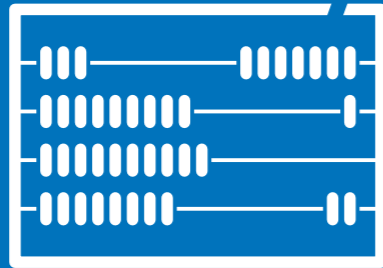


Geschäftsbericht 2018





Inhaltsverzeichnis

04	Bericht des Aufsichtsrats zum Jahresabschluss und Lagebericht 2018
05	Rechtliche Verhältnisse der Heilbronn Marketing GmbH
07	Berichte aus den Gremien
09	Lagebericht der Heilbronn Marketing GmbH
15	Bericht der Geschäftsbereiche
15	Stabsbereich Marketing
17	Geschäftsbereich Event
18	Geschäftsbereich City Management
19	Geschäftsbereich Tourismus
23	Geschäftsbereich Interne Services
24	Jahresabschluss 2018
24	Aktiva
24	Passiva
25	Gewinn-und-Verlust-Rechnung
26	Entwicklung des Anlagevermögens 2018
27	Anhang zum Jahresabschluss 31.12.2018
35	Feststellung Jahresabschluss 2018
36	Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

Bericht des Aufsichtsrats

zum Jahresabschluss und Lagebericht 2018

Der Aufsichtsrat hat nach den ihm gesetzlich und nach dem Gesellschaftsvertrag obliegenden Pflichten die Geschäftsführung sorgfältig überwacht und sich regelmäßig über alle wichtigen Geschäftsvorgänge und über die Lage der Gesellschaft informieren lassen.

Im Berichtsjahr 2018 fanden vier ordentliche Aufsichtsratssitzungen statt, bei denen der Aufsichtsrat von der Geschäftsführung über Geschäftspolitik, Grundsatzfragen zur Unternehmensplanung, Lage und Entwicklung der Gesellschaft sowie über Einzelprojekte und bedeutsame Geschäftsvorfälle detailliert im Rahmen von Berichten und Einzelvorlagen unterrichtet wurde. Die Geschäftsvorgänge, zu denen laut Gesellschaftsvertrag die Beschlussfassung durch den Aufsichtsrat erforderlich war, wurden auf der Basis detaillierter Beschlussvorlagen nach eingehender Beratung gefasst.

Das Jahresergebnis 2018 ist sehr positiv zu werten, weil es der Heilbronn Marketing GmbH gelang, die im Wirtschaftsplan 2018 vorgegebenen Ziele vollumfänglich zu erreichen und insbesondere den prognostizierten Jahresfehlbetrag 2018 geringfügig zu reduzieren.

Der vorliegende Jahresabschluss der Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn, bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2018 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2018 bis zum 31. Dezember 2018 sowie dem Anhang und dem Lagebericht der Heilbronn Marketing GmbH für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2018 bis zum 31. Dezember 2018 wurden, gemäß dem Beschluss des Aufsichtsrats, von der bestellten Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Lehleiter + Partner GmbH, Neckarsulm, geprüft. Es wurde festgestellt, dass die Geschäftsführung und der Aufsichtsrat ihren nach Gesetz und Gesellschaftsvertrag obliegenden Verpflichtungen nachgekommen sind.

Bei der Jahresabschlussprüfung 2018 wurden auch Feststellungen zur Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung, zu den wirtschaftlichen Verhältnissen im Sinne von § 53 Abs. 1 Haushaltsgrundsatzgesetz und nach dem EU-Beihilferecht gemäß dem von der Stadt Heilbronn erlassenen Betrauungsakt, beruhend auf dem Beschluss der EU-Kommission vom 20. Dezember 2011 über die Anwendung von Artikel 106 Abs. 2 AEUV zur Absicherung von Ausgleichszahlungen für die Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse, getroffen.

Die Prüfung hat gemäß § 322 II 1 HGB zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt. Der Bestätigungsvermerk wurde von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Lehleiter + Partner GmbH, Neckarsulm, uneingeschränkt erteilt.

Gemäß § 12 Abs. 2 des Gesellschaftsvertrages hat der Aufsichtsrat den Jahresabschluss, den Lagebericht und den Vorschlag der Geschäftsführung zur Ergebnisverwendung geprüft. Er hat auch vom Ergebnis der Prüfung des Jahresabschlusses durch den Prüfer Kenntnis genommen. Gegen das Ergebnis der Prüfung werden von Seiten des Aufsichtsrates keine Einwendungen erhoben.

Der im Auftrag der Geschäftsführung von der Steuerberatungsgesellschaft REVISA GmbH & Co. KG, Neckarsulm, aufgestellte und von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Lehleiter + Partner GmbH, Neckarsulm, testierte Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2018 wird gebilligt.

Der Gesellschafterversammlung wird empfohlen, den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2018 festzustellen, den Jahresfehlbetrag für das Geschäftsjahr 2018 von EUR 3.005.254,12 mit der Kapitalrücklage zu verrechnen, d. h. eine entsprechende Entnahme aus der Kapitalrücklage zur Verlustverrechnung vorzunehmen sowie der Geschäftsführung und dem Aufsichtsrat für das Geschäftsjahr 2018 Entlastung zu erteilen.

Der Aufsichtsrat dankt der Geschäftsführung sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die im Berichtsjahr 2018 geleistete Arbeit und für ihren unermüdlichen Einsatz, ohne den die Zielerreichung nicht möglich gewesen wäre.



Heilbronn, den 15. Mai 2019

Harry Mergel
Oberbürgermeister
und Aufsichtsratsvorsitzender
der Heilbronn Marketing GmbH

Rechtliche Verhältnisse

der Heilbronn Marketing GmbH

RECHTLICHE ANGABEN ZUR GESELLSCHAFT

Die Heilbronn Marketing GmbH hat ihren Sitz in 74072 Heilbronn, Kirchbrunnenstraße 3. Sie ist im Handelsregister des Amtsgerichts Stuttgart unter HRB Nr. 107207 eingetragen. Die letzte Änderung datiert vom 15. Januar 2016. Im Berichtsjahr 2018 galt der notariell beurkundete Gesellschaftsvertrag in der Fassung vom 17. Dezember 2014. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

GESELLSCHAFTER (STAND: 31. DEZEMBER 2018)

Beteiligung	
a) Stadt Heilbronn	30.500 EUR
b) Verkehrsverein Heilbronn e. V.	6.000 EUR
c) stadtinitiative Heilbronn e. V.	8.500 EUR
d) Gesellschaft zur Förderung des Gastgewerbes in Baden-Württemberg mbH	2.500 EUR
e) Landesverband der Schausteller und Marktkaufleute Baden-Württemberg e. V.	2.500 EUR

Das zum Nennwert angesetzte gezeichnete Kapital von 50.000 EUR ist voll einbezahlt. Gemäß § 4 des Gesellschaftsvertrags vom 17. Dezember 2014 ist ein etwaiger Jahresfehlbetrag durch die Gesellschafter zu tragen. Bis 50.000 EUR wird dieser entsprechend den Beteiligungsverhältnissen ausgeglichen. Der übersteigende Betrag wird zusätzlich von der Stadt Heilbronn übernommen.

Die Organe der Gesellschaft setzten sich im Berichtsjahr bzw. zum Bilanzstichtag wie folgt zusammen:

GESELLSCHAFTERVERSAMMLUNG

Vorsitzender:

Herr Harry Mergel, Oberbürgermeister Stadt Heilbronn

Vertreter der Gesellschafter:

Verkehrsverein Heilbronn e. V.: Herr Nico Weinmann
stadtinitiative Heilbronn e. V.: Herr Thomas Gauß
Gesellschaft zur Förderung des Gastgewerbes in
Baden-Württemberg mbH: Herr Martin Kübler
Landesverband der Schausteller und Marktkaufleute
Baden-Württemberg e. V.: Frau Hannelore Schröter-Wagner

AUFSICHTSRAT

Vorsitzender:

Herr Harry Mergel, Oberbürgermeister Stadt Heilbronn

Vertreter des Gemeinderats der Stadt Heilbronn:

Herr Thomas Aurich, Dipl.-Betriebswirt
(Vertreter: Herr Klaus Hackert)
Herr Wolfgang Palm, Geschäftsführer
(Vertreter: Herr Andreas Heinrich)
Herr Karl-Heinz Kimmerle, Gymnasiallehrer a. D.,
seit 25. Juli 2018 in Nachfolge Herr Steven Häusinger, Pfarrer
(Vertreterin: Frau Eva Luderer)
Herr Malte Höch, Rechtsanwalt
(Vertreter: Herr Fritz Kropp)
Herr Gerd Kempf, Rentner
(Vertreter: Herr Markus Scheffler)
Herr Nico Weinmann, Rechtsanwalt
(Vertreter: Herr Gottfried Friz)
alle Heilbronn

Vertreter der Gesellschafter:

Verkehrsverein Heilbronn e. V.:
Herr Martin Heinrich, Weinbautechniker, Heilbronn
(Vertreter: Herr Karl Adolf Herzog, seit 27. März 2018 in
Nachfolge Herr Ulrich Drautz)

stadtinitiative Heilbronn e. V.:

Herr Thomas Gauß, Geschäftsführer, Flein
(Vertreter: Herr Johannes Nölscher, seit 16. Mai 2018 in
Nachfolge Frau Alina Fischer)

Herr Roland Nölscher, Dipl.-Kaufmann und Geschäftsführer,
Heilbronn (Vertreter: Herr Simon Reinhard)

Frau Eva Schnepf, Geschäftsführerin, Heilbronn
(Vertreterin: Frau Gwendolyn Gutmann, ab 19. Januar 2018
in Nachfolge Frau Alina Fischer, seit 16. Mai 2018 in Nachfolge
Herr Axel Palm)

Gesellschaft zur Förderung des Gastgewerbes in Baden-
Württemberg mbH:

Frau Birgitt Wölbing, Lehrerin und Sozialwirtin, Heilbronn
(Vertreter: Herr Martin Kübler)

Landesverband der Schausteller und
Marktkaufleute Baden-Württemberg e. V.:
Frau Hannelore Schröter-Wagner, selbstständige Kauffrau,
Talheim (Vertreter: Herr Timo Zöllner)

GESCHÄFTSFÜHRUNG UND VERTRETUNG

Zur Vertretung der Gesellschaft ist zum Bilanzstichtag als Geschäftsführer Herr Steffen Schoch berufen worden. Dem Geschäftsführer ist Alleinvertretungsbefugnis erteilt; er ist gemäß Handelsregister von den Beschränkungen des § 181 HGB befreit. Einzelprokura ist zum Bilanzstichtag Herrn Friedrich Wagner erteilt worden.

STEUERLICHE VERHÄLTNISSE

Das Unternehmen unterliegt der Regelbesteuerung gemäß den §§ 16–18 UStG 2005. Der Gewerbebetrieb unterliegt der Gewerbesteuerpflicht gemäß § 2 Absatz 1 GewStG. Nach § 2 Absatz 2 Nr. 2 UStG bestand nach dem Gesamtbild der tatsächlichen Verhältnisse aufgrund der finanziellen und wirtschaftlichen Eingliederung eine Organschaft mit der Stadt Heilbronn. Das Unternehmen ist demnach Organgesellschaft.



Berichte aus den Gremien

GESELLSCHAFTERVERSAMMLUNG

Im Berichtsjahr 2018 fand eine Gesellschafterversammlung statt.

Sitzung am 25.09.2018

Wichtiger Tagesordnungspunkt:

Feststellung Jahresabschluss und Lagebericht zum 31.12.2017 einschließlich Beschluss über die Ergebnisverwendung für das Geschäftsjahr 2017 sowie Entlastung des Aufsichtsrats und des Geschäftsführers Steffen Schoch.

AUFSICHTSRAT

Im Berichtsjahr 2018 fanden vier Aufsichtsratssitzungen statt, in denen die Mitglieder durch schriftliche und/oder mündliche Berichterstattung über die Lage der Gesellschaft informiert und wichtige Fragen mit der Geschäftsführung erörtert wurden.

Sitzung am 05.03.2018

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- INTERNE SERVICES – u. a. Vergleich Besucherzahlen 2016/2017 in Veranstaltungsstätten; Überstundenstand 2017; Jahresabschlussarbeiten.
- TOURISMUS – u. a. Tourismus-Statistik 2017; Messeteilnahmen 2018 u. a. an CMT Stuttgart und ITB Berlin; neue Reiseangebote und Stadtführungen; Anschaffung einer mobilen Tourist-Information.
- EVENT – u. a. Eventplanung und Veranstaltungen 2018; Käthchenwahl; neue Sponsoreninformationen.
- MARKETING - u. a. Umsetzung der neuen Marke Heilbronn in Broschüren, Plakaten, Anzeigen, Facebook usw.
- CITY-MANAGEMENT - u. a. Planung Velo-Taxis für BUGA; Auflage eines neuen Shopping- und Gastroguides.
- SONSTIGE TOP – u. a. Getränkebelieferung Heilbronner Volksfest 2019 und 2020; Standvergaben zum Heilbronner Weindorf; Änderung Benutzungsordnung Alte Kelter Sontheim zum 01.07.2018.

