,85 EUR
Rückerstattungsansprüche FHH	405.598,35 EUR
Betriebskosten Design Zentrum	207.000,00 EUR
Nebenkostenabrechnungen	103.545,70 EUR
Coachingpool	83.380,00 EUR

Sämtliche **Verbindlichkeiten** haben, wie im Vorjahr, eine Restlaufzeit bis zu einem Jahr (§ 268 Abs. 5 Satz 1 HGB, § 285 Nr. 1 und Nr. 2 HGB).

In den **sonstigen Verbindlichkeiten** werden Verbindlichkeiten aus Steuern in Höhe von 23.460,33 EUR (i.V. 23.967,48 EUR) und im Rahmen der sozialen Sicherheit 4.518,62 EUR (i.V.: 5.880,00 EUR) ausgewiesen.

IV. Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren (§ 275 Abs. 2 HGB) aufgestellt.

Die **Umsatzerlöse** setzen sich aus Mieteinnahmen durch die Weitervermietung angemieteter Flächen in Höhe von 1.616 TEUR (i.V.: 1.228 TEUR), 306 TEUR (i.V. 354 TEUR) aus projektbezogenen Drittmitteln, 26 TEUR (i.V.: 21 TEUR) aus Veranstaltungen und Workshops, 16 TEUR (i.V.: 9 TEUR) aus Coachingerlösen, sowie aus sonstigen Erlösen in Höhe von 17 TEUR (i.V.: 20 TEUR) zusammen.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** beinhalten Zuwendungen der FHH für Betriebsmittel in Höhe von 950 TEUR (i.V.: 950 TEUR) und für Projektmittel 6.080 TEUR (i.V.: 2.987 TEUR), sowie europäischen Zuwendungsmitteln in Höhe von 981 TEUR (i.V.: 566 TEUR).

Die **periodenfremden Erträge** betragen 9 TEUR (i.V. 10 TEUR).

Die **periodenfremden Aufwendungen** (18 TEUR, i.V. 68 TEUR) umfassen im Wesentlichen Korrekturen von Forderungen und Verbindlichkeiten.

V. Sonstige Pflichtangaben

Der Abschlussprüfer hat für das Geschäftsjahr 2022 insgesamt 7.500 EUR für Abschlussprüfungsleistungen berechnet.

Im Geschäftsjahr wurden durchschnittlich 51 Arbeitnehmer*innen beschäftigt, davon waren 36 Arbeitnehmerinnen und 15 Arbeitnehmer.

Wesentliche finanzielle Verpflichtungen, die für die Beurteilung der Finanzlage von Bedeutung sind, bestehen wie folgt:

	1 Jahr	2 - 5 Jahre	> 5 Jahre	Summe
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Mietverträge	1.027	921	0	1.948

In nahezu entsprechenden Umfängen und Laufzeiten sind Mietverträge mit Untermietern vorhanden.

Gegenüber dem Gesellschafter bestehen zum Ende des Geschäftsjahres Forderungen in Höhe von 0 TEUR (i.V.: 875 TEUR), sowie Verbindlichkeiten in Höhe von 324 TEUR (i.V.: 53 TEUR).

Während des abgelaufenen Geschäftsjahres wurden die Geschäfte des Unternehmens – unverändert – geführt durch

Herrn Egbert Rühl, Kulturmanager.

Der Geschäftsführer ist alleinvertretungsberechtigt und befugt, im Namen der Gesellschaft Rechtsgeschäfte vorzunehmen.

Das Geschäftsführergehalt beträgt 105.000,00 EUR zuzüglich einer Tantieme von bis zu 30.000,00 EUR.

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft setzte sich 2022 wie folgt zusammen:

- Frau Jana Schiedek, Vorsitzende
Staatsrätin
Behörde für Kultur und Medien
- Herr Dr. Pit Hosak, stellvertretender Vorsitzender
Abteilungsleiter Kunst, Kreativwirtschaft, Kulturprojekte, Planetarium,
Erinnerungskultur
Behörde für Kultur und Medien
- Frau Steffi Keller
Abteilungsleiterin Bestandsmanagement
Landesbetrieb Immobilienmanagement und Grundvermögen (LIG),
Finanzbehörde
- Herr Tobias Goevert
Abteilungsleiter Landes- und Stadtentwicklung
Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen
- Herr Tim Angerer
Amtsleiter Amt Medien
Behörde für Kultur und Medien
- Frau Claudia Fischer-Appelt
Karl Anders GmbH
- Herr Matthias Berg
BERG.WORKS

Die Bezüge des Aufsichtsrates beliefen sich auf 0,00 EUR.

VI. Nachtragsbericht

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Ende des Geschäftsjahres sind nicht eingetreten.

Die Auswirkungen des Ukraine-Krieges auf den unmittelbaren Geschäftsverlauf der Kreativ Gesellschaft waren 2022 noch wenig spürbar, vor allem weil der Anstieg der Energiekosten durch die laufende Anpassungen und Abrechnung (z.B. in Form von Nebenkostenabrechnungen) noch nicht zu Buche schlug. Mit einem entsprechenden Effekt ist in 2023 zu rechnen. Vor allem die Verteuerung der Energie, die eingeschränkte Verfügbarkeit und die Verteuerung von Vorprodukten und die Einschränkung von internationalen Handelsbeziehungen stellen auch die Kreativwirtschaft vor Herausforderungen, sei es unmittelbar durch den Anstieg der Kosten oder mittelbar durch eine verschlechterte Auftragslage. Wie eine durch Corona angeschlagene und zum Teil ausgezehnte Branche auf diese neue Herausforderung reagieren kann, ist kaum vorherzusagen.

