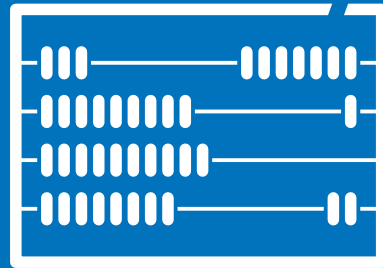


Geschäftsbericht 2020



H

N



Inhaltsverzeichnis

04	Bericht des Aufsichtsrats zum Jahresabschluss und Lagebericht 2020
05	Rechtliche Verhältnisse der Heilbronn Marketing GmbH
07	Berichte aus den Gremien
08	Lagebericht der Heilbronn Marketing GmbH
16	Bericht der Geschäftsbereiche
17	Stabsbereich Marketing
18	Geschäftsbereich City Management
20	Geschäftsbereich Event
23	Geschäftsbereich Tourismus
26	Geschäftsbereich Interne Services
28	Jahresabschluss 2020
28	Bilanz Aktiva
28	Bilanz Passiva
29	Gewinn-und-Verlust-Rechnung
30	Entwicklung des Anlagevermögens 2020
31	Anhang zum Jahresabschluss 31.12.2020
39	Feststellung Jahresabschluss 2020
40	Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

Bericht des Aufsichtsrats

zum Jahresabschluss und Lagebericht 2020

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 2020 fanden drei 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. Auf Grund der Corona-Pandemie musste eine Aufsichtsratssitzung abgesagt werden. Mittels Umlaufbeschluss wurde über ein Geschäftsvorgang entschieden. Die Geschäftsvorgänge, zu denen laut Gesellschaftsvertrag die Beschlussfassung durch den Aufsichtsrat erforderlich war, wurden auf der Basis detaillierter Beschlussvorlagen nach eingehender Beratung gefasst.

Die im Gesellschaftsvertrag und im Wirtschaftsplan 2020 festgelegten Unternehmensziele konnten im Geschäftsjahr 2020 in allen wesentlichen Geschäftsbereichen nicht oder nur teilweise erreicht werden. Demzufolge kann die Gesellschaft mit der Entwicklung und dem Jahresverlauf 2020 nicht zufrieden sein. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie nach Ausbruch des SARS-CoV-2-Virus im ersten Quartal 2020 waren in allen Geschäftsbereichen der Gesellschaft deutlich bemerkbar; der Geschäftsbetrieb der Gesellschaft war nahezu ganzjährig massiv von Einschränkungen und Verboten gemäß den jeweils geltenden Corona-Verordnungen des Landes Baden-Württemberg betroffen.

Der vorliegende Jahresabschluss der Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn, bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2020 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 sowie dem Anhang und dem Lagebericht der Heilbronn Marketing GmbH für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 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 vollumfänglich nachgekommen sind.

Bei der Jahresabschlussprüfung 2020 wurden auch Feststellungen zur Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung, zu den wirtschaftlichen Verhältnissen im Sinne von § 53 Abs. 1 Haushalts-

grundsatzgesetzes 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 2020 wird gebilligt.

Der Gesellschafterversammlung wird empfohlen, den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2020 festzustellen, den Jahresfehlbetrag für das Geschäftsjahr 2020 in Höhe von EUR 4.032.373,54 mit der Kapitalrücklage zu verrechnen, d. h. eine entsprechende Entnahme aus der Kapitalrücklage zur Verlustverrechnung vorzunehmen sowie dem Geschäftsführer Herrn Steffen Schoch und dem Aufsichtsrat für das Geschäftsjahr 2020 Entlastung zu erteilen.

Der Aufsichtsrat dankt der Geschäftsführung sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die im Berichtsjahr 2020 geleistete Arbeit und für ihren unermüdlichen Einsatz.



Heilbronn, den 18. Mai 2021

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 2020 galt der notariell beurkundete Gesellschaftsvertrag in der Fassung vom 17. Dezember 2014. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

GESELLSCHAFTER (STAND: 31. DEZEMBER 2020)

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 Nico Weinmann, Rechtsanwalt
(Vertreter: Herr Gottfried Friz)
Herr Steven Häusinger, Pfarrer (Vertreterin: Frau Isabell Steidel)
Herr Christoph Troßbach, Rechtsanwalt
(Vertreter: Herr Thomas Aurich)
Frau Marianne Kugler-Wendt, Gewerkschaftssekretärin
(Vertreterin: Frau Dr. Anna Christ-Friedrich)
Frau Marion Rathgeber-Roth, Dipl.-Verwaltungswirtin (FH)
(Vertreter: Herr Malte Höch)
Herr Michael Seher, Kaufmann
(Vertreter: Herr Dr. Raphael Benner)
alle Heilbronn

Vertreter der Gesellschafter:

Verkehrsverein Heilbronn e. V.:
Herr Martin Heinrich, Weinbautechniker, Heilbronn
(Vertreter: Herr Ulrich Drautz)
stadtinitiative Heilbronn e. V.:
Herr Thomas Gauß, Geschäftsführer, Flein
(Vertreter: Herr Roland Nölscher)
Herr Johannes Nölscher, Einzelhändler, Heilbronn
(Vertreter: Herr Simon Reinhardt)
Frau Eva Schnepf, Geschäftsführerin, Heilbronn
(Vertreter: 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. Dem Geschäftsführer ist Alleinvertretungsbefugnis erteilt; er ist gemäß Handelsregister von den Beschränkungen des § 181 HGB befreit. Einzelprokura ist zum Bilanzstichtag Herrn Friedrich Wagner erteilt.

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 2020 fand eine Gesellschafterversammlung statt.

Sitzung am 23.09.2020

Wichtiger Tagesordnungspunkt:

Feststellung Jahresabschluss und Lagebericht zum 31.12.2019 einschließlich Beschluss über die Ergebnisverwendung für das Geschäftsjahr 2019 sowie Entlastung des Aufsichtsrats und des Geschäftsführers Steffen Schoch.