Sitzung am 02.07.2018

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- MARKETING - u. a. Umsetzung der neuen Homepage gemeinsam mit der Stadt Heilbronn; neuer Merian-Reiseführer für Heilbronn.
- EVENT – u. a. Rückblick und Vorschau; strategische Ausrichtung.
- CITY-MANAGEMENT – u. a. Weiterentwicklung Masterplan Innenstadt sowie Märkte- und Zentrenkonzept.
- SONSTIGE TOP – u. a. Beratung Jahresabschluss 2017 und Bestellung des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2018; Änderung Wochenmarktkordnung zum 01.10.2018; Öffnungszeiten der Tourist-Information während Bundesgartenschau 2019.

Sitzung am 25.09.2018

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- MARKETING – u. a. Mailingaktionen 2018, neue Prospekte, Entwicklung Soziale Medien (Facebook).
- SONSTIGE TOP – u. a. Vorberatung Wirtschaftsplan 2019/2020; Wochenmarkt Heilbronn.

Sitzung am 28.11.2018

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- EVENT – u. a. Vorschau Weihnachtsmarkt 2018.
- TOURISMUS – u. a. BUGA-Ticketing; Internationale Projekte über TMBW-Städtekreis.
- INTERNE SERVICES – u. a. Personalentwicklung; Besetzung neuer befristeter Stellen für Tourist-Information zur BUGA.
- SONSTIGE TOP – u. a. neue Benutzungsordnung inkl. Gebühren für Festplatz Theresienwiese; Standvergabefahren Heilbronner Weindorf; Festsetzung Weindorfstermine 2019 bis 2021.

H

Lagebericht

der Heilbronn Marketing GmbH
für das Geschäftsjahr 2018 gemäß § 289 HGB

1. GRUNDLAGEN DES UNTERNEHMENS

1.1. Geschäftsmodell des Unternehmens

Die Erstellung, Durchführung und Förderung eines ganzheitlichen Stadtmarketings für Heilbronn, insbesondere die Wahrnehmung von Marketing-, Tourismus- und Veranstaltungsaktivitäten zur Sicherung und Steigerung der Lebensqualität der Bürger und zur Verbesserung der Attraktivität des Wirtschafts-, Handels-, Tourismus- und Kongressstandortes Heilbronn, die Öffnung des Ausgabenbereiches für Dritte und damit die Förderung der Kooperation zwischen öffentlichen und privaten Akteuren, die Stärkung von Image und Identität des Einzelhandelsstandortes Heilbronn sowie der oberzentralen Bedeutung der Stadt Heilbronn, u. a. durch bessere Profilierung und Positionierung der Stadt gegenüber Wettbewerbern sowie die Koordination und Abstimmung der touristischen Vermarktung mit regional übergreifenden Tourismuseinrichtungen sind als wesentliche Zielsetzungen im Gesellschaftsvertrag vom 17. Dezember 2014 verankert. Als Beihilfengeber im Sinne des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union hat die Stadt Heilbronn die Gesellschaft, beruhend auf dem Beschluss der EU-Kommission vom 20. Dezember 2011 über die Anwendung von Artikel 106 Absatz 2, mit der Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse (DAWI) betraut. Die Betrauung ist im Gesellschaftsvertrag vom 17. Dezember 2014 niedergelegt.

1.2. Ziele und Strategien

Organisiert ist die Gesellschaft als Public-Private-Partnership, in der die gemeinsamen Interessen der Gesellschafter Stadt Heilbronn, Verkehrsverein Heilbronn e.V., stadtinitiative Heilbronn e.V., Gesellschaft zur Förderung des Gastgewerbes Baden-Württemberg mbh und Landesverband der Schausteller und Marktkaufleute Baden-Württemberg e.V. zur Attraktivierung der Stadt gebündelt und die wesentlichen Leistungsträger aus den Bereichen Marketing, Information und Tourismus mit einbezogen sind. Die Gesellschaft versteht sich als Dienstleistungsgesellschaft, in der die Marketing-, Tourismus- und Veranstaltungsaktivitäten der Stadt Heilbronn gebündelt sind. Durch die Öffnung des Aufgabenbereiches für Dritte werden Kooperationen zwischen öffentlichen und privaten Akteuren gefördert sowie Image und Identität des Standortes Heilbronn gestärkt.

Die Organisationsstruktur basiert auf einem Vier-Säulen-Modell mit den Geschäftsbereichen Event, City Management, Tourismus und Interne Services, denen jeweils Geschäftsbereichsleiter vorstehen. Dem Geschäftsführer untersteht neben der geschäftsbereichsübergreifenden Stabsstelle Marketing zudem der Geschäftsbereich Tourismus.

2. WIRTSCHAFTSBERICHT

2.1. Geschäftsverlauf

Die im Gesellschaftsvertrag und im Wirtschaftsplan 2018 festgelegten Unternehmensziele sind im Geschäftsjahr 2018 in vollem Umfang erreicht worden. Die Geschäftsleitung ist mit der Entwicklung und dem Jahresverlauf 2018 zufrieden und kann somit auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2018 zurückblicken. Das im Oktober 2015 im Aufsichtsrat verabschiedete Konzept „Strategiepapier Heilbronn Marketing 2016-2020“ in Bezug auf Struktur und Neuausrichtung der Gesellschaft wurde konsequent fortgeführt. Die rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Gesellschaft haben sich im Geschäftsjahr 2018 nicht verändert. Zur ständigen Sicherung der Liquidität leistete der Gesellschafter Stadt Heilbronn im Jahr 2018 Einlagen im Vorgriff auf die Übernahme zu erwartender Verluste in Höhe von TEUR 2.989,2.

Für den positiven Verlauf im Geschäftsjahr 2018 waren im Wesentlichen folgende Entwicklungen und Ereignisse prägend:

- Umsetzung der Marke Heilbronn in allen Printmedien und bei allen Veranstaltungsformaten
- Relaunch der neuen gemeinsamen Homepage von Stadt Heilbronn und Heilbronn Marketing GmbH auf www.heilbronn.de im Corporate Identity der Marke Heilbronn
- Präsenz auf touristischen Messen (ITB Berlin, CMT Stuttgart), auf Fachmessen (RDA Köln und Friedrichshafen, HESO in Solothurn) sowie Forcierung der B2B-Kontakte speziell mit Busreiseveranstaltern
- Implementierung eines Gästeführersystems zur Optimierung der Buchbarkeit von Stadtführungen
- weitere Optimierung der Adressverwaltung mit dem System COBRA

N

- f) Beginn des Ticketing zur BUGA Heilbronn 2019 in der Tourist-Information
- g) Qualitäts- und Attraktivitätssteigerung bei den Events
- h) Ausbau von Medienkooperationen
- i) Gewinnung von Sponsoren und Partnern zur Erweiterung des Handlungsspielraums.

2.2. Lage: Darstellung, Analyse, Beurteilung

2.2.1. Ertragslage

Der ausgewiesene Jahresfehlbetrag 2018 in Höhe von TEUR 3.005,3 konnte, im Vergleich zum Planansatz aus dem Wirtschaftsplan 2018 (TEUR 3.008,7), um TEUR 3,4 reduziert werden. Der Jahresfehlbetrag 2018 wird mit der Kapitalrücklage verrechnet, d. h. aus der Kapitalrücklage, auf die im Vorgriff auf die Übernahme zu erwartender Verluste Einlagen des Gesellschafters Stadt Heilbronn in Höhe von TEUR 2.989,2 geleistet wurden, wird eine entsprechende Entnahme zur Verlustverrechnung vorgenommen.

Die Reduzierung des Jahresfehlbetrags 2018 stellt sich wie folgt dar:

in TEUR	Ergebnis 2018	Vergleich zum Planansatz 2018
Umsatzerlöse, sonstige betriebliche Erträge und Zinserträge	2.949,5	+ 250,1
Materialaufwand, sonstige betriebliche Aufwendungen, weitere Aufwendungen	3.042,9	+ 139,7
Personal- und Personalgestellungskosten	2.911,9	+ 107,0
Jahresfehlbetrag	3.005,3	- 3,4

Die Umsatzerlöse sowie die sonstigen betrieblichen Erträge und Zinsen sind im Jahr 2018 (im Vergleich zum Planansatz 2018) um TEUR 250,1 deutlich höher ausgefallen. Diese Erlössteigerungen resultieren im Wesentlichen aus der Durchführung von Veranstaltungen (TEUR + 53,2), aus Erlösen aus Anzeigenschaltungen in Printprodukten und aus weiteren Marketingkooperationen (TEUR + 80,7), aus Provisionserlösen der Dauerkartenpersonalisierungen bzw. dem Verkauf von Tageskarten zur BUGA 2019 sowie aus den Teilnehmergebühren und dem Verkauf von touristischen Produkten (TEUR + 85,2).

Die Ausgaben für Material, sonstige betriebliche Aufwendungen und weitere Aufwendungen sind im Jahr 2018 (im Vergleich zum Planansatz 2018) um TEUR 139,7 angestiegen. Diese Ausgabensteigerungen resultieren im Wesentlichen aus dem Anstieg der Energiekosten (TEUR + 68,4), aus erhöhten Sicherheitskosten bei der Durchführung von Veranstaltungen und der Weihnachtsbeleuchtung (TEUR + 22,4), aus dem Einkauf von touristischen Reiseleistungen (TEUR +14,8) sowie aus Marketing- und Werbeerböten (TEUR + 12,3).

Die Personal- und Personalgestellungskosten betragen im Jahr 2018 insgesamt TEUR 2.911,9 und sind, im Vergleich zum Planansatz 2018, um TEUR 107,0 höher ausgefallen. Ursächlich hierfür sind neben der gestiegenen Mitarbeiterzahl im Jahr 2018 die linearen Gehaltssteigerungen aus dem Tarifabschluss nach TVöD zum 1. März 2018. Die Personalaufwendungen für durchschnittlich 61 beschäftigte Mitarbeiter (Vorjahr 60) stellen mit TEUR 2.911,9 (= 48,9 %) den größten Aufwandsposten im Jahr 2018 dar (Vorjahr TEUR 2.772,2 = 48,4 %). Die Personalkostenquote im Verhältnis zu den Gesamterlösen liegt im Jahr 2018 bei 98,7 % und somit, im Vergleich zum Vorjahr (99,6 %), geringfügig um 0,9 %-Punkte niedriger.

Die Ertragslage ist unverändert geprägt durch die Umsatzerlöse, die die Gesellschaft aus der Vermietungstätigkeit, aus der Durchführung von Festen, Märkten und Veranstaltungen, aus dem Vertrieb touristischer Produkte und dem Ticketverkauf sowie aus Marketingaktivitäten erzielt. Analog der Umsatzentwicklung stehen die betrieblichen Aufwendungen aus dem Geschäftsbetrieb sowie Personal- und Personalgestellungskosten entgegen.

2. WIRTSCHAFTSBERICHT

2.2.2. Finanzlage

Die Finanzlage der Gesellschaft entwickelte sich im Geschäftsjahr 2018 wie folgt:

in TEUR	2018	2017
Finanzmittelfonds Jahresanfang	1.010	924
+ Cashflow aus		
• laufender Geschäftstätigkeit	-2.688	-2.803
• Investitionstätigkeit	-33	-29
• Finanzierungstätigkeit	2.996	2.918
Finanzmittelfonds Jahresende	1.285	1.010

Der Finanzmittelfonds zum Bilanzstichtag besteht entsprechend DRS 21 aus den bilanzierten flüssigen Mitteln in Höhe von TEUR 1.285.

Die Liquiditätslage der Gesellschaft ist aufgrund der unterjährigen Einzahlungen des Gesellschafters Stadt Heilbronn auf den zu erwartenden Verlust sowie die nach § 4 des Gesellschaftsvertrages vom 17. Dezember 2014 festgesetzte vollständige Verlustausgleichsverpflichtung aller Gesellschafter gesichert.

Die Gesellschaft war und ist dementsprechend stets in der Lage, ihren finanziellen Verpflichtungen nachzukommen.