Hamburg, den 12. April 2023



Hamburg Kreativ GmbH
Egbert Rühl

	Anschaffungskosten/Herstellungskosten				Abschreibungen				Buchwerte	
	Stand	Zugänge	Abgänge	Stand	Stand	Geschäftsjahr	Abgänge	Stand	Stand	Stand
	01.01.2022			31.12.2022	01.01.2022			EUR	31.12.2022	31.12.2022
EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	
Anlagevermögen										
I. Immaterielle Vermögensgegenstände										
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	145.925,82	0,00	0,00	145.925,82	145.315,82	593,00	0,00	145.908,82	17,00	610,00
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	145.925,82	0,00	0,00	145.925,82	145.315,82	593,00	0,00	145.908,82	17,00	610,00
II. Sachanlagen										
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	140.992,85	9.382,75	2.233,85	148.141,75	116.017,85	9.697,75	2.233,85	123.481,75	24.660,00	24.975,00
Summe Sachanlagen	140.992,85	9.382,75	2.233,85	148.141,75	116.017,85	9.697,75	2.233,85	123.481,75	24.660,00	24.975,00
Summe Anlagevermögen	286.918,67	9.382,75	2.233,85	294.067,57	261.333,67	10.290,75	2.233,85	269.390,57	24.677,00	25.585,00

**Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH
Lagebericht 2022****A. Wirtschaftsbericht****I. Geschäftsverlauf und Ergebnis 2022**

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft schließt das Geschäftsjahr 2022 bei Erträgen in Höhe von Euro 10.005.852,69 (plus 62% gegenüber 2021, incl. Zinsen) und Aufwendungen vor Steuern in Höhe von Euro 9.976.401,77 (plus 62%) mit einem Ergebnis vor Steuern von Euro 29.450,92 (plus 53%) ab. Bei Steuerbelastungen von Euro 28.028,63 (plus 56%) ergibt sich ein Jahresüberschuss von Euro 1.422,29 (plus 9%).

Das Volumen der Einnahmen (und Ausgaben) ist gegenüber dem Jahr 2021 um ca. 62% gewachsen.

Das Jahr 2022 -wie die beiden Jahre davor- war weiterhin geprägt durch die Covid-19-Pandemie und Auswirkungen der Maßnahmen zur Eindämmung der Krankheit.

Die in den beiden vorherigen Pandemie-Jahren entwickelten und erprobten Maßnahmen zur Realisierung der Angebote der Hamburg Kreativ Gesellschaft unter den besonderen Bedingungen der Pandemie wurden 2022 fortgeführt und ständig an die veränderten Rahmenbedingungen und gesetzlichen Regelungen angepasst. Die in der Pandemie entwickelten und umgesetzten Sonderprogramme wurden auch 2022 angeboten, weitere Sonderprogramme kamen dazu. Diese Sonderprogramme und das Mitte 2021 neu gestartete Programm (Frei_Fläche) zur Organisation von kreativen Zwischennutzungen in vormals vom Einzelhandel betriebenen Flächen führten dazu, dass das Volumen der geschäftlichen Aktivitäten der Hamburg Kreativ Gesellschaft gegenüber 2021 um ca. 62% anwuchs. Die zum Teil seit Jahren bestehenden Programme und Angebote wurden den veränderten Bedarfen der Klientel und den veränderten Rahmenbedingungen angepasst.

Am 24.2.2022 marschierte die russische Armee in der Ukraine ein, der mit der Annexion der Krim und der kriegerischen Auseinandersetzung im Donbass im Jahr 2014 begonnene bewaffnete regionale Konflikt wurde damit zu einem Krieg.

Die Auswirkungen des Ukraine-Krieges auf den unmittelbaren Geschäftsverlauf der Kreativ Gesellschaft waren 2022 noch wenig spürbar, vor allem weil der Anstieg der Energiekosten durch die nachlaufende Anpassung und Abrechnung (z.B. in Form von

Nebenkostenabrechnungen) noch nicht zu Buche schlug. Vor allem die Verteuerung der Energie, die eingeschränkte Verfügbarkeit und die Verteuerung von Vorprodukten und die Einschränkung von internationalen Handelsbeziehungen stellen auch die Kreativwirtschaft vor Herausforderungen, sei es unmittelbar durch den Anstieg der Kosten oder mittelbar durch eine verschlechterte Auftragslage. Wie eine durch Corona angeschlagene und zum Teil ausgezehnte Branche auf diese neue Herausforderung reagieren kann, ist kaum vorherzusagen.

Auch 2022 hat die Hamburg Kreativ Gesellschaft ein ausgeglichenes Jahresergebnis erzielt und ist damit ihrer Aufgabe, die zur Verfügung stehenden Mittel und Erträge optimal, effektiv und effizient zur Förderung der Hamburger Kreativwirtschaft einzusetzen, gerecht geworden.

Die Gesellschaft ist als Einrichtung der Freien und Hansestadt Hamburg mit einem klaren Förderauftrag existenziell auf die Zuwendungen der öffentlichen Hand angewiesen. Nach wie vor besteht eine der Herausforderung der Gesellschaft darin, dass nur ein kleiner Teil der Zuwendungen in Form einer institutionellen Förderung abgewickelt wird, die eine höhere Sicherheit über Legislaturperioden und Landeshaushalte hinaus bietet. Der überwiegende Teil der Zuwendungen erfolgt in Form von Projekt-bezogenen und -gebundenen Mitteln, die jeweils separat beantragt und abgerechnet werden müssen. Die Stellen der Mitarbeiter*innen, die in diesen Projekten arbeiten, sind stets auf die Laufzeiten der Projekte befristet und müssen, im Rhythmus der Projekte, verlängert werden. Hierbei sind arbeitsrechtliche Grenzen zu beachten. Auf einem Arbeitsmarkt, der Fachkräften die Möglichkeit bietet, hohe Forderungen zu realisieren und aus einer Vielzahl von Arbeitgebern*innen auszuwählen, ist die Kreativ Gesellschaft nicht mehr konkurrenzfähig, weil sie fast ausschließlich befristete Arbeitsverträge mit einer kurzen Laufzeit anbieten kann.

Durch die Corona-Sonderprogramme hat sich die Anzahl der unterschiedlichen Quellen, aus der die Gesellschaft Zuwendungen erhalten hat, noch einmal spürbar erhöht. Diese Mittel sind sämtlich auf jeweils spezielle und immer zeitlich limitierte Projekte beschränkt. Damit kann die Gesellschaft ihr Angebotsportfolio vorübergehend ausweiten, sie entwickelt sich so zum Teil zu einem Projektträger, dessen Angebot und Größe von der erfolgreichen Projektakquise abhängig ist. Dabei ist auch darauf zu achten, dass die organisatorischen und administrativen Kernaufgaben jeweils entsprechend der Projektvolumen mitfinanziert werden.