AUFSICHTSRAT

Im Berichtsjahr 2020 fanden drei 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. Aufgrund der CORONA-Pandemie wurde die geplante Sitzung für den 23.03.2020 abgesagt und im Zuge eines Umlaufbeschlussverfahrens über den Abschluss eines Leasingvertrages für eine neue DV-Anlage für die HMG entschieden.

Sitzung am 08.07.2020

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen und Allgemeines zum Jahr 2019 und zur aktuellen Corona-Situation 2020:

- INTERNE SERVICES – u. a. Kurzarbeit bei der HMG ab 01.05.2020; Betreiberkonzept Harmonie.
- MARKETING - u. a. Mutmach- und Dankekampagne #wirfürHN
- EVENT – u. a. Veranstaltungsabsagen und Rückabwicklungen bis Oktober 2020, Alternativkonzepte für Veranstaltungen; Vergabe Getränkelieferrechte für das Heilbronner Volksfest.
- CITY MANAGEMENT - u. a. Digitale Sichtbarmachung des Heilbronner Handels und der Gastronomie; Ausschreibung und Neuvergabe für die Außenwerberechte.
- TOURISMUS – u. a. Umzug des touristischen Vertriebes ins Marrahaus.
- SONSTIGE TOP – u. a. Beratung Jahresabschluss 2019; Bestellung des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2020; Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2020; Vorberatung Wirtschaftsplan 2021/2022.

Sitzung am 23.09.2020

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers zur aktuellen Corona-Situation und aus den Geschäftsbereichen:

- INTERNE SERVICES - u. a. Kurzarbeit in verschiedenen Abteilungen
- MARKETING - u. a. Weiterführungen der Mutmach- und Dankekampagne #wir fürHN.
- EVENT – u. a. Fortsetzung des Heilbronner Weinsommers, Bespielung Fährleibühne, Absage weiterer Veranstaltungen.
- CITY MANAGEMENT – u. a. Info von Handel und Gastronomie über CoV und finanzielle Hilfen.
- TOURISMUS – u. a. Intensive Kontaktpflege zu Busunternehmen, Reiseveranstaltern, Hotels und regionale Unternehmen.
- SONSTIGE TOP – u. a. Sonderkonditionen bei Anmietung der Harmonie durch die Parkhotel Heilbronn GmbH; neues Organigramm der HMG ab 01.01.2021; Chancengleichheitsbericht 2019.

Sitzung am 25.11.2020

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers zur aktuellen Corona-Situation und aus den Geschäftsbereichen:

- INTERNE SERVICES - u. a. Kurzarbeit in verschiedenen Abteilungen, neuer Betriebsrat
- MARKETING – u. a. Vorbereitung der Medien für 2021/2022, Weiterführung der Kampagne #wir fürHN.
- EVENT – u. a. Absage weiterer Veranstaltungen, Planungen für Weihnachtliches Heilbronn 2020.
- CITY MANAGEMENT – u. a. Digitalisierung im Handel (Shop- und Gastro-Finder), weihnachtliche Innenstadt.
- TOURISMUS – u. a. negative Entwicklung der Übernachtungszahlen, Aktionstage „Urlaub in Heilbronnien“.
- SONSTIGE TOP – u. a. Feststellungsbeschluss Wirtschaftsplan 2021/2022; Sitzungstermine 2021.

Lagebericht

der Heilbronn Marketing GmbH
für das Geschäftsjahr 2020 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 Aufgabenbereiches für Dritte und damit die Förderung der Kooperation zwischen öffentlichen und privaten Akteuren, die Stärkung von Image und Identität des Einzelhandelsstandorts 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 Vertrages 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., stadtnitiative Heilbronn e.V., Gesellschaft zur Förderung des Gastgewerbes Baden-Württemberg mbH und Landesverband der Schausteller und Marktkaufleute Baden-Württemberg e.V. zur Attraktivität der Stadt gebündelt und damit 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. Der Geschäftsführer leitet operativ neben der geschäftsbereichsübergreifenden Stabsstelle Marketing auch den Geschäftsbereich Tourismus.

2. WIRTSCHAFTSBERICHT

2.1. Geschäftsverlauf

Die im Gesellschaftsvertrag und im Wirtschaftsplan 2020 festgelegten Unternehmensziele konnten im Geschäftsjahr 2020 in allen wesentlichen Geschäftsbereichen nicht oder nur teilweise erreicht werden. Die Geschäftsleitung kann mit der Entwicklung und dem Jahresverlauf 2020 nicht zufrieden sein. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie nach Ausbruch des SARS-CoV-2-Virus im ersten Quartal 2020 waren in allen Geschäftsbereichen der Gesellschaft deutlich bemerkbar; der Geschäftsbetrieb der Gesellschaft war nahezu ganzjährig massiv von Einschränkungen und Verboten gemäß den jeweils geltenden Corona-Verordnungen des Landes Baden-Württemberg betroffen. Bereits Ende Februar 2020 wurde HMG-intern eine Corona-Projektgruppe mit allen Führungskräften und dem Betriebsrat eingerichtet, um den Informationsfluss zu optimieren und alle Mitarbeitenden auf denselben Kenntnisstand zu bringen. Gefragt waren ab sofort flexible und lösungsorientierte Ansätze, um mit kleinen und dezentralen Events in den Sommermonaten die Stadt zu beleben, um mit innovativen Angeboten die reduzierte Nachfrage nach touristischen Leistungen zu fördern und mit stringenten Hygienekonzepten den Betrieb der Veranstaltungsstätten eingeschränkt fortführen zu können. Der erneute Lockdown ab dem 2. November 2020 hat die Hoffnungen auf eine schnelle Rückkehr zur Normalität und einhergehend damit die Wiederaufnahme des Leistungsportfolios der Gesellschaft in den Wintermonaten auf ein Mindestmaß reduziert. Zwar haben sich die rechtlichen Rahmenbedingungen der Gesellschaft im Geschäftsjahr 2020 nicht verändert, jedoch sind die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen durch die Corona-Pandemie massiv negativ beeinträchtigt worden.