2.2.3. Vermögenslage

Das Anlagevermögen der Gesellschaft beläuft sich zum 31. Dezember 2018 auf TEUR 101 (Vorjahr: TEUR 97) und stellt 5,7 % des Gesamtvermögens dar. Es setzt sich aus den immateriellen Vermögensgegenständen (TEUR 15) und den Sachanlagen (TEUR 86) zusammen. Investitionen im Geschäftsjahr 2018 von TEUR 33 stehen Abschreibungen von TEUR 28 gegenüber.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die sonstigen Vermögensgegenstände stehen zum Bilanzstichtag mit TEUR 342 zu Buche (Vorjahr: TEUR 164). Dies entspricht einem Anteil in Höhe von 19,1 % des Gesamtvermögens und einem Anstieg im Vergleich zum Vorjahr um 209,0 %. Ursächlich für den Anstieg ist in erster Linie die Mittelabwicklung des Kartenvorverkaufs für die Bundesgartenschau Heilbronn.

Der Bestand der flüssigen Mittel beläuft sich zum Bilanzstichtag auf TEUR 1.285 und liegt damit um TEUR 275 über dem Vorjahresniveau. Der Anstieg ist insbesondere durch die vereinnahmten und noch nicht weitergeleiteten Gelder aus dem Kartenverkauf für die Bundesgartenschau an die BUGA Heilbronn 2019 GmbH begründet. Der Bestand an flüssigen Mitteln macht mit 71,8 % den größten Teil des Gesamtvermögens aus.

Das Eigenkapital beträgt zum Bilanzstichtag aufgrund der im Gesellschaftsvertrag geregelten Verlustübernahmeverpflichtung der Gesellschafter unverändert TEUR 50.

2.3. Finanzielle und nicht finanzielle

Leistungsindikatoren

2.3.1. Finanzierungsmittel und Finanzierungsbedarf

Die Finanzierungsmittel 2018 setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	Jahr 2018
Einlagen Gesellschafter Stadt Heilbronn	2.989,2
Einlagen sonstige Gesellschafter	19,5
Summe Finanzierungsmittel	3.008,7

2.3.2. Leistungsdaten Tourismus und Veranstaltungen

Leistungsdaten	Jahr 2018	Jahr 2017
Übernachtungen	338.296	341.102
Gästekünfte	174.884	174.456
Bettenauslastung	51,1 %	50,1 %
Schlafgelegenheiten (Betten)	1.871	1.929
Ø-liche Aufenthaltsdauer	1,9 Tage	2,0 Tage
Teilnehmer an Stadtführungen	13.398	11.286
Teilnehmer an Reiseprogrammen	3.438	3.404
Fahrgäste Hop-On-Hop-Off-Bus	6.525	3.926
Teilnehmer beim Trollinger Marathon	7.661	7.655
Teilnehmer beim STIMME Firmenlauf	8.276	7.706
Veranstaltungsbesucher Harmonie	136.513	162.490
Veranstaltungsbesucher Bürgerhaus Böckingen	14.789	16.330
Veranstaltungsbesucher Schießhaus	1.846	1.751
Kundenbesuche Tourist-Information	82.273	68.178
Zugriffe auf HMG-Homepage	256.059	345.128
Facebook-Abonnenten	24.236	19.677

2.4. Gesamtaussage

Die Gesellschaft ist aufgrund des Gesellschaftszwecks und der damit verbundenen Aufgaben auf Dauer auf einen zu erwartenden defizitären Geschäftsbetrieb ausgerichtet. Aus dem im Gesellschaftsvertrag vom 17. Dezember 2014 in § 2 festgeschriebenen Zweck und dem Gegenstand der Gesellschaft ist ein Jahresfehlbetrag vorgegeben. Die von der Gesellschaft erzielten Umsatzerlöse und sonstigen betrieblichen Erträge sind in der Höhe nicht ausreichend, um die Aufwendungen, die aufgrund des Zwecks und Gegenstands der Gesellschaft anfallen, zu decken. Der Jahresfehlbetrag wird durch die Gesellschafter nach § 4 des Gesellschaftsvertrags vom 17. Dezember 2014 wie folgt getragen:

- bis TEUR 50: entsprechend den Beteiligungsverhältnissen von allen Gesellschaftern
- mehr als TEUR 50: zusätzlich von der Stadt Heilbronn

3. PROGNOSEBERICHT

Der Schwerpunkt in der Tätigkeit 2019 liegt in der Organisation und Durchführung der Feste, Märkte und handelsrelevanten Events sowie der Sonderveranstaltungen, die von der Gesellschaft organisiert werden oder an der die Gesellschaft als Kooperationspartner beteiligt ist. Die Erlöse und die Aufwendungen zur Durchführung dieser Veranstaltungen sind im Wirtschaftsplan 2019 enthalten und bergen insofern kein besonderes finanzielles Risiko, sollten die Sicherheitsauflagen bei Festen, Märkten und Sonderveranstaltungen durch die Genehmigungsbehörden nicht noch weiter verschärft werden. Gegebenenfalls daraus resultierende Kostenerhöhungen sind im Wirtschaftsplan 2019 ansatzweise berücksichtigt.

Aus der Verpachtung der Theresienwiese im Zeitraum 1. April bis 10. Oktober 2019 an die Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH entstehen im Jahr 2019 geringere Erlöse aus der Vermietung, die im Wirtschaftsplan 2019 vollumfänglich berücksichtigt sind. Die Durchführung des Heilbronner Volksfestes ist pachtvertraglich gesichert. Der Betrieb der Veranstaltungsstätten Harmonie, Bürgerhaus Böckingen, Alte Kelter Sontheim und Schießhaus birgt auf der Aufwandsseite insofern ein Risiko, als dass ein zu erwartender Anstieg der Energiekosten zu höheren Belastungen führen könnte, die im Wirtschaftsplan 2019 zwar im Planwert berücksichtigt, aber in ihrer letztendlichen Höhe noch nicht abzusehen sind.

Die Erlöse aus der Vermietung der Veranstaltungsstätten werden in Höhe des Planwerts aus dem Wirtschaftsplan 2019 aller Voraussicht nach vollumfänglich erzielt werden können.

Beim Ausblick auf die weitere Entwicklung der Tourismuskennzahlen wird, bedingt durch die Neueröffnung weiterer Beherbergungsbetriebe im Jahr 2019 und die erwartete Zahl an Besuchern der Bundesgartenschau 2019, ein deutlicher Anstieg der Gästekünfte und Gästeübernachtungen im Jahr 2019 erwartet.

Zur Bundesgartenschau 2019 in Heilbronn wird die Gesellschaft zum einen die Öffnungszeiten der Tourist-Information verlängern, zum anderen zwei Info-Points am Eingang zur Bundesgartenschau betreiben. Die dafür erforderlichen Personalstellen und höheren Personalaufwendungen sind vollumfänglich im Wirtschaftsplan 2019 eingestellt.

Ausrichtung und Ziele für das Geschäftsjahr 2019:

- die Marke Heilbronn weiter mit Leben erfüllen und sympathisch erlebbar machen
- Vermarktung und Verkauf der touristischen Produkte – insbesondere für Busreisegruppen und Besucher der Bundesgartenschau 2019
- Synergien zwischen der Gesellschaft und Handel/ Gastronomie nutzen
- Vorbereitung „Neckarfest 2.0“ für das Jahr 2020
- weitere Gewinnung von Sponsoren und Partnern
- die „Stadt im Aufbruch“ über die Grenzen hinaus platzieren
- die BUGA Heilbronn 2019 touristisch und für das Image der Stadt positiv nutzen
- Positionierung der Gesellschaft als zentrale Service- und Vermarktungsstelle der Stadt Heilbronn.

Der genehmigte Wirtschaftsplan 2019/2020 gibt der Gesellschaft Planungssicherheit in der Finanz- und Vermögensplanung für das Jahr 2019 und weist einen Jahresfehlbetrag in Höhe von TEUR 3.941,0 aus. Mit der Genehmigung des Wirtschaftsplans 2019/2020 ist für die Gesellschaft mittelfristige Planungssicherheit in der Finanz- und Vermögensplanung gegeben, da der Wirtschaftsplan 2019/2020 bis in das Jahr 2023 reicht und im Wesentlichen alle Risiken aus den im Gesellschaftsvertrag festgeschriebenen Zielen und Zwecken der Gesellschaft abdeckt.

4. CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

4.1. Chancenbericht

Der im Wirtschaftsplan 2019/2020 ausgewiesene Jahresfehlbetrag für das Geschäftsjahr 2019 in Höhe von TEUR 3.941,0 wird, gemäß dem Gesellschaftsvertrag, von den Gesellschaftern getragen. Der Jahresfehlbetrag 2019 wird auch durch die wirtschaftliche Betätigung der Gesellschaft in der Durchführung von Messen, Festen und Märkten sowie der Vermarktung von Werbeflächen zur bestmöglichen Finanzierung der Aufgaben aller Voraussicht nach auf Dauer nicht nachhaltig reduziert werden können. Folglich sehen wir auf Grund des Gesellschaftszwecks und der Erlössituation der Gesellschaft keine besonderen Chancen.

Die Gesellschaft wird dennoch bestrebt sein, durch geeignete Maßnahmen die Erlössituation nachhaltig zu verbessern und die Aufwendungen aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit durch solides Wirtschaften nachhaltig zu begrenzen.

4.2. Risikobericht

Ziel des Risikomanagementsystems ist die Erkennung, Bewertung und Steuerung der wesentlichen Risiken, um den Fortbestand der Gesellschaft sicherzustellen.

Die Elemente des Risikomanagementsystems bei der Gesellschaft bestehen im Wesentlichen aus der strategischen und operativen Planung der Kostenrechnung.

Das monatliche Berichtswesen liefert umfangreiche und aktuelle Informationen über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage und damit die wirtschaftliche Situation der Gesellschaft. Das implementierte Risikomanagementsystem ermöglicht die frühzeitige Erkennung von Risiken, die den Bestand des Unternehmens gefährden können.

Demnach bestehen im Geschäftsjahr 2019 keine bestandsgefährdenden Risiken, sofern die Gesellschafter auch künftig ihre Verpflichtungen nach dem Gesellschaftsvertrag zur Übernahme des Jahresfehlbetrags erfüllen. Anhaltspunkte, dass dies nicht der Fall sein könnte, liegen der Gesellschaft nicht vor und sind auch nicht erkennbar. Zweifel an der Fortführung der Gesellschaft bestehen somit nicht. Risiken für das Umlauf- und Anlagevermögen der Gesellschaft waren im abgelaufenen Geschäftsjahr 2018 keine gegeben und bestehen auch für das laufende Geschäftsjahr 2019 nicht.

Aus dem im Gesellschaftsvertrag festgeschriebenen Zweck und Gegenstand der Gesellschaft wird auch auf absehbare Zeit kein ausgeglichenes Ergebnis zu erwarten sein bzw. werden keine Gewinne erwirtschaftet werden können.

Die Personal- und Personalgestellungskosten stellen auch im Jahr 2019 den größten Aufwandsposten dar. Der Abschluss eines neuen Tarifvertrags für den öffentlichen Dienst (TVöD) mit einer Laufzeit bis 31. Juli 2020 gibt der Gesellschaft hohe Planungssicherheit bei den im Wirtschaftsplan 2019 eingestellten Finanzmitteln für Personal- und Personalgestellungskosten.

Im Wirtschaftsplan 2019 ist ein Risikokapital an Sponsoring-erlösen aus Unternehmenskooperationen in Höhe von TEUR 200,0 einkalkuliert, das derzeitigem Kenntnisstand nach nicht vollumfänglich erzielt werden kann.

Insofern ist ein Risiko im Wirtschaftsplan 2019 in der Erzielung der prognostizierten Erlöse aus Sponsoring gegeben mit der Folge, dass ein höherer, als im Wirtschaftsplan 2019, ausgewiesener Jahresfehlbetrag entstehen könnte, der gemäß § 4 des Gesellschaftsvertrages vom 17. Dezember 2014 vom Gesellschafter Stadt Heilbronn zusätzlich zu dem im Wirtschaftsplan 2019 ausgewiesenen Anteil am Jahresfehlbetrag in Höhe von TEUR 3.921,5 zu übernehmen wäre.

5. RISIKOBERICHT BEZÜGLICH FINANZINSTRUMENTE

Finanzinstrumente werden von der Gesellschaft nicht verwendet. Insofern können hieraus keine besonderen Risiken abgeleitet werden.

Heilbronn, den 20. März 2019

gez.