In Fortführung der 2020 und 2021 gestarteten Sonderformate zur Unterstützung der Kreativwirtschaft in Hamburg bei der Bewältigung der besonderen Corona-Herausforderungen blieb es auch 2022 bei deutlich gesteigerten Aktivitäten der Gesellschaft, sowohl in Bezug auf die Binnen- und Arbeitsorganisation, als auch vor allem in Form von geänderten, erweiterten und neuen Angeboten für ihre Klientel. Da vor allem die Veranstaltungsformate vollkommen in digitale oder hybride Angebote umgewandelt wurden, konnte die Gesellschaft Kosten für Veranstaltung reduzieren, weil der gesamte Kostenapparat einer Präsenzveranstaltung (Raumkosten, Technik, Catering, Betreuung, etc.) nicht anfällt. Um digitale Veranstaltungen durchführen zu können, hatte die Gesellschaft bereits 2020 ein Studio eingerichtet, die Kosten hierfür haben sich schnell amortisiert. Mit dem Ende der Pandemie wird sich hinsichtlich der Veranstaltungsangebote wieder Normalität einstellen, damit sind dann auch wieder Kosten für die Durchführung von Veranstaltungen verbunden.

Eine der bisher nachhaltigsten Folgen der Corona-Pandemie ist das Mobile Arbeiten. Wie in der Krise gelernt, arbeitet die Mehrheit der Mitarbeiter*innen der Gesellschaft regelmäßig und häufig mobil. Als Reaktion darauf hat die Gesellschaft ein System der shared desks etabliert, die Mitarbeiter*innen können sich ihre Arbeitsplätze flexibel täglich neu buchen. Gleichzeitig werden auch feste Arbeitsplätze im Büro weiterhin für die angeboten, die auf diese Einrichtung nicht verzichten möchten oder können. So wird die Gesellschaft den unterschiedlichen Bedürfnissen der Mitarbeiter*innen gerecht. Eine entsprechende Betriebsvereinbarung zum mobilen Arbeiten wurde mit dem Betriebsrat abgeschlossen.

Die Herausforderungen, Veranstaltungen unter den sich häufig ändernden Regularien zu planen und durchzuführen, blieben 2022 hoch. Auf Grund der Erfahrungen aus den Jahren 2020 und 2021 hat die Gesellschaft diese Aufgabe auch 2022 gut gemeistert und eine erfolgreiche Mischung aus rein digitalen und hybriden Veranstaltungen geplant und durchgeführt. Die Zahl der Veranstaltungen ist gegenüber 2021 (228) auf 187 gesunken. Dafür sind zwei Gründe zu nennen. Der Cross Innovation Hub sollte nach den ursprünglichen Planungen am 31.12.2021 enden und wurde im Jahr 2022 zweimal mit kurzem Vorlauf verlängert. Dies führte dazu, dass hier deutlich weniger Veranstaltungen geplant und durchgeführt werden konnten, als in den Vorjahren. Auch durch die Entscheidung, die Workshops durch E-Learning-Formate (Online-Academy) zu ersetzen, reduzierte sich die

Zahl der Veranstaltungen. Die um ca. 18% reduzierte Zahl der Veranstaltungen fand aber eine um ca. 20% auf ca. 11.000 Personen gestiegene Nachfrage.

Das Design Zentrum Hamburg, die Einheit unter dem Dach der Kreativ Gesellschaft, deren Aufgabe die Förderung der Designbranche in Hamburg ist, hat sich gegenüber 2022 grundsätzlich positiv entwickelt, so ist die Zahl der Veranstaltungen im Design Zentrum von 14 im Jahr 2021 auf 40 im Jahr 2022 gestiegen, die Veranstaltungen wurden im Jahr 2022 von ca. 6.000 Personen besucht. Das Vermietgeschäft lief nach der Lockerung von Pandemie-Einschränkungen langsam wieder an; die Kompensation aus Corona-Mitteln für den Ausfall von Vermietungen stabilisierte die finanzielle Lage des Design Zentrums im Jahr 2022. Die Situation des Design Zentrums bleibt perspektivisch angespannt, weil das Design Zentrum nur über eine finanzielle Ausstattung verfügt, die im besten Fall die Fixkosten refinanziert. Um inhaltliche Angebote finanzieren zu können, müssen Eigeneinnahmen erzielt werden, was vor allem über Vermietung des Design Zentrums möglich ist. Es wurden sämtliche Voraussetzungen geschaffen, um die Vermietungen zu steigern und die entsprechenden Einnahmen zu erhöhen. Da im Frühjahr 2025 die mietfreie Phase für das Design Zentrum endet, muss bis Ende 2023 eine belastbare Perspektive für das Design Zentrum gefunden werden.

Das 2022 beherrschende Thema der Immobilienaktivitäten der Gesellschaft war operativ und finanziell das Mitte 2021 gestartete Programm (Frei_Fläche), das kreativwirtschaftliche Zwischennutzungen in ehemaligen Einzelhandelsflächen in der gesamten Stadt organisiert und finanziell fördert. Seit dem Start des Programms im Sommer 2021 wurden bis zum 31.12.2022 53 Flächen (18.769 m²) an 62 Nutzer*innen vermittelt.

Die Erträge aus den unmittelbaren Immobilienaktivitäten sind gegenüber 2022 von ca. TEUR 1.228 auf ca. TEUR 1.520 (plus 24%) gestiegen. Für die Flächen, für die Kreativ Gesellschaft als Intermediär Nutzungsverträge abgeschlossen hat, erhält sie Erstattungen aus dem Frei_Flächen-Programm in Höhe von TEUR 975 und erzielt Einnahmen in Höhe von TEUR 96. Das Vermietgeschäft steht weiterhin unter aufmerksamer Überwachung. Zu der Gefahr, dass Nutzer*innen und Untermieter*innen in Immobilien der Kreativ Gesellschaft durch die Pandemie in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten, kommt nun noch die Erwartung, dass die Nebenkosten durch erheblich verteuerte Energiekosten deutlich steigen und auch das zur wirtschaftlichen

Herausforderung für die Klientel der Kreativ Gesellschaft werden kann.