Wesentliche Entwicklungen und Ereignisse, die für den Verlauf des Geschäftsjahres 2020 prägend waren:

- a) zahlreiche traditionelle Feste, Märkte und Sportveranstaltungen wurden abgesagt oder wurden als kleine und dezentrale Events neu strukturiert wie beispielsweise „Weinsommer“, „Weindorf-Auslese“ anstatt „Weindorf“, „Weihnachtszauber“ anstatt „Weihnachtsmarkt“
- b) in einer Kombination aus Schließung von Tourist-Information, aus Schließung von Hotels für Privatübernachtungen, aus gleichzeitigem Verbot, touristische Leistungen anzubieten und aus der Absage zahlreicher Konzertveranstaltungen brachen die Umsätze aus dem Verkauf von Reiseangeboten, aus dem Souvenirverkauf und aus dem Kartenvorverkauf völlig zusammen
- c) das Veranstaltungsverbot aus den Corona-Verordnungen betraf insbesondere die Vermietung des Festplatzes Theresienwiese; anstatt zwölf konnten nur zwei Flohmärkte abgehalten werden. Maifest, Volksfest, Herbstmesse und Weihnachtscircus sind komplett entfallen
- d) mit Beginn des Lockdowns waren in sämtlichen Veranstaltungsstätten keine Veranstaltungen mehr möglich. Terminabsagen und Terminverschiebungen waren die Folgen. Die sanierungsbedingte Schließung von Harmonie und Bürgerhaus ab Mitte Juni bis Mitte/Ende September 2020 kam der Gesellschaft insoweit entgegen, als dass Vermietungen in dieser Zeit nicht oder nur bedingt möglich gewesen wären
- e) die Präsenz auf touristischen Messen wie CMT Stuttgart und ITB Berlin ist nach corona-bedingter Absage der Messen im Jahr 2020 entfallen
- f) die Pflege der B2B-Kontakte speziell mit Busreiseveranstaltern wurde unverändert aufrechterhalten, jedoch hat das Verbot touristisch bedingter Reisen die Zusammenarbeit mit den Partnerunternehmen stark eingeschränkt
- g) Einführung von Kurzarbeit seit Mai 2020
- h) Konzeption und Realisierung der Imagekampagne „Heilbronn hält zusammen“ in Kooperation mit der stadtnitiative Heilbronn e.V. und der Wirtschaftsförderung der Stadt Heilbronn
- i) Konzeption und Realisierung der Imagekampagne #wirfürHN ab Frühjahr 2020 in drei Phasen: Danke- und Mutmachphase, Aktivierungsphase, Mitmachphase
- j) Webinarreihe für Handel und Gastronomie unter dem Titel „Heilbronn hält zusammen – fit für die digitale Zukunft“ in

- Kooperation mit der IHK Heilbronn-Franken
- k) Innenstadtuntersuchung für Handel, Gastronomie und Stadtplanung mittels der Erhebung „Vitale Innenstädte“ durch das Institut für Handelsforschung IFH, Köln
- l) Optimierung des Online Shop- und Gastrofinders
- m) Freischaltung des Online-Souvenirshops mit Heilbronn-Werbemitteln

2.2. Lage: Darstellung, Analyse, Beurteilung

2.2.1. Ertragslage

Der Gemeinderat der Stadt Heilbronn hat per Beschluss vom 13. November 2020 überplanmäßige Mittel von TEUR 430,0 zugunsten der Gesellschaft genehmigt, um die finanziellen Risiken auf die Vermögens-, Ertrags- und Finanzlage der Gesellschaft aus der fortschreitenden Ausbreitung der Corona-Pandemie abzudecken. Der im ursprünglichen Wirtschaftsplan 2019/2020 ausgewiesene Jahresfehlbetrag von TEUR 3.778,0 wurde mittels dem Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2020 entsprechend um TEUR 430,0 auf TEUR 4.208,0 angehoben. Dieser im Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2020 ausgewiesene Jahresfehlbetrag 2020 von TEUR 4.208,0 konnte, gemäß dem festgestellten Jahresergebnis 2020, um TEUR 175,6 auf TEUR 4.032,4 reduziert werden. Der Jahresfehlbetrag 2020 von TEUR 4.032,4 wird mit der Kapitalrücklage verrechnet, d. h. aus der Kapitalrücklage, auf die im Vorgriff auf die Übernahme zu erwartender Verluste und zur ständigen Sicherung der Liquidität im Jahr 2020 Einlagen des Gesellschafters Stadt Heilbronn in Höhe von TEUR 4.188,5 geleistet wurden, wird eine entsprechende Entnahme zur Verlustverrechnung vorgenommen.

in TEUR	Ergebnis 2020	Vergleich zum Planansatz 2020
Umsatzerlöse, sonstige betriebliche Erträge und Zinserträge	1.027,9	- 414,1
Materialaufwand, sonstige betriebliche Aufwendungen, weitere Aufwendungen	2.228,7	-318,6
Personal- und Personalgestellungskosten	2.831,6	- 271,1
Jahresfehlbetrag	4.032,4	- 175,6

2. WIRTSCHAFTSBERICHT

Die Umsatzerlöse einschließlich der sonstigen betrieblichen Erträge und Zinserträge sind, als Folgewirkung der fortschreitenden Ausbreitung der Corona-Pandemie, im Jahr 2020 (im Vergleich zum Planwert aus dem Nachtragswirtschaftsplan 2020) um TEUR 414,1 deutlich geringer ausgefallen als prognostiziert.

Wesentliche Erlösveränderungen ergeben sich aus folgenden Positionen:

	in TEUR
• Rückgang von Teilnehmergebühren aus Reiseprogrammen und Provisionen	-76,2
• Rückgang aus der Durchführung von Märkten, Festen und Veranstaltungen	-125,0
• Rückgang Mieteinnahmen Festplatz Theresienwiese	-33,7
• Rückgang aus der Vermietung von Veranstaltungsstätten	-197,6
• Rückgang aus Werbe-, Marketingmaßnahmen, Sponsoring	-1,7
• Steigerung aus Verwaltung, laufender Geschäftsbetrieb	+20,1

Positiv zu werten ist der deutliche Rückgang der Ausgaben für Materialaufwand und sonstige betriebliche Aufwendungen. Diese Kosten konnten im Jahr 2020 (im Vergleich zum Planwert aus dem Nachtragswirtschaftsplan 2020) um TEUR 318,6 sehr stark reduziert werden.