Steffen Schoch

Geschäftsführer

Bericht der Geschäftsbereiche

VORBEMERKUNG

Die Heilbronn Marketing GmbH (HMG) setzte auch im Berichtsjahr den in den Vorjahren eingeschlagenen Weg konsequent fort. Die Optimierung effizienter Strukturen und Abläufe in allen Geschäftsbereichen, die Einrichtung eines DSGVO-konformen CRM-Systems und der Einsatz gängiger Controllingtools zur Projektsteuerung verbunden mit umfangreichen Personalschulungsmaßnahmen – insbesondere auch zur inhaltlichen Vorbereitung auf die Bundesgartenschau – sind die Grundlage unserer erfolgreichen Arbeit. Die Heilbronn Marketing GmbH hat sich als zentrale Service- und Vermarktungsstelle der Stadt Heilbronn etabliert.

Die Marke Heilbronn mit ihren Bausteinen „in Bildung und Wissenstransfer führend“ (bildungsstark), „Wirtschaft und Innovation vorantreibend“ (wirtschaftsstark), „Gemeinschaft und Familie fördernd“ (aufgeschlossen) sowie „Kultur und Natur genießend“ (lebensfroh) mit Leben zu füllen und emotional erlebbar zu machen, das ist die Hauptaufgabe der HMG. Die „Stadt im Aufbruch“ über die Grenzen hinaus zu positionieren, die innerstädtische Aufenthaltsqualität zu verbessern und die Chancen der Bundesgartenschau und der neuen experimenta zu nutzen, um damit das Profil einer der derzeit dynamischsten Städte in Deutschland weiter zu schärfen, das sind die zentralen Elemente im Rahmen der Umsetzung des vom Aufsichtsrat im Oktober 2015 verabschiedeten Konzepts „Strategiepapier Heilbronn Marketing 2016-2020“.

Mit Beginn des Jahres 2018 trat die Heilbronn Marketing neben der Stadt Heilbronn erstmals im neuen „HN-Erscheinungsbild“ auf. Für sämtliche Events wurden starke Keyvisuals entwickelt und eine grafische Verbindung zum Handel geschaffen. Neu geschaffene Veranstaltungsformate wie der Abendmarkt und der Weinsommer haben sich schnell etabliert und das Thema „Wein“ in der ältesten Weinstadt Württembergs gut kommuniziert. Traditionsveranstaltungen wie der Pferdemarkt oder das Weindorf wurden weiterentwickelt und richten sich zunehmend auch an eine jüngere Zielgruppe. Mit dem „Heilbronner Lichterzauber“ konnte ein besonders stimmungsvoller Rahmen für ein Nightshopping geschaffen werden.

Im Geschäftsbereich City-Management sind vielfältige Aktivitäten zur Förderung des Handels angesiedelt. Neben der Mitarbeit bei der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzepts und

des Masterplans Innenstadt, den gemeinsamen Sprechstunden mit dem Wirtschaftsbürgermeister, sowie der Umsetzung eines Shopping- und Gastroguides, sind insbesondere die umfangreichen Maßnahmen zur Vernetzung der Innenstadt mit der Bundesgartenschau in diesem Geschäftsbereich angesiedelt. Eng eingebunden ist das City Management auch in die Konzeption des Forum Heilbronn als Repräsentanz der Stadt Heilbronn auf dem Gelände der Bundesgartenschau Heilbronn.

Die thematische Schärfung und der Verkauf der touristischen Produkte – insbesondere für Gruppen – wurden weiter forciert. Durch die enge Zusammenarbeit mit der Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH hat die HMG Kontakt zu sämtlichen relevanten Bus- und Gruppenreiseveranstaltern im deutschsprachigen Raum bekommen, welche auch zukünftig Heilbronn anfahren sollen. Touristisch geprägt war das Jahr 2018 aber vor allem von der Einrichtung eines neuen Online-Tools zur Buchung und Verwaltung der Gästeführungen und vom Aufbau und der Schulung des inzwischen rund 70-köpfigen Gästeführerteams, das sämtliche Gästeführungen auf dem Buga-Gelände und in der Innenstadt durchführt. Weiter wurde das Team in der Tourist-Information und an den Buga-Infopoints personell verstärkt und geschult, um während der Buga die Öffnungszeiten an sieben Tagen der Woche abdecken zu können.

Die Veranstaltungsstätten blieben in der Belegstatistik im Wesentlichen stabil, obwohl es durch den Neubau des Parkhotels zu Beeinträchtigungen gekommen war.

STABSBEREICH MARKETING

Werbung und Marketing

Die zentralen Printmedien der Heilbronn Marketing GmbH wurden im neuen Erscheinungsbild rechtzeitig zum Jahresauftakt-pressesgespräch und zum Start der touristischen Messen realisiert. Die Keyvisuals für sämtliche Events wurden fertiggestellt und kommunikative und grafische Verknüpfungen mit dem Handel geschaffen. Überall erfahren wir sehr positiven Zuspruch auf die neu erarbeiteten Medien. In enger Abstimmung mit der Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH wurden diese nach international gängigen touristischen Standards aufbereitet und Synergien in der Akquise und Gestaltung genutzt.

Folgende Print-Medien wurden im Jahr 2018 erarbeitet bzw. veröffentlicht:

- Reiseangebote Heilbronn (Broschüre A4)
- Erlebnisplaner (Broschüre A4)
- Eventlocations und Konferenzräume (Broschüre A4)
- Unterkunftsverzeichnis (Broschüre A4)
- Veranstaltungskalender Heilbronn erleben (Broschüre A4+)
- Shopping- und Gastroguide Heilbronn (Broschüre A5+)
- Weinerlebnisse Heilbronn (Broschüre DINlang)
- Stadtführungen Heilbronn (Broschüre DINlang)
- Weinbau und Weingenuß (Flyer DIN lang)
- Stadtführungen (Flyer DIN lang)
- Familien und Kinder (Flyer DIN lang)
- Kunst und Kultur (Flyer DIN lang)
- Käthchen von Heilbronn in Dt., Engl., Frz. (Flyer DINlang)
- Abreißstadtplan Heilbronn für Hotels und Handel (A3)
- diverse Postkarten mit H ... N-Sprüchen
- Infokarten mit Events an und auf dem Neckar und Innenstadt
- Programmhefte Events (DINlang)



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Im Jahr 2018 wurde konsequent weiter am Ziel der Ausweitung der Öffentlichkeitsarbeit über die Grenzen der Region hinaus gearbeitet. Gemeinsam mit der Bundesgartenschau wurde dafür mit Zimpel das führende Adressdaten-Portal für Journalistenkontakte genutzt. Veranstaltungen und Themen, die überregional relevant sind, konnten so gezielt an die richtigen Kontakte zugestellt werden. Die Ansprache von Journalisten, Bloggern, die Ausarbeitung, bzw. das Angebot von Presseereisen sowie Themenvorschläge an die Fachpresse waren hier Teil der Strategie.

Nach der Einführung des neuen Corporate Designs im Juli 2017, das eine neue Bildsprache vorschreibt, ist der Ausbau und die Modernisierung des Presse-Bildarchivs ein kontinuierlicher Prozess, der auch weiterhin fortgesetzt werden wird.

Der klassische PR-Bereich, wie der Versand von Pressemitteilungen, die Durchführung von Pressekonferenzen, das Bearbeiten von Bildanfragen, die redaktionelle Begleitung eigener Veran-

staltungen oder die Bewerbung touristischer Angebote wurde weiter professionalisiert. Diverse Medienprojekte in der Stadt sowie die Begleitung und Betreuung von Reisebloggern wurden gemeinsam mit der Pressestelle sowie der Bundesgartenschau und der experimenta koordiniert. So konnte auch überregional größtmögliche Aufmerksamkeit für die Stadt Heilbronn erzeugt werden.

In Kooperation mit touristischen Partnern wie der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg oder der Touristikgemeinschaft Heilbronner Land wurde die Pressearbeit national und international (Schweiz und Frankreich) weiter ausgebaut.

Gemeinsam mit den Partnern Bundesgartenschau, experimenta, Dieter Schwarz Stiftung und Stadtsiedlung haben die Heilbronn Marketing und die Pressestelle der Stadt Heilbronn eine 16-seitige Sonderbeilage „Heilbronn – Die Stadt voller Energie“ vorbereitet, welche am 25. Mai 2019 in einer Auflage von rund 2 Millionen allen Tageszeitungen im Umkreis von ca. 200 km um Heilbronn beigelegt ist.

Erstmals ist es gelungen, mit dem renommierten Verlag Gräfe und Unzer einen Reiseführer der Marke MERIAN live! zu produzieren und bundesweit über den Handel zu vertreiben.

Internet und Social Media

Zum Jahresende konnte in Zusammenarbeit mit der Pressestelle der Stadt Heilbronn der gemeinsame Internetauftritt unter der Domain www.heilbronn.de realisiert werden. Dieser verknüpft die städtischen Themen mit denen der HMG und ist mit seinem responsiven Webdesign auf allen Endgeräten darstellbar. Zentrales Element ist ein Online-Veranstaltungskalender, auf dem sukzessive sämtliche Heilbronner Kulturinstitute, Ämter, Konzertveranstalter und Anbieter von Sportevents über dezentrale Zugänge und die Möglichkeit dezentraler Datenpflege ihre Angebote platzieren können. Mit Anbietern wie dem Theater Heilbronn und der VHS sollen aufgrund der Datenfülle Schnittstellen zu bestehenden Datenbanken geschaffen werden.

Die crossmediale Arbeit im Bereich Social Media über die Kanäle Facebook, Instagram, YouTube, Twitter und LinkedIn sind zum festen Bestandteil unserer Kommunikation geworden und im Vergleich zu anderen Städten vergleichbarer Größe vorbildlich. Hervorzuheben ist die Erstellung einer überarbeiteten Version des Image-Films der Stadt Heilbronn, der auf dem Kanal Youtube in wenigen Monaten fast 1.500 Mal angesehen wurde. Weiterhin hat sich die Interaktionsrate auf Facebook weiterhin sehr positiv entwickelt und bindet regelmäßig mehr als 100.000 Menschen pro Woche in die Kommunikation mit ein.

GESCHÄFTSBEREICH EVENT



Eine der zentralen Aufgaben der Heilbronn Marketing GmbH ist die Frequenzsteigerung und das Aufzeigen der Leistungsfähigkeit von Handel und Gastronomie in der Innenstadt. Dies geschieht insbesondere mit der Konzeption und Durchführung von identitätsstiftenden Veranstaltungen, welche auch zur Markenkommunikation verwendet werden.

Insgesamt betreut die HMG rund 25 Veranstaltungsformate an über 120 Veranstaltungstagen im Jahr und zieht dadurch rund 1,6 Millionen Menschen jährlich in die Innenstadt.

- Trotz klirrender Kälte zog der **Heilbronner Pferdemarkt** im Februar rund 150.000 Gäste nach Heilbronn.
- Das erste Nightshopping startete mit dem neuen Format „**Heilbronner Lichterzauber**“. An vielen Orten in der City gab es an diesem Abend Konzerte. Die Heilbronner Händler setzen mit leuchtenden Kegeln Akzente in der Innenstadt. Die Kirchen begleiteten diese Aktion.
- Bei der 24. **Heilbronner Käthchenwahl** wurde Jasmin Heydt zusammen mit ihren drei Stellvertreterinnen vor 400 Ehrengästen unter der Pyramide in der Sparkasse Heilbronn zum Käthchen gewählt.
- Der zweimal jährlich an der Neckarmeile stattfindende **Deutsch-Holländische Stoffmarkt** lockte mit rund 100 Ständen Besucher aus der gesamten Region an den Neckar.

- Zum 18. **Heilbronner Trollinger Marathon** hatten sich 7.661 Läufer (Marathon, Halbmarathon, Staffelmartathon, Nordic Walking, Kinder-, Jugend- und Schülerläufe) angemeldet. 6.533 Läufer gingen an den Start und 6.420 erreichten das Ziel im Frankenstadion, was einer Finisherquote von 98 % entspricht.
- Zum „Mekka der Sammelleidenschaften“ mit 200 Händlern hat sich der **Heilbronner Cityflohmarkt** entwickelt, der auch den stationären Einzelhandel einbindet.
- Die von insgesamt 9.500 Gästen besuchten **Heilbronner Gartenträume** verzeichneten 30 % mehr Ausstellernmeldungen und fanden ergänzend zum Außenbereich rund um Bollwerksturm und Neckarbühne erstmals auch in der nahegelegenen Eishalle statt.
- Mit 6.000 Besuchern kamen fast doppelt so viele wie im Vorjahr zum 62. **Heilbronner Kinderfest** im Wertwiesenspark. Mit den profilierenden Themen „Technik und Wissenschaft“ und „gesunde Ernährung“ erreichten wir unsere Zielgruppen besser als in den Vorjahren.
- Beim 10. **STIMME Firmenlauf** und 7.584 angemeldeten Läuferinnen und Läufern aus 422 Unternehmen platzte die Innenstadt am Donnerstagabend vor Beginn der Sommerferien aus allen Nähten.
- Die Bruthitze verhegelte die **Heilbronner-Volksfest-Bilanz**. Laut Veranstalter kamen rund 20 % weniger Besucher als in den Vorjahren auf die Theresienwiese.