Gamecity Hamburg hat 2022 mit TEUR 662 ca. 9% weniger Erträge (und Ausgaben) erzielt als 2021 (2021: TEUR 718). Die Eigeneinnahmen von Gamecity, die 2021 durch ein Sonderprojekt deutlich auf TEUR 22 angewachsen waren, blieben mit TEUR 9 sowohl im Rahmen der Erwartungen also auch hinter den Einnahmen von 2021 zurück. Die Angebote und Projekte der Games-Initiative blieben auf dem Niveau von 2022 und wurden weiterentwickelt und um einige neue kleinere Formate ergänzt.

nextMedia bewegt sich 2022 bei Erträgen und Ausgaben auf dem gleichen Niveau wie 2021 (minus 2%). Die Eigeneinnahmen blieben leicht (minus 7% auf TEUR 70) hinter dem Ergebnis von 2021 zurück. nextMedia befasste sich auch 2022 mit der Entwicklung neuer Innovationsformate an der Schnittstelle zwischen Inhalteproduktion und -distribution und Technologie.

Der Cross Innovation Hub durchlief 2022 auf Grund externer Rahmenbedingungen ein schwieriges Jahr. In den ursprünglichen Planungen war vorgesehen, dass das Vorhaben zum 31.12.2021 enden sollte und ein Anschlussvorhaben, ebenfalls aus EFRE gefördert, unmittelbar anschließen sollte. Da weder auf der europäischen, noch auf der nationalen und kommunalen Ebene die Voraussetzungen dafür geschaffen werden konnten, das Anschlussprojekt beantragen zu können, wurde der Cross Innovation Hub zunächst um ein halbes Jahr bis Mitte 2022 und dann, um ein weiteres halbes Jahr bis Ende 2022 verlängert, um die Kompetenzen, die das dafür aufgebaute Personal sich angeeignet hat, nicht zu verlieren. Durch diese zweimalige kurzfristige und kurzlaufende Verlängerung auch der Arbeitsverträge hat die Gesellschaft vier Mitarbeiter*innen und damit fast die Hälfte der Belegschaft des Cross Innovation Hubs verloren. Immerhin wurde im Herbst 2022 ein „vorgezogener Maßnahmenbeginn“ genehmigt. Dieser formale Schritt erlaubt Maßnahmen zur Vorbereitung des Projektes und macht es möglich, dass Kosten, die zwischen dem Zeitpunkt des vorgezogenen Maßnahmenbeginns und dem Zuwendungsbescheid entstehen, als Projektkosten anerkannt werden. Das Risiko, dass kein Zuwendungsbescheid erfolgt und damit sämtliche bis dahin entstandenen Kosten nicht erstattet werden, trägt allein der Projektträger.

Der Geschäftsverlauf der Hamburg Kreativ Gesellschaft war im Jahr 2022 stabil, aber zum Teil von kurzfristigen Maßnahmen geprägt. Eine Betrachtung der Entwicklung der Ertragsseite ergibt folgendes Bild:

Die institutionelle Zuwendung des Gesellschafters betrug wie in den Vorjahren auch 2022 TEUR 950. Die projektbezogenen Zuwendungen aus dem Etat der FHH beliefen sich 2022 auf insgesamt TEUR 6.080 (plus 102%). Sie setzen sich zusammen aus

Frei_Fläche	TEUR 2.380
GameCity	TEUR 1.079
nextMedia	TEUR 1.074
Einzelprojekte	TEUR 900
Design Zentrum Hamburg	TEUR 286
Crowd-Funding	TEUR 203
Cross Innovation Hub	TEUR 120
Immobilien	TEUR 38

Da es sich bei den Zuwendungen für diese Bereiche um Projektförderungen handelt, werden diese Mittel separat abgerechnet, wobei nicht verbrauchte Zuwendungen unabhängig vom Geschäftsverlauf der Gesamtgesellschaft zurückgezahlt werden müssen (in den Zahlen bereits berücksichtigt).

Die Zuwendungen aus Etats der Europäischen Union (EFRE und ESF) stiegen gegenüber 2021 um ca. TEUR 416 auf TEUR 981 (plus 73% gegenüber 2021). Vor allem die beiden aus dem React-EU Programm zu 100% finanzierten Corona-Hilfsprogramme Creative Business-Academy und Creative Futur-Academy finden hier ihren finanziellen Niederschlag. Beide Programme enden Mitte 2023.

Mit wirtschaftlicher Tätigkeit in Form von Anmietung und Untervermietung von Immobilien erzielte die Gesellschaft Erträge in Höhe von TEUR 1.616 (plus 32% gegenüber dem Vorjahr). Darin enthalten sind die Erträge aus den Nutzungsvereinbarungen der Frei_Flächen-Objekte, für die die Gesellschaft als Intermediär fungiert (Colonnaden, Mundsburg Center, Mönckebergstraße) in Höhe von TEUR 96. Für die Anmietung und Nutzung von Immobilien entstanden 2022 Kosten in Höhe von TEUR 2.568. Darin enthalten sind die Kosten für die Frei_Flächen-Objekte Colonnaden, Mundsburg Center, Mönckebergstraße in Höhe von TEUR 1.044, die größtenteils aus dem Frei_Flächen-Programm erstattet werden. Um die Effekte des Frei_Flächen-Programms bereinigt, sind die unmittelbaren Immobilienaktivitäten im Saldo ausgeglichen.

Die Eigeneinnahmen der Gesellschaft blieben 2022 mit TEUR 348 um ca. 9% (minus TEUR 36) hinter dem Ergebnis von 2021 zurück.

Andere sonstige betriebliche Erträge und sonstige Erlöse betrugen

2022 TEUR 30 (minus 40%). Sie setzen sich neben sonstigen Erlösen aus periodenfremden Erträgen, Einzelwertberichtigungen und Auflösung von Rückstellungen zusammen.