Wesentliche Ausgabenveränderungen ergeben sich aus folgenden Positionen:

	TEUR
• Rückgang der Energiekosten	-51,0
• Rückgang der veranstaltungsbezogenen Kosten	-121,5
• Rückgang der Kosten für den laufenden Geschäftsbetrieb	-90,0
• Rückgang der Kosten für Werbung, Marketing und City Management	-52,0
• Rückgang der Kosten für Reiseprogramme und Systemgebühren	-25,5

Die Personal- und Personalgestellungskosten belaufen sich im Jahr 2020 auf insgesamt TEUR 2.831,6 (Vorjahr: TEUR 3.116,1) und sind im Vergleich zum Planwert aus dem Nachtragswirtschaftsplan 2020 um TEUR 271,1 niedriger ausgefallen. Die Personalauf-

wendungen für durchschnittlich 56 Mitarbeitende (Vorjahr: 61) stellen mit 56,0 % (Vorjahr: 43,0 %) den größten Aufwandsposten im Jahr 2020 dar. Die Personalkostenquote im Verhältnis zu den Gesamterlösen liegt im Jahr 2020 bei 275,5 % und somit deutlich höher als im Vergleich zum Vorjahr (83,7 %). Diese hohe Personalkostenquote 2020 ist begründet mit dem starken Erlösrückgang 2020 im Vergleich zum Vorjahr 2019 um TEUR 2.696,7. Eine Vergleichbarkeit der Umsatzerlöse, der Personalaufwendungen und der sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Geschäftsjahr 2020 zum Vorjahr 2019 ist nur bedingt möglich. Zum einen führte die Bundesgartenschau Heilbronn 2019 zu außerordentlichen Umsatzerlösen im Jahr 2019, zum anderen machten sich die Auswirkungen der Corona-Pandemie ab dem Frühjahr 2020 in allen Bereichen der Gesellschaft sowohl bei den Umsatzerlösen als auch bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen deutlich bemerkbar.

2.2.2. Finanzlage

Die Finanzlage der Gesellschaft entwickelte sich im Geschäftsjahr 2020 wie folgt:

in TEUR	2020	2019
Finanzmittelfonds Jahresanfang	1.499	1.285
+ Cashflow aus		
• laufender Geschäftstätigkeit	-4.495	-3.238
• Investitionstätigkeit	-38	-47
• Finanzierungstätigkeit	4.003	3.499
Finanzmittelfonds Jahresende	969	1.499

Der Finanzmittelfonds zum Bilanzstichtag besteht entsprechend DRS 21 aus den bilanzierten flüssigen Mitteln in Höhe von TEUR 969.

Die Liquiditätssituation 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 31.12.2020 auf TEUR 80,5 (Vorjahr: TEUR 88,9) und stellt 6,9 % (Vorjahr: 4,9 %) des Gesamtvermögens dar. Es setzt sich aus den immateriellen Vermögensgegenständen mit TEUR 8,8 und den Sachanlagen mit TEUR 71,8 zusammen. Investitionen im Geschäftsjahr 2020 von TEUR 40,0 stehen Abschreibungen von TEUR 44,4 und Abgänge zu Buchwerten von TEUR 3,8 gegenüber.

Die Forderungen sowie die sonstigen Vermögensgegenstände stehen zum Bilanzstichtag mit TEUR 63,8 zu Buche (Vorjahr: TEUR 189,3). Dies entspricht einem Anteil in Höhe von 5,5 % des Gesamtvermögens und einem Rückgang im Vergleich zum Vorjahr um 4,9 %-Punkte. Der Bestand der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen hat sich im Vergleich zum Vorjahr drastisch vermindert. In dieser Entwicklung zeigen sich die Auswirkungen der Corona-Pandemie bei und für die Gesellschaft. Die sonstigen Vermögensgegenstände beinhalten vor allem Forderungen aus Kurzarbeitergeld (TEUR 12) und debitorische Kreditoren (TEUR 9).

Der Bestand der flüssigen Mittel beläuft sich zum Bilanzstichtag auf TEUR 969 und liegt damit um TEUR 530 unter dem Niveau des Vorjahres. Die Reduktion des Bestandes an flüssigen Mitteln im Vergleich zum Vorjahr ist auf die deutlich geringere Gesamtleistung der Gesellschaft bedingt durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie zurückzuführen. Der Bestand an flüssigen Mitteln macht mit 83,3 % 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 2020 setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	Jahr 2020
Einlagen (Vorauszahlungen) Gesellschafter Stadt Heilbronn	4.188,5
Einlagen sonstige Gesellschafter	19,5
Summe Finanzierungsmittel	4.208,0



2.3.2. Leistungsdaten Tourismus und Veranstaltungen

Leistungsdaten	Jahr 2020	Jahr 2019
Übernachtungen	190.704	418.527
Gästekünfte	93.516	219.161
Bettenauslastung	23,4 %	52,8 %
Schlafgelegenheiten (Betten)	2.361	2.254
Ø-liche Aufenthaltsdauer	2,0 Tage	1,9 Tage
Teilnehmer an Stadtführungen	2.491	90.363
Teilnehmer an Reiseprogrammen	505	1.802
Fahrgäste Hop-On-Hop-Off-Bus	1.262	7.117
Teilnehmer beim Trollinger Marathon	0	7.698
Teilnehmer beim STIMME Firmenlauf	0	8.384
Veranstaltungsbesucher Harmonie	53.339	155.317
Veranstaltungsbesucher Bürgerhaus Böckingen	4.740	14.447
Veranstaltungsbesucher Schießhaus	959	2.256
Veranstaltungsbesucher Alte Kelter Sontheim	0	1.785
Kundenbesuche Tourist-Information	26.725	113.822
Zugriffe auf Homepage	445.022	478.835
Facebook-Abonnenten	26.938	25.901