GESCHÄFTSBEREICH EVENT

- **Abendmarkt** und **Weinsommer** haben sich mit jeweils 500 bis 1.500 Besucher je Veranstaltungstag sowohl auf dem Marktplatz als auch auf der Neckarbühne gut etabliert.
- Der **Italienische Markt** Ende August wurde erstmals in Kooperation mit der Italienischen Außenhandelskammer für Deutschland (ITKAM) in Verbindung mit der internationalen Kampagne „True Italian Taste“ durchgeführt und lockte überregional Gäste auf den Kiliansplatz.
- Das **Heilbronner Weindorf** 2018 war eines der herausragenden der vergangenen 20 Jahre. Die Weiterentwicklung mit der neuen Marke „Weindorf mit Herz“ und die Studenten- und Familientage kamen bei den rund 250.000 Besuchern gut an.
- In Verbindung mit der Einweihung der neuen Tafeln am Wein Panorama Weg und der Sitzbank Mamuschka der Künstlerin Ingrid Jäger war das **Weinlesefest** am Wartberg bei Heilbronnern und Auswärtigen ein gleichermaßen beliebter Termin.
- Durch intensive Bemühungen ist es gelungen, beim **Heilbronner Hafenmarkt** knapp 40 Töpfer zu akquirieren, welche mit dem Absatz sehr zufrieden waren.
- Rund 30.000 Besucher kamen zu **Jazz & Einkauf**, dem bedeutendsten und weit über den Stadt- und Landkreis Heilbronn hinaus strahlenden Handelsevent mit ergänzendem verkaufsoffenen Sonntag.
- Viel Lob gab es für die wirkungsvoll inszenierte Weihnachtsbeleuchtung in der Innenstadt und den gut besuchten **Heilbronner Weihnachtsmarkt**, zu dem auch neue Besucher akquiriert und optische Veränderungen umgesetzt wurden.
- Der **Heilbronner Weihnachtscircus** wurde von über 80.000 Menschen besucht und bei der Benefizgala wurde die 400.000-Euro-Spendengrenze geknackt.
- Erfreulich war zum Jahresabschluss die von über 700 tanzbegeisterten Gäste besuchte **Silvester-Gala** in der Harmonie, die sich zunehmend verjüngt und sich zum gesellschaftlichen Ereignis entwickelt.

GESCHÄFTSBEREICH CITY MANAGEMENT

Als fester und verlässlicher Ansprechpartner für den Einzelhandel vernetzt das City Management die vielfältigen Interessen aller Akteure und ist eine bedeutende Schnittstelle zwischen Verwaltung, Politik, Gastronomie und Handel. Wir setzen uns intensiv damit auseinander, was Heilbronn ausmacht und wie wir die Vorteile an Bürger und Besucher der Stadt sowie an die Einzelhändler und andere Unternehmen in der Innenstadt vermitteln können. Dabei ist unser primäres Ziel, die Innenstadt zu beleben.

In diesem Zusammenhang ist das City Management in nachfolgenden Arbeitskreisen und Projektgruppen persönlich und teilweise informativ eingebunden:

- ALB IV (Amtsleiter Bauverwaltung)
- „Fit für die BUGA“ (IHK Infoveranstaltungen und Workshops)
- AK Handel (derzeit ausgesetzt wegen Masterplan-Meetings)
- Lenkungsgruppe Masterplan Innenstadt
- AK Fußgänger- und Radverkehr
- AK Miteinander in der City
- Projekt „Bewusst am Fluss“
- Bewerbung „Digitale Zukunftskommune“
- Große Kulturrunde
- Kulturkonzeption Heilbronn
- Runder Tisch der Hochschulen

Um das Einzelhandels- und Gastronomieangebot Heilbronns sichtbarer zu machen hat das City Management einen Shopping- und Gastroguide konzipiert und umgesetzt. Mit neuem Namen, frischem Design und vielen attraktiven Inhalten, kundenorientiert und übersichtlich regt er Besucher und Bürger gleichermaßen an, die Stadt (neu) zu entdecken und ist auch digital verfügbar.

Eng eingebunden war das City Management in die Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzept, welches der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dient. Es zeigt Entwicklungsräume auf und lenkt den Einzelhandel auf definierte Gebiete in der Stadt. Die Instrumentarien des in dem Märkte- und Zentrenkonzept integrierten Sortiments- und Standortkonzepts haben sich als wirkungsvoll erwiesen und wurden aktualisiert.

Als Teil der Lenkungsgruppe war das City Management zudem in der Erstellung des Masterplans Innenstadt aktiv, für den in 2018 über 30 Experteninterviews, fünf Workshops mit zirka 150 Experten, und ausführliche Passanten-Befragungen in der Innenstadt durchgeführt wurden.



GESCHÄFTSBEREICH TOURISMUS

Zusammen mit unseren Partnern wurden die Ideen zur Vernetzung von Bundesgartenschauelände und Innenstadt umgesetzt (Transportsysteme, Leitsysteme, florale Achse und Pflanzprojekte, Medien, Bonussysteme, Forum Heilbronn, Taxi-Werbung).

Als Serviceleistung für die Innenstadtkunden hat das City Management an den Adventssamstagen einen Paketbus organisiert. Wer die schweren Weihnachtseinkäufe nicht mehr tragen konnte, hatte die Möglichkeit diese in der „Geschenke-Garderobe“ auf Höhe des Wollhauses abgeben. Der Service war für Innenstadtbesucher kostenlos.

Nicht gelungen ist die Umsetzung von Pop-Up-Stores in leerstehenden Läden in der Heilbronner Innenstadt aufgrund der fehlenden Motivation der Hausbesitzer.

Reiseangebote

Als Konsequenz des Markenprozesses des Stadt Heilbronn wurden auch die touristischen Angebote zielgruppenorientiert geschärft und weiterentwickelt. Schwerpunkte in der ältesten Weinstadt Württembergs inmitten der größten deutschen Rotweinregion sind weiterhin die Angebote zu den Themen „Wein“ und „Neckar/Landschaft“. Die Themen „Architektur/Städtebau“ und „Bundesgartenschau“ wurden ebenso aufgenommen wie auch Stadtführungen im Kanu, auf dem Fahrrad, mit Segways und Trikes. Die bedeutenden historischen Gebäude wie Kilianskirche, Rathaus, Käthchenhaus und Deutschhof sind Standards - vorbereitet wurden Produkte, welche das Science-Center experimenta für Familien und für Genießer touristisch vermarkten sollen. Damit soll ergänzend insbesondere eine jüngere Zielgruppe angesprochen werden.

Touristischer Vertrieb

In eigener Regie und in Kooperation mit dem Paketanbieter STB-Reisen/GetYourGroup wurde das touristische Gruppenreisegeschäft weiter forciert. Potenzial hat aus unserer Sicht der Event- und Tagungsbereich auch in Verbindung mit der zukünftig zur Verfügung stehenden höheren Bettenkapazität. Derzeit ist die Hotelsituation in Heilbronn jedoch herausfordernd, da aufgrund des hohen Geschäftsreiseaufkommens unter der Woche oftmals für die Reisegruppen nicht die gewünschten Kapazitäten zu den gewünschten Preisen angeboten werden können und daher ins Umland ausweichen.



GESCHÄFTSBEREICH TOURISMUS

Tourist-Information Heilbronn

Als zentrale Anlauf- und Informationsstelle für Gäste und Bürger hat sich die Tourist-Information auch im Jahr 2018 als Vorverkaufs- und Personalisierungsstelle für die Dauerkarten der Bundesgartenschau bewährt. Noch nie in der Geschichte der Tourist-Information hatte das Team so viele Geschäftsvorfälle abzuwickeln. Bis zum Jahresende wurde hier der Großteil der zu diesem Zeitpunkt verkauften Dauerkarten personalisiert.

Seit Herbst ist in der Tourist-Information eine kleine Vinothek mit heimischen Weinen eingerichtet.

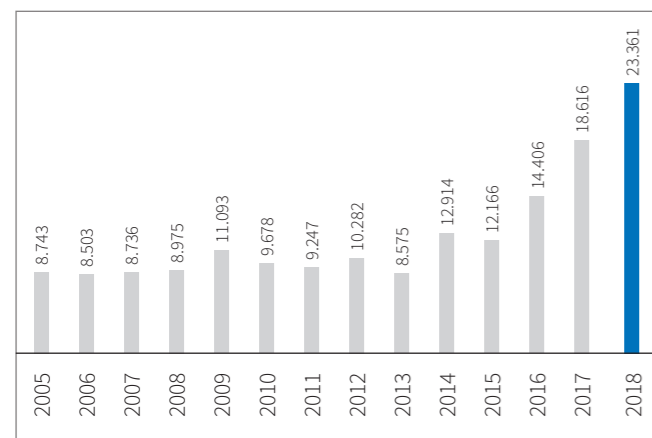
Der Deutsche Tourismusverband (DTV) hat die Tourist-Information der Heilbronn Marketing und sein engagiertes Team im Jahr 2018 erneut mit der „i-Marke“ ausgezeichnet.

Stadtführungen und Hop-On-Hop-Off-Bus

Die Anzahl der gebuchten Stadtführungen und Tagesprogramme ist mit 23.361 Teilnehmern (Vj.: 18.616) weiter gestiegen. Einen erheblichen Anteil hatten die gebuchten Fahrten im Hop-On-Hop-Off-Bus mit 6.525 Gästen.

Der Trend bei den Stadtführungen hin zu kleineren Gruppen hat sich fortgesetzt. Wenn man bedenkt, dass zusätzlich rund 15.000 Personen die Entwicklung der Bundesgartenschauabstelle bei ca. 150 Führungen beobachtet haben, dann waren mit knapp 38.000 Menschen noch nie so viele unterwegs, um sich Heilbronn anzuschauen.

Da sämtliche Gästeführungen auf dem BUGA-Gelände durch die Gästeführer der Heilbronn Marketing durchgeführt werden, haben wir das Team auf rund 70 Personen aufgestockt und in umfangreichen Vorbereitungsseminaren auf diese Aufgabe vorbereitet.



Teilnehmerentwicklung der Stadtführungen (ab 08/2017 inkl. Citytourbus)

Messen und Workshops

Die Heilbronn Marketing GmbH hat an folgenden Messen und Workshops teilgenommen:

- CMT Stuttgart 13. - 21. Januar 2018
- Präsentation beim Tag des Bustourismus auf der CMT Stuttgart 17. Januar 2018
- GROSS Reisemarkt Heilbronn 3./4. Februar 2018
- ITB Berlin 7.-11. März 2018
- RDA Friedrichshafen 10./11. April 2018
- RDA Köln 3./4. Juli 2018
- Regionaltag der Bürgerinitiative pro Region Heilbronn in Künzelsau 15. Juli 2018
- HESO Solothurn 21.-30. September 2018
- WBO-Tagung Heilbronn 24. Oktober 2018
- WBO-Jahrestagung Stuttgart 29./30. November 2018

In Kooperation mit der Bundesgartenschau bzw. deren Freundeskreis und der experimenta konnten Prospektauslagen auf zahlreichen weiteren Messen realisiert werden.



Tourismusstatistik 2018

Mit 338.296 Übernachtungen bei 174.884 Gästeankünften konnte für Heilbronn bei den Tourismuskennzahlen im Jahr 2018 das hohe Niveau der Vorjahre gehalten werden.