Die Summe sämtlicher Zuflüsse aus der öffentlichen Hand betrug 2022 somit TEUR 8.011 (plus 78% gegenüber 2021). Damit stammen 80% (2021 = 73%) der Erträge aus den Etats der öffentlichen Hand. Einnahmen in Höhe von TEUR 1.995 stammen aus eigener wirtschaftlicher Tätigkeit, das sind 20% der Erträge. Gegenüber dem Vorjahr konnten diese Erträge um ca. 20% gesteigert werden.

Der Aufwand für ihr Personal betrug 2022 für die Gesellschaft TEUR 2.419 (inklusive Personalnebenkosten i.H.v. TEUR 403). Die Personalkosten wuchsen gegenüber 2021 um TEUR 287 (plus 13%). Die Steigerung der Personalkosten blieb aber deutlich hinter dem Aufwuchs der Aufwendungen insgesamt zurück, so dass der Anteil der Personalkosten an den Gesamtausgaben deutlich von 35% im Jahr 2021 auf 24% im Jahr 2022 sank. Die Gesellschaft, die 2021 mehr als ein Drittel der Aufwendungen für Personal ausgab, reduzierte diese Kostenposition im Jahr 2022 im Verhältnis auf ca. ein Viertel.

Die Immobilienaktivitäten der Kreativ Gesellschaft verursachten incl. der Frei_Flächen-Objekte (siehe oben) Kosten in Höhe von TEUR 2.568 und haben sich gegenüber dem Vorjahr fast verdoppelt (plus 99%). Der Anteil an den Gesamtaufwendungen beträgt ca. 26% und ist damit gegenüber 2021 um ca. 5% gestiegen.

Für die sonstigen betrieblichen Aufwendungen, die sich aus den Raum-, Büro-, Kommunikationskosten, den Kosten für die inhaltliche Arbeit der Gesellschaft (Programme, Veranstaltungen, Aktivitäten, Projekte) und aus Wertminderungen etc. zusammensetzen, wurden 2022 TEUR 4.980 aufgewendet. Das sind 84% mehr als 2021; die Hälfte der Gesamtaufwendungen gab die Gesellschaft hierfür aus. Betrachtet man nur die Aufwendung für die inhaltliche Arbeit der Gesellschaft (inkl. Kommunikation) entstanden hier Kosten in Höhe von TEUR 4.579 (plus 98% gegenüber 2021, 46% der Aufwendungen in 2022).

Abschreibungen verursachten Kosten in Höhe von TEUR 10 (minus 24% gegenüber 2021, 0,1% der Aufwendungen).

Nach Zinsen aber vor Steuern ergab sich ein Gewinn aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von TEUR 29 (plus 52% gegenüber 2021), nach Steuern (TEUR 28) ein Jahresüberschuss in Höhe von TEUR 1.

II. Lage des Unternehmens

Ziel der Gesellschaft ist es, die vom Gesellschafter zur Verfügung gestellten und weitere eingeworbene oder erwirtschaftete Mittel optimal, effektiv und effizient zur Förderung der Hamburger Kreativwirtschaft einzusetzen. Die Gesellschaft ist nicht gewinnorientiert, über die Zuwendungen des Gesellschafters hinaus erzielte Erlöse werden unmittelbar in weitere Fördermaßnahmen investiert. Der wirtschaftliche Verlauf eines Geschäftsjahres kann als gelungen bezeichnet werden, wenn ein möglichst ausgeglichenes Ergebnis erzielt wurde.

Das Wachstum der Hamburg Kreativ Gesellschaft im Jahr 2022 stützt sich auf drei jeweils aus Mittel der öffentlichen Hand über Zuwendungen vollständig finanzierte Vorhaben: Die beiden aus ESF-Mitteln finanzierten Akademien (Creative Future Academy und Creative Business Academy) und vor allem das Frei_Flächen-Programm zur Förderung von Zwischennutzungen in vormals vom stationären Einzelhandel genutzten Flächen und Objekten. Die Akademien haben über die Laufzeit von Mitte 2021 bis Mitte 2023 ein finanzielles Volumen von insgesamt ca. Euro Mio. 2. Das Frei_Flächen-Programm, das ebenfalls Mitte 2021 startete und zunächst bis zum 31.12.2022 limitiert war, wurde für diese Laufzeit mit ca. Euro Mio. 9 ausgestattet, die in der Laufzeit nicht vollständig verbraucht wurden. Durch diese Projekte, die keine Eigenanteile der Gesellschaft erforderlich machten, ist der Anteil der Zuwendungen der öffentlichen Hand an den Gesamteinnahmen auf 80% angewachsen. Zwei Effekte werden mit dieser Entwicklung deutlich. Zum einen gilt die Hamburg Kreativ Gesellschaft zunehmend als eine operative Einrichtung der öffentlichen Hand, der zugetraut wird, dass sie neue Förderprogramme sehr schnell entwickeln und zuverlässig und erfolgreich umsetzen kann. Dass die Gesellschaft 2022 trotz erheblich gesteigerter Aktivitäten den Anteil der Personalkosten an den Gesamtaufwendungen deutlich gesenkt hat, zeigt wie effektiv und effizient die Gesellschaft die ihr zur Verfügung gestellten Mittel verwendet. Zum anderen verstärkt sich 2022 der Effekt, dass die Kreativ Gesellschaft zunehmend ein Projektträger ist. Ihr Wachstum und ihre wirtschaftliche Entwicklung hängt sehr eindeutig davon ab, in welchem Umfang sie Projekte akquiriert. Gelingt ihr das nicht, wird sie schrumpfen. Der Anteil der Kernaufgaben der Gesellschaft, die aus den Betriebsmitteln finanziert werden, am Gesamtvolumen sinkt durch den steigenden Projektanteil weiter. Das Volumen der Immobilienaktivitäten

übersteigt die Höhe der Betriebsmittel seit Jahren. 2022 lagen die Kosten der Immobilienaktivitäten um das 1,7-fache über den Betriebsmitteln. Da auch schon seit Jahrzehnten existierende Aktivitäten wie nextMedia und Gamecity als Projekte eingestuft werden, gilt die Finanzierung stets nur für die aktuellen Doppelhaushalte der FHH gesichert, eine Planung über den Zeitraum von zwei Jahren ist aus rein formalen Gründen nicht sinnvoll. Auch die damit verbundene Befristung von Arbeitsverträgen erschwert eine mittel- und langfristige strategische Planung.