2.4. Gesamtaussage

Die Gesellschaft ist aufgrund des Gesellschaftszweckes und den 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 auf Grund des Zwecks und Gegenstands der Gesellschaft anfallen, zu decken. Der Jahresfehlbetrag wird durch die Gesellschafter nach § 4 des Gesellschaftsvertrages 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**

Die Gesellschaft befindet sich momentan in einer sehr schwer zu kalkulierenden Situation. Die Corona-Pandemie gibt die Rahmenbedingungen für das etablierte Geschäftsmodell der Heilbronn Marketing GmbH als Public-Private-Partnership vor. Eigentliche Tätigkeitsschwerpunkte der Gesellschaft wie Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, Vermietung der Veranstaltungsstätten und des Festplatzes, Vermittlung von Stadtführungen und Vertrieb von touristischen Reiseangeboten können aufgrund zahlreicher Verbote gemäß den Ausführungen der jeweils gültigen Corona-Verordnung des Landes Baden-Württemberg derzeit nicht oder nur sehr stark eingeschränkt realisiert werden.

Insofern gilt es beim Ausblick auf die künftigen Tätigkeitsschwerpunkte und auf die inhaltliche Ausrichtung der Gesellschaft die Prioritäten anzupassen bzw. zu verändern. Als Masterziel definiert ist, Heilbronn als Zentrum im Norden Baden-Württembergs attraktiv zu halten, um dadurch die Anziehungs- und Bindekraft zu stärken. Innerhalb Heilbronn sieht sich die Gesellschaft als Impulsgeber, als zentraler Ansprechpartner und Dienstleister für integriertes Marketing, als Ideengeber für Kommunikation und Marketing nach innen und außen, als Akteur im Stadtmarketing mit ganzheitlichem, gesamtstädtischem Konzept, das die Attraktivität der Stadt erhöht, Besucher und Kunden generiert und an die Stadt bindet. Es wird gerade jetzt und auch künftig unabdingbar sein, dass die Gesellschaft gemeinsam mit den städtischen und privaten Partnern Konzepte sowie konkrete, schnell wirkende und kalkulierbar umsetzbare Maßnahmen entwickelt, um Handel, Gastronomie und Kulturanbietern im erlaubten Rahmen wieder Kunden, Gäste und Publikum zuzuführen, die Innenstadt wieder zu beleben und eine hohe Aufenthaltsqualität zu generieren. Die Gesellschaft leistet somit einen zentralen Beitrag, um die Multifunktionalität der Stadt zu erhalten, diese auszubauen und innerstädtische Orte erlebbar zu machen.

Im Marketing wird die Gesellschaft konsequent und in enger Abstimmung mit der Pressestelle der Stadt Heilbronn die Weiterentwicklung, Erlebarmachung und Führung der Marke Heilbronn einschließlich der Finanzierung weiterer notwendiger Maßnahmen (Internet, App, Printmedien, Kommunikation, Journalistenkontakte und Pressereisen) forcieren. Zur Begleitung des Re-Starts nach Corona, zur Förderung von Handel und Gastronomie, zur Stärkung der Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt und zur

Gewinnung von neuen Zielgruppen in Gemeinschaft mit der Verwaltung und für Heilbronn insgesamt, wird die #wirfürHN-Kampagne fortgeschrieben und mit den Inhalten ein kommunikatives Dach für Veranstaltungen, touristische Themen, Themen des Stadtmarketings und der Kultur geben.

Kernaufgabe für den Geschäftsbereich Event wird es sein, neben der Weiterentwicklung der rund 30 traditionellen Veranstaltungsformate auf die Bedürfnisse der Zielgruppen die Entwicklung von Corona-unabhängigen Konzepten zur Durchführung von dezentralen modularen Events mit dem Ziel, Frequenz zu generieren und die Aufmerksamkeit auf das Angebot von Handel, Kultur und Gastronomie als Begleitelement des Re-Starts zu lenken. Für das Jahr 2021 werden zudem für neue Eventformate Themen- und Terminkorridore unter dem Motto „Heilbronn freut sich auf ...“ vorgegeben, mit denen sowohl innerstädtische Flächen, Bereiche am Neckarufer, auf dem ehemaligen Buga-Gelände und in den Weinbergen sowie auf den Weingütern bespielt werden.

Im Tourismus liegt der Fokus für 2021 auf der Regionalität. „Urlaub zu Hause“ oder auch „Urlaub in Heilbronnien“ lautet das Motto für Frühjahr/Sommer 2021. Die Tourist-Information wird auch nach Corona als zentrale Informations-, Buchungs- und Servicestelle für Gäste und Bürger tätig sein. Perspektivisch ist eine verstärkte Präsenz auf regionalen touristischen Messen und Fachveranstaltungen in Kooperation mit Partnern wie der experimenta geplant. Die Wiederbelebung des Geschäftsreiseturismus und die Etablierung eines Angebots für Tagungen und Kongresse - u.a. die Erarbeitung eines vom Land Baden-Württemberg finanzierten touristischen MICE-Konzepts für die Stadt Heilbronn in Gemeinschaft mit der Hochschule Heilbronn - stehen ganz oben auf der Agenda.

Der genehmigte Wirtschaftsplan 2021/2022 mit einem ausgewiesenen Jahresfehlbetrag in Höhe von TEUR 4.032,6 für das Geschäftsjahr 2021 gibt der Gesellschaft zwar Planungssicherheit in der Finanz- und Vermögensplanung, jedoch werden sich die durch die Corona-Pandemie erlassenen Verordnungen und die dadurch ausgelösten Handlungsmaßnahmen spürbar auf die Vermögens-, Ertrags- und Finanzlage der Gesellschaft im Jahr 2021 auswirken. Wir verweisen hierzu auf weitergehende Darstellungen im Chancen- und Risikobericht.

4. CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

4.1. Chancenbericht

Die Gesellschaft befindet sich aufgrund der Folgen der fortschreitenden Ausbreitung der Corona-Pandemie und der damit einhergehenden Verbote aus den geltenden Corona-Verordnungen in einer sehr schwer zu kalkulierenden Situation. Die deutliche Reduzierung der Nachfrage nach den Leistungen der Gesellschaft wird mit einem deutlichen Umsatzrückgang im Jahr 2021 einhergehen. Zwar ergibt sich bei einem eingeschränkten Geschäftsbetrieb auch eine Reduktion bei den Personalaufwendungen und den sonstigen betrieblichen Aufwendungen, jedoch wird sich die deutlich geringere Gesamtleistung der Gesellschaft im Geschäftsjahr 2021 auf das Jahresergebnis 2021 auswirken. Wesentliche Chancen auf eine positive Geschäftsentwicklung sind für das Jahr 2021 – nach derzeitigem Kenntnisstand - nicht gegeben, insofern sehen wir derzeit nur geringe Chancen, den im Wirtschaftsplan 2021/2022 ausgewiesenen Jahresfehlbetrag 2021 von TEUR 4.032,6 zu verringern.

Der Jahresfehlbetrag 2021 wird - gemäß dem Gesellschaftsvertrag - unverändert von den Gesellschaftern getragen. Aller Voraussicht nach wird der Jahresfehlbetrag trotz bestmöglicher wirtschaftlicher Betätigung der Gesellschaft 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 sicher zu stellen. 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 2021 keine bestandsgefährdenden Risiken, sofern die Gesellschaf-

ter auch künftig ihre Verpflichtungen nach dem Gesellschaftsvertrag zur Übernahme des Jahresfehlbetrages 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.

Die Corona-Pandemie hat durch die Ausführungen der jeweils gültigen Corona-Verordnung des Landes Baden-Württemberg (Veranstaltungsverbot, Reiseverbot, Schließung von Einzelhandel und Gastronomie, ...) direkte Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Gesamtbetrieb der Heilbronn Marketing GmbH. Daraus abgeleitet ist damit zu rechnen, dass im Geschäftsjahr 2021 wesentliche Risiken für die Vermögens-, Ertrags- und Finanzlage der Gesellschaft bestehen, die nachfolgend eingehend erläutert werden.

In Abstimmung mit der Stadtverwaltung und dem Aufsichtsrat hat die Gesellschaft die für das erste Halbjahr 2021 geplanten Veranstaltungen wie Pferdemarkt, Magie der Stimmen, Trollinger Marathon und Neckarfestival frühzeitig abgesagt. Auch derzeit ist davon auszugehen, dass Veranstaltungen in 2021 nur mit eingeschränkten Rahmenbedingungen und unter Einhaltung von Hygieneregeln stattfinden können.

Der Betrieb in den Veranstaltungsstätten Konzert- und Kongresszentrum Harmonie, Bürgerhaus Böckingen und Schießhaus ist nahezu zum Erliegen gekommen; die für die Winter- und Frühjahrsmonate gebuchten Messen, Kongresse, Konzerte und Kulturveranstaltungen wurden von Seiten der Veranstalter storniert – Absagen reichen bereits bis weit in den Herbst 2021 hinein. Die Wiederaufnahme des Vollbetriebs der Veranstaltungsstätten zur Durchführung von Konzerten, Messen, Tagungen und Seminaren ist frühestens nach Außerkrafttreten der Corona-Verordnung des Landes Baden-Württemberg und unter Einhaltung strikter Hygienevorschriften möglich.

Die Tourist-Information wird voraussichtlich ebenfalls für längere Zeit geschlossen bleiben, da der Einzelhandel auch derzeit nicht vom Lockdown ausgenommen wurde. Die Nachfrage nach touristischen Produkten und Dienstleistungen wie z. B. Stadtführungen, Weinwanderungen, Zimmervermittlungen etc. ist aktuell nicht vorhanden.

Als Folge dieses gesetzlich vorgeschriebenen Handelns können die im Wirtschaftsplan 2021 kalkulierten Erlöse aus der gesamtwirtschaftlichen Tätigkeit der Gesellschaft nicht vollumfänglich erzielt werden. Bedingt durch die Corona-Pandemie ist mittlerweile eine Zurückhaltung langjähriger Sponsoren bei der Unterstützung von Projekten der Gesellschaft zu verspüren. Aller Voraussicht nach können daher auch die im Wirtschaftsplan 2021 eingeplanten Sponsoring Erlöse aus Unternehmenskooperationen in Höhe von TEUR 125,0 nicht erreicht werden.

Auch die weiterhin hohen Anforderungen an die öffentliche Sicherheit bei (Groß-) Veranstaltungen, Vorgaben zur Einhaltung von Hygienemaßnahmen und die deutlich gestiegenen Erwartungen an die Qualität der Events werden die Durchführungskosten im Jahr 2021 signifikant belasten. Fraglich ist auch, welche Erträge im Tourismus zukünftig erlöst werden können. Die Umsätze bei der Vermittlung von Konzert- und Eintrittskarten gehen deutlich zurück, da die Verbraucher zunehmend direkt bei den stark wachsenden Online-Portalen bestellen. Gleiches gilt bei der Vermittlung von Hotelzimmern und bei den Pauschalreiseangeboten. Auch ein weiterer Anstieg der Energiekosten könnte insbesondere auf der Aufwandsseite beim Betrieb der Veranstaltungsstätten Harmonie, Bürgerhaus Böckingen, Alte Kelter Sontheim und Schießhaus zu höheren finanziellen Belastungen führen. Die Aufwendungen aus der Nichtdurchführung der im Jahr 2021 konzipierten Veranstaltungen, aus dem eingeschränkten Betrieb der Veranstaltungsstätten sowie aus der eingeschränkten Vermittlung und demzufolge aus dem Einkauf touristischer Pauschal- und Reiseangebote werden im Geschäftsjahr 2021 zwar deutlich geringer ausfallen, jedoch wiegt die Nichterzielung prognostizierter Erlöse schwerwiegender als das Einsparpotential aus einem verringerten Geschäftsbetrieb.