Gegenüber dem Vorjahr 2017, als 341.102 Übernachtungen mit 174.456 Gästen in Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen und sonstigen gewerblichen Betrieben realisiert wurden, war 2018 bei nochmals steigender Auslastung der Betten (2018 = 51,1 %; +1,0 % gegenüber Vj. 2017) und einer etwas sinkenden Aufenthaltsdauer von 1,9 Tagen (Vj.: 2,0) bei den Gästeübernachtungen

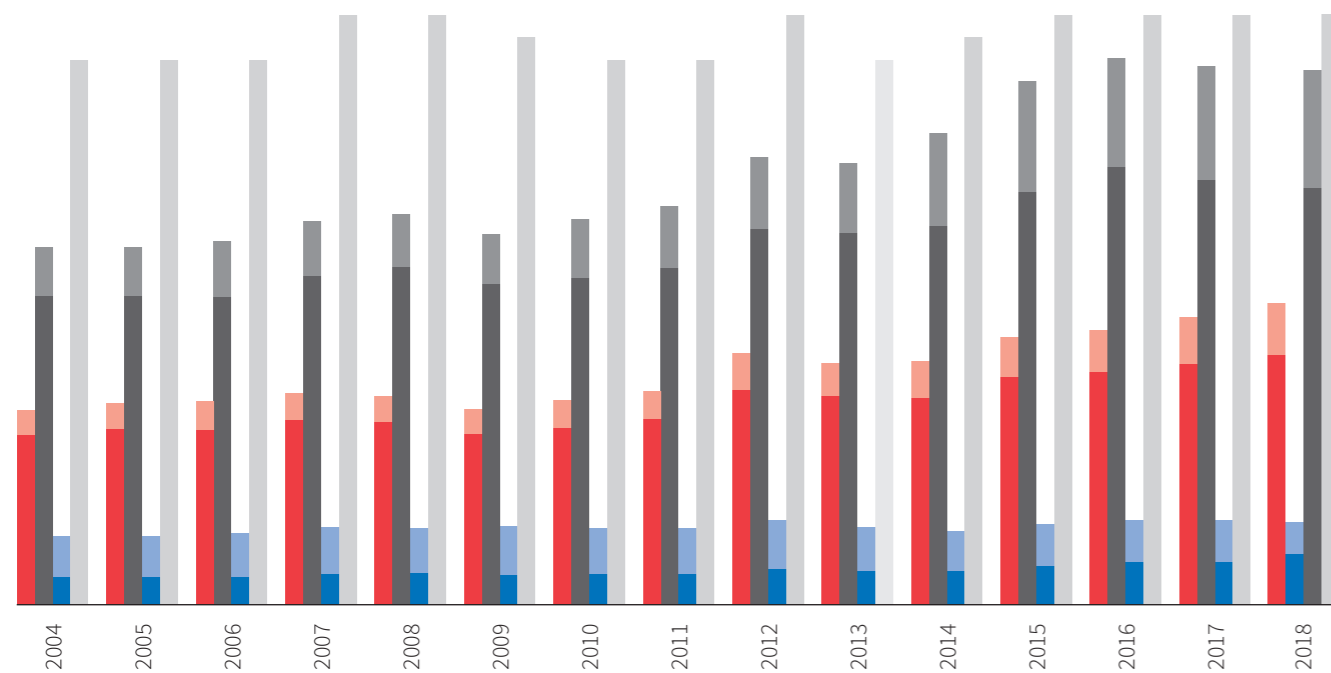
ein leichter Rückgang (absolut -2.806 Übernachtungen; prozentual -0,8 %) und bei den Gästeankünften ein leichter Zuwachs (absolut +428 Ankünfte, prozentual +0,2 %) zu verzeichnen. Der Anteil ausländischer Gästeankünfte ist um 0,3 % auf 29.536 gestiegen (Vj.: 29.460).

Im Jahr 2018 standen am Markt aufgrund von Renovierungsmaßnahmen durchschnittlich rund 300 Betten weniger zur Verfügung, was auch zu diesem leichten Rückgang der touristischen Leistungszahlen führte und die Notwendigkeit der derzeit im Bau befindlichen Bettenkapazitäten bestätigt.

Jahr	Ankünfte Heilbronn				Übernachtungen Heilbronn				Aufenthaltsdauer in Tagen	Ø-liche Bettenauslastung in %	Anzahl Betten	Anzahl Betriebe
	gesamt	Vergleich zum Vorjahr in %	Auslandsgäste	Vergleich zum Vorjahr in %	gesamt	Vergleich zum Vorjahr in %	Auslandsgäste	Vergleich zum Vorjahr in %				
2004	122.810	10,2	15.327	-2,0	226.636	9,3	31.258	-15,3	1,8	40,3	1.559	24
2005	127.461	3,8	16.175	5,5	226.631	0	30.929	-1,1	1,8	40,4	1.564	24
2006	128.462	0,8	17.795	10,0	230.313	1,6	35.796	15,7	1,8	38,9	1.646	24
2007	133.967	4,3	16.911	-5,0	242.985	5,5	34.938	-2,4	1,8	39,4	1.768	26
2008	132.236	-1,3	16.629	-1,7	247.026	1,7	33.230	-4,9	1,9	40,7	1.752	26
2009	123.794	-6,4	15.891	-4,4	234.463	-5,1	31.584	-5,0	1,9	38,1	1.787	25
2010	129.207	4,4	17.121	7,7	244.371	4,2	37.342	18,2	1,9	40,0	1.749	24
2011	135.653	5,0	18.332	7,1	251.971	3,1	38.666	3,5	1,9	40,0	1.753	24
2012	159.003	17,2	23.066	25,8	283.352	12,5	45.779	18,4	1,8	42,2	1.930	26
2013	152.900	-3,8	21.089	-8,6	279.907	-1,2	44.655	-2,5	1,8	43,6	1.766	24
2014	154.560	1,1	23.896	13,3	298.454	6,6	58.854	31,8	1,9	46,0	1.685	25
2015	169.738	9,8	25.860	8,2	331.716	11,1	70.590	19,9	2,0	47,9	1.836	26
2016	173.702	2,3	26.234	1,4	346.311	4,4	69.294	-1,8	2,2	50,4	1.928	26
2017	174.456	0,4	29.460	12,3	341.102	-1,5	72.299	4,3	2,0	50,1	1.929	26
2018	174.884	0,2	29.536	0,3	338.296	-0,8	69.497	-3,9	1,9	51,1	1.871	26

Entwicklung der touristischen Kennzahlen im 15-Jahres-Vergleich (Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Statistische Berichte Baden-Württemberg „Tourismus Baden-Württembergs im Kalenderjahr“ im jeweiligen Kalenderjahr)

GESCHÄFTSBEREICH TOURISMUS



Tourismusstatistik Heilbronn im 15-Jahres-Vergleich

■ Ankünfte ■ Übernachtungen ■ Ø-liche Auslastung ■ Anzahl Betriebe
■ Anteil Auslandsgäste ■ Anteil Auslandsgäste ■ Anzahl Betten

Mitgliedschaften der Gesellschaft und Gremienarbeit

Die Mitgliedschaften in touristisch ausgerichteten Vereinen, Verbänden, Arbeitskreisen und Organisationen eröffnen der Gesellschaft regionale, überregionale, nationale und internationale Vermarktungswege und Möglichkeiten zur Kooperation. Die Geschäftsführung ist mit Stimmrecht im Vorstand Die Burgenstraße e. V. und in der Touristikgemeinschaft HeilbronnerLand e.V. vertreten. Zudem ist die Gesellschaft in verschiedenen Gremien der Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH integriert.

Mitgliedschaften bei:

- E.V.V.C. – Europäischer Verband der Veranstaltungszentren e. V.
- Marketingkreis Städte der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW)
- Die Burgenstraße e. V.

- Touristikgemeinschaft HeilbronnerLand e. V. (über Stadt Heilbronn)
- gbk e. V. - Gütegemeinschaft Buskomfort (touristisches Mitglied)
- Koordinierungsstelle Wein & Tourismus Heilbronn
- Arbeitskreis Weintourismus Württemberg
- Arbeitskreise Neckartal-Radweg und Kocher-Jagst-Radweg
- Assoziiertes Mitglied im Aufsichtsrat Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH
- Beirat Planung und Programm Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH
- Beirat Presse, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH
- Beirat Web und Social Media Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH



GESCHÄFTSBEREICH INTERNE SERVICES

In Summe konnten die von der Gesellschaft betreuten Veranstaltungsstätten inklusive des Festplatzes Theresienwiese mindestens 600.000 Besucher bei rund 500 Veranstaltungen zählen. Damit sind die Auslastung und auch der Ertrag weiter gestiegen.

Konzert- und Kongresszentrum Harmonie

Mit 136.513 Besuchern (Vj.: 162.490) und 281 Veranstaltungen (Vj.: 288) hatte die Harmonie im vergangenen Jahr eine gleichbleibend gute Auslastung, allerdings bei weniger Besuchern insbesondere bei Events von Provinztour. Das Veranstaltungsportfolio im Maybach-Saal und im Heuss-Saal reichte von festlichen Bällen über Messen, Kongresse, Ausstellungen und Hauptversammlungen renommierter Unternehmen bis hin zu Konzerten nationaler und internationaler Künstler und Orchester wie z. B. dem Württembergischen Kammerorchester Heilbronn oder dem Heilbronner Sinfonie Orchester. Gastronomisch wird die Harmonie durch die Voltino-Gastronomie bewirtschaftet.

Die Gesellschaft ist über die Lenkungsgruppe Stadtgarten eng in die Planungsgespräche zum Hotelneubau und Stadtgarten eingebunden. Mit dem gastronomischen Pächter der Harmonie besteht eine enge Verzahnung, um schnell auf mögliche Beeinträchtigungen reagieren zu können.

Bürgerhaus Böckingen

Leicht rückläufig waren die Belegungszahlen im Bürgerhaus Böckingen mit 14.789 (VJ: 16.330) Besuchern und 151 (VJ: 160) Veranstaltungen. Es eignet sich als Stadtteilzentrum ideal zur Durchführung von Vereins- und Familienfeiern, Märkten, Seminaren, Prüfungen und Fachvorträgen. Gastronomisch wird das Bürgerhaus Böckingen durch den Gastronomen Klaus Möhle bewirtschaftet.

Schießhaus

Leicht steigend waren die Belegungszahlen mit 1.846 (VJ: 1.751) Besuchern und 30 (VJ: 27) Veranstaltungen. Das Schießhaus mit seinem Rokokosaal bildet den idealen Rahmen für klassische Konzerte, repräsentative Anlässe, Familienfeiern, Preisverleihungen, Seminare und Ausstellungen. Um die repräsentative Gesamtwirkung zu erhalten, wurde die Brunnenanlage vor dem Haupteingang abgebaut und die Sitzgelegenheiten erneuert.

Alte Kelter Sontheim

Die Alte Kelter Sontheim wurde bis März 2017 ausschließlich zur Unterbringung von Flüchtlingen genutzt. Seit dem Rückbau als Flüchtlingsunterkunft im Juli 2017 wird die Alte Kelter vom Tanzclub ATC Blau-Gold der TSG Heilbronn als Trainingsstätte genutzt.

Festplatz Theresienwiese

Als Festplatz eignet sich die Theresienwiese vor allem zur Durchführung von Großveranstaltungen wie dem Heilbronner Volksfest, dem Heilbronner Maifest oder für die regelmäßig stattfindenden Flohmärkte. Traditionell hat hier der Heilbronner Weihnachtscircus seinen Platz. Ebenso finden auf dieser Fläche Fahrertrainings und andere Schausteller-Events statt. Bei Großveranstaltungen wie dem Heilbronner Trollinger Marathon oder durch die umliegenden Schulen und Betriebe wird der Platz als Parkfläche genutzt und ist zu Teilen parkraumbewirtschaftet.

Personal

Im Jahr 2018 sind insgesamt 2.112 Überstunden angefallen (Vj.: 2.195), wobei bei den Mitarbeitern erstmals konsequent die 80-Stunden-Ampelregelung angewendet wurde und darüber hinaus gehende Stunden verfallen sind und das den Rückgang erklärt. Umgerechnet ergibt dies ca. 1,5 Vollzeitstellen. Dies verdeutlicht, dass der aktuelle Personalstand der Gesellschaft mit 61 Mitarbeitenden (Vj.: 60) unverändert eine strukturelle Unterbesetzung aufweist und die Gesellschaft weiterhin mit engen personellen Ressourcen arbeitet.