Im Jahr 2022 liefen die meisten Maßnahmen und Einschränkungen in Folge der Corona-Pandemie aus. Die Kreativwirtschaft, die überdurchschnittlich stark von den Maßnahmen betroffen war, hoffte auf eine Normalisierung der wirtschaftlichen Entwicklung, allerdings zeigt sich mit der Wiederaufnahme des kulturellen Angebotes und des Veranstaltungsbetriebs, dass die Reaktionen des Publikums sehr unterschiedlich ausfielen. Während sich in der Gastronomie die Nachfrage schnell auf dem Niveau vor der Pandemie einpendelte, haben kulturelle Einrichtungen mit starken Nachfrageeinbußen zu kämpfen. Wie sich der Ukraine-Krieg wirtschaftlich auf die deutsche und Hamburger Kreativwirtschaft auswirkt, ist nicht abzusehen.

Die Kreativ Gesellschaft hat die zusätzlichen Formate zur Reaktion auf die Pandemie die 2020 und 2021 entwickelt wurden, 2022 ausgebaut und fortgeführt. Das gelang ihr mit Finanzierungsinstrumenten (Crowdfunding-Kampagnenförderung), Innovationsangeboten, Immobilien-bezogenen Programmen und neuen pandemie-bezogenen Weiterbildungsangeboten (Creative Business Academy, Creative Future Academy). Mit dem „Silberstreifen-Award“ und einer Ausstellung der besten Arbeiten von Absolventen Hamburger öffentlichen und privaten Hochschulen („20 aus 21“) wurden im Design Zentrum zwei neue Formate entwickelt, die junges Design aus Hamburg zeigen.

Das bewährte und ständig weiterentwickelte Programm der Hamburg Kreativ Gesellschaft wurde auch 2022 fortgeführt und dabei - wo möglich und nötig - in digitale Formate umgewandelt. Im Jahr 2022 wurde die Online-Academy umgesetzt und eine umfangreiche Podcast-Serie gestartet. Es handelt sich um ein umfangreiches und ausdifferenziertes Angebot, das darauf ausgerichtet ist, der Klientel möglichst in allen Bereichen der ökonomischen Existenz und Weiterentwicklung passgenaue Unterstützung zu bieten. Die Zielgruppen aus der Kreativwirtschaft sind sehr heterogen: Sie spannen den Bogen von den Soloselbständigen und Patch-Work-Existenzen in

prekären Verhältnissen über die Gründer- und Start-Up-Szene sowie den soliden Mittelstand im B2B-Bereich bis hin zu großen Agenturen, Verlagen und Sendern. Inhaltlich erstrecken sich die Themen von der individuellen Beratung über Qualifizierungs- und Professionalisierungsangebote über in sich vielfältig ausdifferenzierte Immobilienaktivitäten bis hin zu zahlreichen Formaten, die dazu dienen, Innovationen sowohl innerhalb der Kreativwirtschaft als auch mit Akteuren und Methoden aus der Kreativwirtschaft in anderen Wirtschaftszweigen anzustoßen und zu befördern. Dies geschieht beispielsweise in Form der Durchführung von drei Inkubatorprogrammen, von Prototyping Labs und Foresight-Formaten. Ein eher klassisches Standortmarketing gehört inzwischen ebenso zum Portfolio der Kreativ Gesellschaft. Die Kongresse der Gesellschaft (Games Conference, Scoop-Camp, Mind the Progress, Cross Innovation Day) wurden zu Beginn des Jahres in digitale und hybride Formen überführt und konnten ab Sommer wieder zunehmend als Veranstaltungen angeboten werden. Die Vergabe von Fördermitteln an Dritte, die bereits 2020 stark angewachsen ist, hat sich auf hohem Niveau stabilisiert. Sowohl die Höhe der vergebenen Fördermittel (2020: TEUR 1.123 / 2021: TEUR 1.385 / 2022: TEUR 1.793) als auch die Anzahl der Förderfälle (2020: 106 / 2021: 121 / 2022: 157) sind deutlich angestiegen.

Die Gesellschaft kommuniziert über sämtliche Kanäle, mit denen sie ihre Angebote effektiv und zielgerichtet an ihre Zielgruppen richten kann. Sie bereitet darüber hinaus relevante Inhalte und Informationen für und aus der Kreativwirtschaft auf und berichtet über die Ergebnisse ihrer Aktivitäten. Mehr als 82.000 Personen folgen der Kreativ Gesellschaft in den sozialen Medien oder haben einen der Newsletter abonniert, die die Gesellschaft herausgibt.

Wie in den vergangenen Jahren hat die Gesellschaft auch im Jahr 2022 keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen konnten stets innerhalb der Zahlungsziele bedient werden.

Der Zufluss der Zahlungen des Gesellschafters und aus den EU-Strukturfonds, die Zahlungen der zahlreichen Untermieter und die Zahlungen aus dem Weiterbildungsbonus für den Coaching-Pool bestimmen die Liquiditätslage der Gesellschaft. Die Regularien des EFRE-Programms sehen vor, dass der Projektträger die Kosten nur nachträglich geltend machen kann und entsprechend vorfinanzieren muss. Da zwischen der Realisierung der Kosten und deren Erstattung

bis zu zehn Monate vergehen können, muss die Gesellschaft erhebliche Anstrengungen unternehmen, die Zwischenfinanzierung ggf. aus dem Vorgriff auf die institutionelle Förderung durch die FHH zu sichern.

Die Gesellschaft hält keine langfristigen Anlagen.

III. Nachtragsbericht

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Ende des Geschäftsjahres sind nicht eingetreten.

B. Bericht über die zukünftige Entwicklung sowie Chancen und Risiken des Unternehmens

I. Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

2023 ist das erste vollständige Geschäftsjahr nach der Pandemie. Diese Krise hat es mit sich gebracht, dass die Kreativ Gesellschaft mit Sonderzuwendungen Sonderprogramme auflegen konnte, die ihrer Klientel Unterstützung anboten, um die Pandemie besser zu überstehen. Diese Programme werden nun schrittweise abgebaut, die Gesellschaft wird voraussichtlich mittelfristig an finanziellem Volumen verlieren und Personal abbauen.