Um nachhaltig Personalkosten einzusparen, wurde auf Basis des seit 1. April 2020 gültigen TV-COVID am 27. April 2020 eine Betriebsvereinbarung zur Einführung von Kurzarbeit mit dem Betriebsrat der Gesellschaft abgeschlossen, die bis einschließlich 31. Dezember 2021 Gültigkeit hat. Die Bundesagentur für Arbeit hat Kurzarbeitergeld für Beschäftigte der Gesellschaft, die von einem erheblichen Arbeitsausfall betroffen sind, bis einschließlich 31. Dezember 2021 bewilligt. Kurzarbeit für Mitarbeitende der Gesellschaft aus den Geschäftsbereichen Interne Services und Tourismus, die von erheblichen Arbeitsausfällen betroffen sind, wird solange fortgeführt, bis ein normaler Geschäftsbetrieb im

Jahr 2021 wieder möglich sein wird.

Der Betrieb des KIZ – Kreisimpfzentrums Heilbronn – in der Stauwehrhalle im Stadtteil Horkheim wurde von der Stadt Heilbronn an die Gesellschaft als Generalunternehmer vergeben. Die der Gesellschaft entstehenden Kosten werden, zuzüglich einem Gewinnaufschlag, in voller Höhe erstattet. Ein finanzielles Risiko ist insofern aus der Betriebsführung des KIZ nicht gegeben. Die Verantwortung des operativen Betriebs im Kreisimpfzentrum Heilbronn ist derzeit bis Ende Juni 2021 vorgegeben; eine Verlängerung bis Ende September 2021 ist nicht ausgeschlossen.

Zur nachhaltigen Personalkostenreduzierung werden derzeit aktuell offene Stellen bei der Gesellschaft erst mit einer Zeitverzögerung von bis zu drei Monaten neu besetzt.

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 2021 den größten Aufwandsposten dar. Der Abschluss eines neuen Tarifvertrags für den öffentlichen Dienst (TVöD) mit einer Laufzeit bis 31. Dezember 2022 gibt der Gesellschaft hohe Planungssicherheit bei den im Wirtschaftsplan 2021 eingestellten Finanzmitteln für Personal- und Personalgestellungskosten. Ein höherer, als im Wirtschaftsplan 2021, ausgewiesener Jahresfehlbetrag ist gemäß § 4 des Gesellschaftsvertrages vom 17. Dezember 2014 vom Gesellschafter Stadt Heilbronn zu tragen. Im Wirtschaftsplan 2021 ist ein Verlustausgleich der Stadt Heilbronn in Höhe von TEUR 4.013,1 ausgewiesen.

5. RISIKOBERICHT BEZÜGLICH FINANZINSTRUMENTE

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

Heilbronn, den 18. Mai 2021

gez.
Steffen Schoch
Geschäftsführer

Bericht der Geschäftsbereiche

VORBEMERKUNG

Mit großem Schwung und hohen Erwartungen ist das Team der Heilbronn Marketing GmbH (HMG) aus dem Buga-Jahr gekommen und ins Jahr 2020 gestartet. Die Stimmung in der Stadt war so gut wie nie zuvor. Diese positive Grundstimmung war die Steilvorlage für die Arbeit unserer modern agierenden Stadtmarketinggesellschaft, die nach einer Neustrukturierung im Jahr 2015 ihre Handlungsfähigkeit, Kreativität und Professionalität insbesondere im Zusammenhang mit der Bundesgartenschau aber auch begleitend zur sehr dynamischen Entwicklung der Stadt Heilbronn als Universitätsstadt, bedeutenden Wirtschaftsstandort, Kulturstandort und Einkaufsort insgesamt, multimedial unter Beweis stellen konnte.

Die Ausbreitung des SARS-CoV-2-Virus seit März 2020 hatte aber schnell auf alle Bereiche unserer Gesellschaft massive Auswirkungen. Der Geschäftsbetrieb der Heilbronn Marketing GmbH wurde davon in allen Geschäftsbereichen stark betroffen und hat das Geschäftsmodell der HMG kräftig auf den Kopf gestellt. Statt Imagebildung ging es um gesellschaftlichen Zusammenhalt und statt Großevents ging es um Absagen, Umplanungen und die Durchführung von corona-konformen Formaten. Es ging sowohl um die Unterstützung unserer langjährigen Partner v.a. im Bereich Handel, Gastronomie und Kultur als auch um das Pflegen von Netzwerken auf neuen und meist digitalen Wegen.

Insgesamt gehen alle Mitarbeitenden mit der besonderen und herausfordernden Situation verantwortungsbewusst und angemessen um und unterstützen flexible und lösungsorientierte Wege. Mit dem Betriebsrat findet ein enger und vertrauensvoller Umgang zur Umsetzung sämtlicher im Zusammenhang mit dem Arbeitsplatz und den Mitarbeitern stehenden Maßnahmen statt. Bereits Ende Februar 2020 wurde HMG-intern eine Corona-Projektgruppe mit allen Führungskräften, sowie Betriebsrat, Personalabteilung und Pressestelle eingerichtet, um den Informationsfluss zu optimieren und alle Mitarbeitenden stets auf denselben Kenntnisstand zu bringen.

Im Marketing wurden schnell kreative Ideen entwickelt, wie Events vom realen in den virtuellen Raum verlegt werden, die Idee der Veranstaltung und das Angebot unserer Partner kommuniziert werden konnte. Eine angemessene Krisenkommunikation und die Entwicklung der #wirfürHN-Kampagne zur Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts standen im Mittelpunkt der Aktivitäten.

Gerade während der Pandemie und in der sich für den Handel

und die Gastronomie verschärfenden Situation, hat sich das City Management in unterschiedlichen Rollen als „Impulsgeber“, „fördernder Kooperationspartner“ oder „eigenständiger Umsetzer“ in enger Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung und der Stadtinitiative Heilbronn dafür eingesetzt, die Multifunktionalität der Innenstadt zu erhalten und zu stärken.