Bilanz

zum 31. Dezember 2018

Aktiva in EUR	31.12.2018	31.12.2017
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände entgeltlich erworbene Software	14.806,00	1.840,00
II. Sachanlagen andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	86.271,00	94.708,00
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte Bestand Souvenirartikel	40.864,18	33.486,79
II. Forderungen und sonstige Vermögensbestände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	245.703,51	107.644,34
2. Forderungen gegenüber Gesellschaftern	19.534,15	22.528,79
3. Sonstige Vermögensgegenstände	76.727,36	33.457,99
	341.965,02	163.631,12
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	1.285.237,10	1.010.242,18
C. Rechnungsabgrenzungsposten	21.066,77	7.952,14
	1.790.210,07	1.311.860,23

Passiva in EUR	31.12.2018	31.12.2017
A. Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	50.000,00	50.000,00
B. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	233.087,00	218.146,00
2. Sonstige Rückstellungen	185.900,00	200.000,00
	418.987,00	418.146,00
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	56.627,00	64.179,00
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	909.239,70	447.750,67
3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	79.457,11	27.804,37
4. Sonstige Verbindlichkeiten	223.335,49	224.296,36
	1.268.659,30	764.030,40
D. Rechnungsabgrenzungsposten	52.563,77	79.683,83
	1.790.210,07	1.311.860,23

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

vom 01.01. bis 31.12.2018 in EUR

	31.12.2018	31.12.2017
1. Umsatzerlöse	2.922.807,55	2.765.879,96
2. Sonstige betriebliche Erträge	26.230,21	17.646,32
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Ware	55.311,72	59.383,12
b) Personalgestellung Stadt Heilbronn	581.458,99	708.002,82
	636.770,71	767.385,94
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	1.788.558,45	1.601.753,54
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersvorsorge und für Unterstützung davon für Altersversorgung EUR 176.357,03 (Vj.: EUR 141.071,63)	541.905,82	462.477,10
	2.330.464,27	2.064.230,64
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	28.046,05	31.226,88
6. Sonstige betrieblichen Aufwendungen	2.950.152,98	2.854.723,87
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	444,26	1.075,52
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	8.727,13	9.459,81
9. Ergebnis nach Steuern	-3.004.679,12	-2.942.425,34
10. Sonstige Steuern	575,00	365,00
11. Jahresfehlbetrag	3.005.254,12	2.942.790,34
12. Entnahmen aus der Kapitalrücklage	3.005.254,12	2.942.790,34
13. Bilanzgewinn	0,00	0,00

Entwicklung des Anlagevermögens

vom 01.01.2018 bis 31.12.2018

in EUR	Buchwert 01.01.18	Zugang 2018	Abgang 2018	Abschreibung 2018	Buchwert 31.12.18
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
EDV-Software	1.840,00	17.555,00	0,00	4.589,00	14.806,00
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	1.840,00	17.555,00	0,00	4.589,00	14.806,00
II. Sachanlagen					
Betriebs- und Geschäftsausstattung					
a) EDV-Einrichtung, Hardware	766,00	0,00	2,00	189,00	575,00
b) Betriebs- und Geschäftsausstattung	15.640,00	3.505,00	0,00	5.407,00	13.738,00
c) Büroeinrichtung	2.046,00	0,00	0,00	340,00	1.706,00
d) Anlagevermögen BgA „Märkte“	6.797,00	2.100,00	396,00	1.182,00	7.319,00
e) Ausstattung Käthchenhaus	2.494,00	0,00	0,00	281,00	2.213,00
f) Investitionen Marrahaus	66.490,00	0,00	0,00	6.116,00	60.374,00
g) Informationstafeln	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00
h) Messesystem	474,00	0,00	0,00	129,00	345,00
i) Geringwertige Wirtschaftsgüter	0,00	9.813,05	0,00	9.813,05	0,00
j) Sammelposten gem. § 6 Abs. 2a EStG	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Summe Sachanlagen	94.708,00	15.418,05	398,00	23.457,05	86.271,00
Summe Anlagevermögen	96.548,00	32.973,05	398,00	28.046,05	101.077,00



Anhang zum Jahresabschluss

31. Dezember 2018

Allgemeine Angaben zum Jahresabschluss

Der Jahresabschluss zum 31.12.2018 der Gesellschaft wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches und den ergänzenden Vorschriften des GmbHG sowie des Gesellschaftsvertrags aufgestellt. Gemäß dem Gesellschaftsvertrag sind die Vorschriften für große Kapitalgesellschaften auf die Rechnungslegung der Gesellschaft anzuwenden. Größenabhängige Erleichterungen bei der Offenlegung (§ 326 bzw. § 327 HGB) des Jahresabschlusses wurden in Anspruch genommen.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert, was der bisherigen Handhabung entspricht. Um die Klarheit und Übersichtlichkeit im Jahresabschluss zu verbessern, werden die Davon-Vermerke der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung einheitlich im Anhang ausgewiesen.

Vorjahresabschluss

Der Jahresabschluss zum 31.12.2017 wurde am 25.09.2018 von der Gesellschafterversammlung genehmigt und damit festgestellt. Er bildete die Grundlage für das Rechnungswesen und den Jahresabschluss des abgelaufenen Geschäftsjahres. Dem Geschäftsführer Herrn Steffen Schoch sowie dem Aufsichtsrat wurde Entlastung erteilt. Der Vorjahresabschluss wurde am 28.09.2018 im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht. Zudem wurde die öffentliche Bekanntmachung in der Stadtzeitung Heilbronn vom 11.10.2018 und durch Auslage zur Einsichtnahme in den Geschäftsräumen der Tourist-Information vom 12.10. bis 19.10.2018 publiziert.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren unverändert die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden maßgebend: Erworben **immaterielle Vermögensgegenstände** des Anlagevermögens wurden zu Anschaffungskosten angesetzt und, sofern sie der Abnutzung unterlagen, um planmäßige Abschreibungen vermindert.

Das **Sachanlagevermögen** wurde zu Anschaffungskosten angesetzt und, soweit abnutzbar, um planmäßige Abschreibungen vermindert. Die planmäßigen Abschreibungen wurden nach der

voraussichtlichen Nutzungsdauer der Vermögensgegenstände linear vorgenommen. Bewegliche Gegenstände des Anlagevermögens bis zu einem Wert von EUR 800,00 werden im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben, wobei aus Vereinfachungsgründen in der Entwicklung des Anlagevermögens (Anlagenspiegel) im Jahr des Zugangs ein Abgang unterstellt wird.

Die **Vorräte** wurden zu Anschaffungskosten angesetzt und, sofern ein entsprechender Sachverhalt vorlag, auf den niedrigeren Marktpreis am Abschlussstichtag abgeschrieben. Soweit ein Marktpreis nicht feststellbar war, wurden sie auf den niedrigeren beizulegenden Wert abgeschrieben: Die **Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände** wurden grundsätzlich mit dem Nennbetrag angesetzt. Das allgemeine Kreditrisiko bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wurde durch eine Pauschalwertberichtigung berücksichtigt. Die **Guthaben bei Kreditinstituten** werden zu Nennwerten bewertet.

Die **Rückstellungen für Pensionen und ähnlichen Verpflichtungen** werden wie im Vorjahr nach dem Teilwertverfahren unter Verwendung der „Richttafeln 2018 G“ (Vj.: Richttafeln 2005 G) bewertet. Für die Abzinsung wurde der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer Laufzeit von 15 Jahren von 3,21 % (Vj.: 3,68 %) der vergangenen zehn Jahre herangezogen. Erwartete Rentensteigerungen wurden mit 1,5 % (Vj.: 1,5 %) berücksichtigt. Aus der Abzinsung der Pensionsrückstellungen mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen zehn Jahre ergibt sich im Vergleich zur Abzinsung mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre ein Unterschiedsbetrag in Höhe von TEUR 27. Dieser Unterschiedsbetrag ist für die Ausschüttung nach § 285 Nr. 28 HGB gesperrt.

Die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie sind in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags (d. h. einschließlich zukünftiger Kosten- und Preissteigerungen) angesetzt. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurden mit dem durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre abgezinst. Die **Verbindlichkeiten** werden mit dem Erfüllungsbetrag ausgewiesen.

Erläuterungen

zu einzelnen Posten der Bilanz – AKTIVA

A. ANLAGEVERMÖGEN

Die Entwicklung und Gliederung der einzelnen Posten des **Anlagevermögens** ist aus der Entwicklung des Anlagevermögens (Anlagenspiegel) ersichtlich; ebenso die Abschreibungen des Geschäftsjahres. Die Zugänge zu den Anschaffungskosten werden im Anlagenspiegel um die abgesetzten Zuwendungen gekürzt ausgewiesen.

I. Immaterielle Vermögensgegenstände

in EUR	2018	2017
entgeltlich erworbene Software	14.806,00	1.840,00

II. Sachanlagen

in EUR	2018	2017
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	86.271,00	94.708,00

B. UMLAUFVERMÖGEN

I. Vorräte

in EUR	2018	2017
Bestand Souvenirartikel	40.864,18	33.486,79

Die Bestandsaufnahme wurde durch erweiterte Stichtagsinventur unter Teilnahme des Wirtschaftsprüfers am 3. Januar 2019 durchgeführt.

II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die **Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände** haben grundsätzlich eine Restlaufzeit von unter einem Jahr. Sie entstanden rechtlich vor dem Abschlussstichtag.

1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

in EUR	2018	2017
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	250.303,51	109.744,34
Pauschalwertberichtigung Forderung	-4.600,00	-2.100,00
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	245.703,51	107.644,34

Einzelwertberichtigungen wurden nicht und Pauschalwertberichtigungen in zulässigem Umfang vorgenommen. Die Forderungen sind in einer Saldenliste nachgewiesen.

2. Forderungen gegenüber Gesellschaftern

in EUR	2018	2017
Verkehrsverein Heilbronn e. V.	4.470,50	5.691,90
stadttinitiative Heilbronn e. V.	10.063,65	11.836,89
Gesellschaft zur Förderung des Gastgewerbes mbH	2.500,00	2.500,00
Landesverband der Schausteller und Marktkaufleute e. V.	2.500,00	2.500,00
Forderungen gegenüber Gesellschaftern	19.534,15	22.528,79

Die **Forderungen** entstanden durch ausstehende Einlagen in die Kapitalrücklage für das Geschäftsjahr 2018 und durch Verrechnungen aus dem Liefer- und Leistungsverkehr. Die Forderungen gegenüber Gesellschaftern enthalten TEUR 0 (Vj.: TEUR 3) aus Lieferungen und Leistungen.

3. Sonstige Vermögensgegenstände

in EUR	2018	2017
Sonstige	645,00	14.422,22
Geldtransit EC-Karten	39.259,70	9.016,91
VK Ausgleichswerk Vorverkauf	4.450,26	4.923,86
Debitorische Kreditoren	19.114,40	2.500,53
Geldtransit	6.300,00	2.200,00
Durchlaufende Posten	0,00	195,00
Kautionen	1.000,00	0,00
VK Festhalle Harmonie	500,00	99,47
Gutscheine Stadt Heilbronn	130,00	100,00
Gutscheine stadttinitiative Heilbronn e. V.	5.328,00	20,00
Sonstige Vermögensgegenstände	76.727,36	33.457,99

III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten

in EUR	2018	2017
Kreissparkasse Konto 79017	1.173.939,03	936.916,22
Kreissparkasse Konto 15010810	100.284,22	284,22
Kreissparkasse Konto 79031	6.212,11	52.174,51
Kreissparkasse Konto 10159233	1.322,26	11.959,82
Kreissparkasse Konto 57170	0,00	18,27
Kasse Tourist-Information	2.483,61	7.517,67
Handkassen	995,87	1.371,47
Kassenbestand/Guthaben bei Kreditinstituten	1.285.237,10	1.010.242,18

C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

in EUR	2018	2017
Aktive Rechnungsabgrenzung	21.066,77	7.952,14

D. Summe AKTIVA

in EUR	2018	2017
Summe AKTIVA	1.790.210,07	1.311.860,23

Erläuterungen

zu einzelnen Posten der Bilanz – PASSIVA

A. EIGENKAPITAL

I. Gezeichnetes Kapital

in EUR	2018	2017
Gezeichnetes Kapital	50.000,00	50.000,00

Das zum Nennwert angesetzte gezeichnete Kapital ist voll einbezahlt.

Die Kapitalrücklage hat sich im Berichtsjahr wie folgt entwickelt:

Stand Kapitalrücklage zum 01.01.2018	0,00
Zuführung Berichtsjahr	3.005.254,12
Auflösung Berichtsjahr	-3.005.254,12
Stand Kapitalrücklage zum 31.12.2018	0,00

B. RÜCKSTELLUNGEN

1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

in EUR	2018	2017
Pensionsrückstellung	233.087,00	218.146,00

Gemäß geändertem Dienstüberlassungsvertrag zwischen der Stadt Heilbronn und der Gesellschaft vom 22./29.11.2004 hat die Gesellschaft ab dem Jahr 2004 gegenüber der Stadt Heilbronn für die Versorgungslasten eines städtischen Beamten nach dessen Eintritt in den Ruhestand aufzukommen. Hierfür wurde erstmals 2004 eine Pensionsrückstellung gebildet.

2. Sonstige Rückstellungen

in EUR	2018	2017
Sonstige Rückstellungen	20.400,00	21.900,00
Urlaubs- und Gleitzeitguthaben	124.000,00	140.800,00
sonstige Personalkosten	0,00	1.500,00
Rückstellungen für Abschluss und Prüfung	14.000,00	14.000,00
Aufbewahrung	5.700,00	5.700,00
Unterlassene Instandhaltung	15.000,00	0,00
Betriebskostenabrechnungen	6.800,00	16.100,00
Sonstige Rückstellungen	185.900,00	200.000,00

Sämtliche Rückstellungen wurden im Zuge vorsichtiger kaufmännischer Schätzung gebildet. Die Urlaubs- und Gleitzeitrückstellungen für Mitarbeiter der Gesellschaft enthalten Zuschläge für Sozialabgaben und sind demnach zu Vollkosten bewertet. Die Rückstellungen für Betriebskostenabrechnungen wurden für erwartete Strom-, Wasser-, Fernwärme- und Gaskosten für das Geschäftsjahr 2018 gebildet. In Höhe der zu erwartenden Kosten für die Jahresabschlusserstellung und die Ausfertigung der Steuererklärungen des Berichtszeitraums war eine Rückstellung zu bilden. Die Rückstellung für unterlassene Instandhaltung wurde für sicherheitstechnische Nachrüstungen an der Weihnachtsbeleuchtung Allee gebildet.