Mit dem Cross Innovation Hub II und dem Innovationsraum Medien sind zwei mehrjährige Vorhaben geplant, die aus EFRE-Mitteln der EU kofinanziert werden und die 2023 starten werden. Im Juni 2022 hat das European Institute for Innovation and Technology (EIT) unter fünf Bewerbungen das ICE (Innovation by Creative Economy)-Konsortium ausgewählt und mit der Umsetzung einer Knowledge and Innovation Community beauftragt. Die Hamburg Kreativ Gesellschaft ist als einer von 50 Leadpartnern Teil des siegreichen Netzwerks, dass 2023 mit dem Aufbau einer eigenen Struktur beginnen wird, um dann 2024 operativ eigenständig agieren zu können. Die Kreativ Gesellschaft ist 2023 aufgefordert, ihre Interessen in dieser Frühphase entsprechend einzubringen und zu verankern.

Da die Kreativ Gesellschaft in erheblichem Umfang auf die Zuwendungen der öffentlichen Hand angewiesen ist, ist deren Entwicklung von großer Bedeutung. Erkennbar ist, dass sowohl der

Ukraine-Krieg und seine Folgen, die steigende Inflation und die notwendige Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft in eine nachhaltige, klimaneutrale Zukunft, Politik und öffentliche Verwaltung vor sehr große Herausforderungen stellt. Auch über die finanzielle Lage und Entwicklung der öffentlichen Hand, die bereits in der Pandemie erhebliche Anstrengungen unternommen hat, die Folgen abzumildern, kann nur schwer eine belastbare Aussage getroffen werden. An welchen Stellen Staat und Politik Schwerpunkte in der Förderpolitik setzen, kann deshalb nicht vorhergesagt werden. Eine Fördereinrichtung wie die Hamburg Kreativ Gesellschaft, die eine sehr geringe institutionelle Förderung erhält und auf Projektmittel angewiesen ist, bleibt sehr abhängig von den Entscheidungen der Zuwendungsgeber.

Gleichzeitig werden in vielen Bereichen Kosten steigen. Dies betrifft vor allem die Immobilienaktivitäten. Steigende Energiekosten führen zu Teuerungen und es bleibt abzuwarten, ob die Klientel der Gesellschaft diese Kostensteigerungen ausgleichen kann. Unter den genannten Rahmenbedingungen wird und muss sich die Kreativ Gesellschaft in den kommenden Jahren verstärkt mit dem Thema Markterschließung für ihre Klientel befassen. Neben dieses Schwerpunktthema tritt ein weiteres, von dem -wie die gesamte Wirtschaft- auch die Kreativwirtschaft massiv betroffen ist: der Fachkräftemangel. Die Kreativ Gesellschaft wird ihre Anstrengungen ausbauen, die Unternehmen der Kreativwirtschaft bei der Bewältigung dieser Herausforderung zu unterstützen.

Dass mit der steigenden Inflation auch Lohnerhöhungen verbunden sein werden, ist zu erwarten und auch bereits spürbar. Solche erwartbaren Forderungen kann die Gesellschaft nur erfüllen, wenn der Gesellschafter sie dafür mit zusätzlichen Mitteln ausstattet, andernfalls ist sie dazu gezwungen bei ihrer inhaltlichen Arbeit Abstriche vorzunehmen.

Durch die Fortführung des Frei_Flächen-Programms werden die Immobilien-Aktivitäten der Gesellschaft auch 2023 von dieser Maßnahme mitgeprägt. Die Bestrebungen, das Paketverteilzentrum in Nachbarschaft zum geplanten neuen Fernbahnhof am Diebsteich ein neues großes Zentrum für die Hamburger Kreativwirtschaft zu verwandeln und dafür einen neuen Entwicklungsprozess und eine neue Struktur aufzubauen, wird auch 2023 weiterverfolgt.

Die Gesellschaft hat Ende des Jahres 2022 Mittel aus der Kultur- und Tourismussteuer der FHH eingeworben, um Anfang 2024 einen

Bundeskongress Kreativwirtschaft durchzuführen.

Auf die Krise, die durch die Übernahme und Abwicklung von Gruner & Jahr durch RTL entstanden ist, reagiert die Stadt durch ein neues ausdifferenziertes Förderprogramm zur Unterstützung von qualitativ hochwertigem Journalismus in Hamburg. Dafür sollen zusätzliche Mittel in Höhe von ca. Euro Mio. 3,1 für zunächst drei Jahre eingeworben werden.

Angestoßen durch den Beirat des Design Zentrums wird die Gesellschaft 2023 versuchen, eine Initiative zu starten, die sich zum Ziel nimmt Hamburg bis Mitte der 30er Jahre zu einem Ort zu machen, der nicht mehr Ressourcen verbraucht, als die Erde reproduzieren kann.

Die Prüfung zum Eintritt in eine Tarifgemeinschaft ist angestoßen und 2023 entscheidungsreif.

Die Gesellschaft ist weiterhin bestrebt, entsprechend der einzelnen Themenfelder zusätzliche Mittel sowohl aus Bundesprogrammen als auch aus europäischen Förderprogrammen einzuwerben. Die nötigen strategischen und operationellen Partnerschaften sind verabredet.

Neben diesen neuen Aktivitäten wird die Hamburg Kreativ Gesellschaft weiterhin daran arbeiten, die bestehenden Angebote zu optimieren und weiterzuentwickeln sowie, wenn nötig, um neue Formate zu erweitern.

Die Gesellschaft baut ihre nationale und internationale Vernetzung weiter aus.