C. VERBINDLICHKEITEN

Sämtliche Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

in EUR	2018	2017
Kreissparkasse Darlehen	56.627,00	64.176,00
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	56.627,00	64.179,00

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind in Höhe von 80 Prozent durch eine Höchstbetrags-Ausfallbürgschaft der Stadt Heilbronn abgesichert.

2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

in EUR	2018	2017
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	909.239,70	447.750,67

3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern

in EUR	2018	2017
Darlehen neue Tourist-Information	45.580,19	46.895,19
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	45.486,06	64.317,13
Rückzahlungsanspruch aus Überzahlungen Stadt Heilbronn	3.445,88	1.209,66
Forderungen aus Betriebskostenabrechnungen	0,00	-20.700,00
Umsatzsteuerverrechnung Berichtsjahr	-15.055,02	-63.917,61
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	79.457,11	27.804,37

4. Sonstige Verbindlichkeiten

in EUR	2018	2017
VK Kartenvorverkauf	112.926,20	126.758,90
Koordinierungsstelle Wein & Tourismus	22.736,32	18.949,03
Sonstige	17.804,80	6.013,16
Stadtwerke Fahrscheine	30.641,40	28.506,00
Lohn- und Kirchensteuer	32.854,10	34.615,21
Kreditorische Debitoren	539,40	498,13
Kreditkartenabrechnung soziale Sicherheit	1.122,27	1.453,25
erhaltene Kauttionen	3.217,00	4.077,68
0,00	500,00	
Ticketverkauf Hop-On-Hop-Off-Bus	1.494,00	2.925,00
Sonstige Verbindlichkeiten	223.335,49	224.296,36

Die Sonstigen Verbindlichkeiten enthalten Verbindlichkeiten aus Steuern in Höhe von TEUR 33 (Vj.: TEUR 35) sowie Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit in Höhe von TEUR 3 (Vj.: TEUR 4).

D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

in EUR	2018	2017
Passive Rechnungsabgrenzung	52.563,77	79.683,83

E. SUMME PASSIVA

in EUR	2018	2017
Summe PASSIVA	1.790.210,07	1.311.860,23

Haftungsverhältnisse

Zum Bilanzstichtag bestanden keine Haftungsverhältnisse im Sinne § 251 HGB.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen zum Bilanzstichtag

in TEUR

Verpflichtungen aus	< 1 Jahr	2-5 Jahre	> 5 Jahre	Gesamt
Mietverträgen	217,00	348,00	609,00	1.174,00
Leasing	107,00	29,00	0,00	136,00
Übrige	18,00	0,00	0,00	18,00
Summe	342,00	377,00	609,00	1.328,00

Angaben nach § 285 Nr. 21 HGB

Die Gesellschaft hat als Darlehensnehmerin mit der Stadt Heilbronn als Darlehensgeber zinslose Darlehensverträge abgeschlossen, die entsprechend getilgt werden:

a) zur Finanzierung der Einrichtung der Tourist-Information vom 09.04.2001

b) zur Finanzierung der Vermögenspläne 2000 und 2001 vom 27.04.2004

Stand der Darlehen zum 31.12.2018: EUR 45.580,19.



Erläuterungen

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

1. Umsatzerlöse

Gliederung der Umsatzerlöse in EUR	2018	2017
Erlöse Veranstaltungsstätten	771.159,45	830.793,40
Erlöse Festplätze	220.411,91	235.584,69
Erlöse Märkte	404.134,70	382.554,09
Erlöse Feste/Veranstaltungen	856.588,41	829.317,28
Erlöse Touristik	294.281,39	208.512,72
Erlöse Werbung/Marketing	174.263,55	91.113,42
Erlöse Stadt-/Wein-/Tourismus- marketing	118.149,48	86.850,22
Sonstige Erlöse (Verwaltung)	83.818,66	101.154,14
Summe Umsatzerlöse	2.922.807,55	2.765.879,96

In den Umsatzerlösen sind periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 6 (Vj.: TEUR 4) enthalten.

2. Sonstige betriebliche Erträge

in EUR	2018	2017
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	16.844,50	17.075,93
Erstattungen Aufwendungs- gleichsG	8.485,00	0,00
Erträge aus der Herabsetzung der Pauschalwertberichtigung auf Forderungen	0,00	200,00
Erträge aus abgeschriebenen Forderungen	170,50	26,97
Erlöse aus Sachanlageverkäufen	200,00	342,86
Sonstige/Sonstige betriebliche regelmäßige Erträge	530,21	0,56
Sonstige betriebliche Erträge	26.230,21	17.646,32

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind TEUR 17 (Vj.: TEUR 17) periodenfremde Erträge enthalten. Diese betreffen im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen.

3. Materialaufwand**a) Aufwand für bezogene Waren**

in EUR	2018	2017
Wareneinkauf/Souvenirs	62.790,78	58.383,81
Erhaltene Skonti	-101,67	-6.665,87
Bestandsveränderungen	-7.377,39	7.665,18
Aufwand für bezogene Waren	55.311,72	59.383,12

b) Personalgestellung durch Stadt Heilbronn

in EUR	2018	2017
Personalgestellungskosten	581.458,99	708.002,82

4. Personalaufwand

in EUR	2018	2017
Löhne und Gehälter	1.788.558,45	1.601.753,54
Soziale Abgaben und Aufwen- dungen für Altersversorgung und Unterstützung; davon für Altersversorgung EUR 176.357,03 (Vj.: EUR 141.071,63)	541.905,82	462.477,10
Personalaufwendungen	2.330.464,27	2.064.230,64

5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen

in EUR	2018	2017
Betriebs- und Geschäftsausstattung	13.644,00	14.172,41
Sofortabschreibung GWG	9.813,05	15.290,47
Sammelposten	0,00	1.292,00
immaterielle Vermögensgegenstände	4.589,00	472,00
Summe Abschreibungen	28.046,05	31.226,88

6. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Gliederung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen in EUR	2018	2017
Aufwendungen Veranstaltungenstätten	626.279,82	628.231,23
Aufwendungen Festplätze	41.799,82	45.740,58
Aufwendungen Märkte	322.738,15	294.928,72
Aufwendungen Feste/Veranstaltungen	834.536,44	794.435,39
Aufwendungen Touristik	134.084,58	124.692,00
Aufwendungen Stadt-/Wein-/Tourismusmarketing	332.106,98	329.648,93
Aufwendungen Werbung	258.706,74	245.865,49
Aufwendungen Verwaltung	399.900,45	391.181,53
Summe sonstige betriebliche Aufwendungen	2.950.152,98	2.854.723,87

7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge

in EUR	2018	2017
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	444,26	1.075,52

8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen

in EUR	2018	2017
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	8.727,13	9.459,81

In den sonstigen Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Aufwendungen i. H. von TEUR 8 (Vj.: TEUR 9) aus der Abzinsung von Pensionsrückstellungen enthalten.

9. Ergebnis nach Steuern

in EUR	2018	2017
Ergebnis nach Steuern	-3.004.679,12	-2.942.425,34

10. Sonstige Steuern

in EUR	2018	2017
Kfz-Steuern	575,00	365,00

11. Jahresfehlbetrag

in EUR	2018	2017
Jahresfehlbetrag	3.005.254,12	2.942.790,34

12. Entnahme aus der Kapitalrücklage

in EUR	2018	2017
Entnahme aus der Kapitalrücklage	3.005.254,12	2.942.790,34

13. Bilanzgewinn

in EUR	2018	2017
Bilanzgewinn	0,00	0,00

Geschäftsführung

Die Geschäftsführung setzt sich wie folgt zusammen:

Herr Steffen Schoch, Dipl.-Betriebswirt (DH), Talheim.

Die Gesamtbezüge der Geschäftsführung werden gemäß § 286 Abs. 4 HGB nicht angegeben.

Aufsichtsrat

Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats im Berichtsjahr bzw. zum Bilanzstichtag ist in der Rubrik „Rechtliche Verhältnisse der Heilbronn Marketing GmbH“ dargestellt. Die gesamte im Berichtsjahr gezahlte Aufwandsentschädigung betrug TEUR 2 (Vj.: TEUR 3). Im Geschäftsjahr 2018 wurden keine Vorschüsse und Kredite an Organmitglieder gewährt. Es wurden keine Haftungsverhältnisse zugunsten von Organmitgliedern eingegangen.

Honorar des Abschlussprüfers

Für das Berichtsjahr wird ein Gesamthonorar vom Abschlussprüfer in Höhe von TEUR 7 berechnet. Davon entfallen auf Prüfungsleistungen TEUR 6, auf sonstige Leistungen TEUR 1.

Mitarbeiter

Während des Geschäftsjahres waren durchschnittlich 53 (Vj.: 49) eigene Mitarbeiter (davon 19 in Teilzeit, Vj.: 16) im Namen der Gesellschaft beschäftigt. Weitere durchschnittlich 8 (Vj.: 11) Mitarbeiter (davon 4 in Teilzeit, Vj.: 4) wurden von der Stadt Heilbronn im Rahmen der Personalgestellung überlassen.

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Stichtag (Nachtragsbericht)

Sonstige Vorgänge von wesentlicher Bedeutung, welche Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben, sind nach dem Bilanzstichtag nicht eingetreten.

Heilbronn, den 20. März 2019

gez.

Steffen Schoch

Geschäftsführer

Feststellung

Jahresabschluss 31. Dezember 2018

in EUR	2018
1. Bilanzsumme	1.790.210,07
Davon entfallen auf der Aktivseite auf	
a) das Anlagevermögen	101.077,00
b) das Umlaufvermögen	1.668.066,30
c) die Rechnungsabgrenzungsposten	21.066,77
Davon entfallen auf der Passivseite auf	
a) das Eigenkapital	50.000,00
b) die Rückstellungen	418.987,00
c) die Verbindlichkeiten	1.268.659,30
d) die Rechnungsabgrenzungsposten	52.563,77
2. Jahresfehlbetrag	3.005.254,12
in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung	
3. Entnahme aus der Kapitalrücklage	-3.005.254,12
4. Bilanzgewinn	0,00

Ergebnisverwendung:

Die Geschäftsführung schlägt vor, den Jahresfehlbetrag für das Geschäftsjahr 2018 von **EUR 3.005.254,12** mit der Kapitalrücklage zu verrechnen, d. h. es wird eine entsprechende Entnahme aus der Kapitalrücklage zur Verlustverrechnung vorgenommen.

Heilbronn, den 20. März 2019

gez.

Steffen Schoch

Geschäftsführer

Bestätigungsvermerk

des unabhängigen Abschlussprüfers

Nach dem abschließenden Ergebnis der Prüfung hat die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Lehleiter + Partner GmbH, Neckarsulm, am 15. Mai 2019 dem Jahresabschluss der Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn, zum 31. Dezember 2018 und dem Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 01. Januar 2018 bis 31. Dezember 2018 den folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt, der an dieser Stelle wiedergegeben wird:

„An die Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn

Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2018 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 01. Januar 2018 bis 31. Dezember 2018 sowie dem Anhang einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden - geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2018 bis zum 31. Dezember 2018 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2018 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2018 und
- vermittelt der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Gemäß § 322 III 1 HGB erklären wir, dass die Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben.

Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für den Jahresabschluss und den Lagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses

zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte im Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes die Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prü-

fung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung.

Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten könnten.
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten

Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben.

- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.
- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses sowie ob der Jahresabschluss die zugrundeliegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt.

- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft.
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrundeliegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Neckarsulm, den 15. Mai 2019

Lehleiter + Partner GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez.
Michael Humm
Wirtschaftsprüfer“



IMPRESSUM

Herausgeber

Heilbronn Marketing GmbH
Kirchbrunnenstraße 3
74072 Heilbronn
Telefon +49 7131 56 22 65
info@heilbronn-marketing.de
Geschäftsführer: Steffen Schoch

Fotos

Jürgen Häffner, Stadt Heilbronn, Roland Schweizer,
gbk - Gütegemeinschaft Buskomfort e.V./Thomas Wagner,
Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH, Batriks GbR

Druck

Schweikert Druck, Obersulm

Auflage

06|2019

N