II. Risiken und Chancen

Die Gesellschaft bleibt weiterhin von den Zuwendungen des Landes Hamburg und anderer Gliederungen der öffentlichen Hand abhängig, wobei nicht von ihr zu beeinflussende wirtschaftliche Entwicklungen oder politische Entscheidungen zu massiven Auswirkungen auf den Etat der Gesellschaft und zu deutlichen Veränderungen ihres Handlungsspielraums führen können. Mit dem Ukraine-Krieg, der Verteuerung von Energie, der steigenden Inflation und der wirtschaftlichen Stagnation sind Faktoren eingetreten, deren Auswirkungen auf die Zuwendungen für die Hamburg Kreativ Gesellschaft nicht vorhersehbar sind.

Ein Risiko besteht in den Immobiliengeschäften der Gesellschaft; bei den Objekten, die die Gesellschaft anmietet, um sie an Akteure der Kreativwirtschaft unterzuvermieten, trägt die Gesellschaft das Risiko

von Miet- und Zahlungsausfall. Diese Risiken könnten sowohl durch die schwierige Lage ihrer Untermieter nach der Corona-Krise als auch durch die steigenden Energiekosten steigen.

Geringes Risiko besteht in einer sinkenden Nachfrage der Angebote und Leistungen durch die Klienten; diesem Risiko begegnet die Gesellschaft durch eine ständige Überarbeitung, Anpassung und Verbesserung ihrer Leistungen und Produkte.

Neue Aufgaben, die die Gesellschaft in der Pandemie übernommen hat, zeigen, wie breit die Gesellschaft aufgestellt ist, und wie schnell sie in der Lage ist, auf neue Herausforderungen zu reagieren und neue Formate zu entwickeln und umzusetzen. Damit steigt die Wahrnehmbarkeit der Gesellschaft und ihr Angebotsportfolio erweitert sich.

Die Mitgliedschaften in europäischen Verbänden und die Mitarbeit an europäischen Vorhaben können den Zugriff auf europäische Förderprogramme und geförderte Vorhaben verbessern.

III. Prognosebericht

Perspektivisch stehen drei Entwicklungslinien im Vordergrund. Digitalisierung ist und bleibt neben den aktuellen Entwicklungen die zentrale kurz-, mittel-, und langfristige Herausforderung sämtlicher Wirtschaftsakteure. Die Hamburg Kreativ Gesellschaft ist hier sehr gut aufgestellt und beschäftigt sich sowohl mit den Herausforderungen der Digitalisierung in der Kreativwirtschaft als auch mit der Rolle der Kreativwirtschaft als Innovationstreiber für andere Wirtschaftszweige. Nachhaltigkeit ist die zweite große Entwicklungslinie. Auch Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft müssen sich selbst, ihre Geschäftsmodelle und Angebote verändern, um dazu beizutragen, dass die Klimaziele eingehalten und der Verbrauch der natürlichen Ressourcen stark reduziert wird. Die dritte Entwicklungslinie betrifft den Umbau vor allem der inneren Stadt. Die Kreativwirtschaft kann sowohl Pionier dieser Entwicklungen sein, als auch einen nachhaltigen Beitrag zur Neuausrichtungen von Stadtentwicklung leisten. Auch hierin sieht die Kreativ Gesellschaft Perspektiven.

C. Bericht über Forschung und Entwicklung

Die Kreativ Gesellschaft selbst betreibt keine Forschung und Entwicklung in dem Sinn, wie sie aus dem wissenschaftlich-technologischen Bereich bekannt ist. Im Rahmen des EIT-Vorhabens ist ein Verein gegründet worden, der in der Zusammenarbeit mit Hochschulen die Herausforderungen und Potentiale der Kreativwirtschaft adressieren will. Dafür sollen Mittel vor allem aus dem Bundesministerium für Bildung und Forschung eingeworben werden

Im Cross Innovation Hub wird allerdings in ersten Formaten die Zusammenarbeit mit der Wissenschaft erprobt. Auch nextMedia vertieft den Austausch mit den relevanten Wissenschaftseinrichtungen. Gamecity moderiert einen Dialog zwischen der Games-Branche und den öffentlichen und privaten Schulen und Hochschulen, um ein Verständnis für die jeweiligen Positionen und Herausforderungen zu erzeugen und gemeinsame Handlungsfelder abzustecken. Die Initiative Next Generation Media Distribution ist durch die Moderation der Kreativ Gesellschaft zu einem Use Case im Datenraum Kultur geworden, der 2023 in die Erprobungsphase eintritt.

D. Bericht über Zweigniederlassungen

Die Gesellschaft unterhält keine Zweigniederlassungen.



Hamburg, 12.04.2023

Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH
Egbert Rühl
Geschäftsführer

Entsprechenserklärung zum HCGK

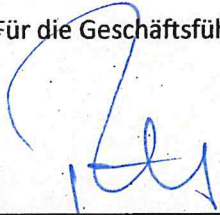
Die Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH hat im Geschäftsjahr 2022 mit folgenden Ausnahmen die Regelungen des Hamburger Corporate Governance Kodex eingehalten, die von Geschäftsführung und Aufsichtsrat zu verantworten sind (Gliederungspunkte 3-7 des HCGK sowie deren Unterpunkte). Von folgendem Punkt wurde abgewichen:

5.1.5 Protokolle über Aufsichtsratssitzungen (Sitzungen, Beschlüsse im Umlaufverfahren, etc.) sollen spätestens sechs Wochen nach Beschlussdatum allen Aufsichtsratsmitgliedern vorliegen.

Das Protokoll der 39. AR-Sitzung am 26.09.2022 konnte erst am Mittwoch, den 16.11.2022 und somit sieben Werktagen verspätet vorgelegt werden. Der letzte fristwahrende Termin war Montag, der 07.11.2022.

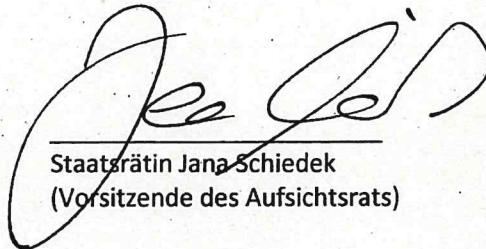
Hamburg, den 14.7.2023

Für die Geschäftsführung:



Egbert Rühl
(Geschäftsführer)

Für den Aufsichtsrat:



Staatsrätin Jana Schiedek
(Vorsitzende des Aufsichtsrats)