Planungen, Umplanungen, Verschiebungen, Absagen und Neuplanungen bestimmten die Arbeit der „Eventler“, die zum Jahresende gemeinsam mit der Stadtverwaltung für den Aufbau und in Folge mit dem operativen Betrieb des Kreisimpfzentrums Heilbronn (KIZ) in der Stauwehrhalle beauftragt und sich damit einer völlig neuen Aufgabe stellen mussten.

Auch das touristische Jahr 2020 verlief ganz anders als geplant. In Heilbronn hatte man den Aufwind der Bundesgartenschau 2019 nutzen wollen, um als Reisedestination überregional noch besser sichtbar zu werden. Die Fokussierung auf den regionalen Markt war aber dann das Gebot der Stunde.

Letztlich galt es im Bereich Interne Services den Haushalt an die aktuellen Gegebenheiten anzupassen, einen Nachtragshaushalt für das Jahr 2020 und einen Haushalt für die Jahre 2021/2022 aufzustellen und stets schnell auf die aktuellen Entwicklungen reagieren zu können. Das Vermietungsgeschäft in den Veranstaltungsstätten brach um rund 60 Prozent gegenüber dem Vorjahr ein. Mit dem Kurzarbeitergeld der Bundesagentur für Arbeit konnten zwar einerseits Kosten abgedeckt werden, gleichzeitig steht dem durch die flexible Ausgestaltung ein enormer Aufwand der Personalabteilung gegenüber.

Positiv festzuhalten ist, dass langjährige Unternehmenspartner ihre Sponsorenzusagen auch für alternative Formate eingehalten haben und für die Mutmach- und Dankekampagne auch neue Partner gewonnen werden konnten.

Aufgrund der tagesaktuellen und von der Coronapandemie geprägten Entwicklungen, der eingeführten Kurzarbeit bei den Mitarbeitenden und der einzuhaltenden Hygieneregeln konnte das Strategiepapier 2021-2025 für die HMG nicht wie geplant in Workshops und durch Unterstützung des Strategie-Arbeitskreises mit Mitgliedern des Aufsichtsrats und der HMG fortgesetzt werden. An dessen Umsetzung soll aber gerade durch die dramatischen Entwicklungen durch die Pandemie auch weiterhin festgehalten werden, um einen verbindlichen Handlungsrahmen für die Zukunft zu definieren.

STABSBEREICH MARKETING

Im Marketing entwickeln und steuern wir die Marke Heilbronn strategisch. Wir sind Dienstleister für die Stadt Heilbronn und alle Geschäftsbereiche der Heilbronn Marketing GmbH. Wir positionieren Heilbronn regional, national und zukünftig verstärkt auch international und tragen unsere Botschaften über geeignete Medienkanäle bestmöglich an die Zielgruppen heran.

Mit unseren Produkten treten wir zeitgemäß, informativ und attraktiv auf und wecken Interesse für die sich derzeit stark verändernde Stadt.

Für den Geschäftsbereich Marketing war 2020 ein besonders arbeitsintensives Jahr, das in vielen Bereichen ein Um- und Neu-Denken erforderte, vor allem aber ein hohes Maß an Flexibilität bei allen Projekten. Neben der **Entwicklung von Kommunikations- und Werbekonzepten** für die Themen aus den Geschäftsbereichen Event, City Management und Tourismus sowie Interne Services, war auch die **Krisenkommunikation** für all diese Bereiche ein fortlaufendes Thema.

Es fand ein deutlicher Fokus auf **digitale Projekte** statt und damit eine Sichtbarmachung von Bereichen, die aufgrund der Pandemie anders nicht erlebbar gewesen wären. Unter dem Slogan **#wirfürHN** hat die Marketing-Abteilung der HMG eine Stadtmarketing-Kampagne entwickelt und in unterschiedlichen Phasen bis Ende des Jahres umgesetzt. Im Herbst wurde aus der Stabsstelle durch einen Beschluss im Aufsichtsrat ein Geschäftsbereich.

Werbung und Marketing

Neben der Konzeption und Umsetzung der **digitalen Projekte** und der **Marketing-Kampagnen** wurden im Bereich Werbung und Marketing auch der **Veranstaltungskalender** weiterentwickelt, neue **Merchandising-Artikel** kreiert und diverse Werbemittel konzipiert, sowie zahlreiche **Standardmedien** überarbeitet und neu aufgelegt.



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Trotz Pandemie wurde konsequent weiter am Ziel der **Ausweitung der Öffentlichkeitsarbeit** über die Grenzen der Region hinaus gearbeitet. 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 Pressereisen sowie Themenvorschläge an die Fachpresse waren hier Teil der Strategie. Hervorzuheben ist eine zweitägige **Pressereise von 14 Journalisten** aus ganz Deutschland, die während der Weindorf Auslese im September einer Einladung der HMG gefolgt waren. Der Fokus lag auf den Weinthemen, da die Hälfte der Teilnehmer Fachjournalisten waren. Aber auch touristische Blogger und Magazin-, bzw. Zeitungsjournalisten zeigten sich vom Angebot in Heilbronn begeistert und bildeten die Stadt entsprechend vorteilhaft in ihren Medien ab.

Zu Beginn des Jahres war der Chefredakteur des Bahn-Magazins DB Mobil für seine **Reportage „24h in einer Stadt“** in Heilbronn zu Besuch. Auch einen Redakteur des für die touristische Vermarktung der Stadt wichtigen Magazins BUS-Fahrt (Stünings GmbH) konnte die HMG im Sommer 2020 in Heilbronn betreuen und begleiten.

Der **klassische PR-Bereich**, wie der Versand von Pressemitteilungen, die Durchführung von Pressekonferenzen, das Bearbeiten von Bildanfragen, die redaktionelle Begleitung eigener Veranstaltungen oder die Bewerbung touristischer Angebote wurde weiter professionalisiert.

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. Erstmals ist es gelungen, mit dem renommierten Verlag MairDumont einen Reiseführer der Marco-Polo-Serie zu produzieren und bundesweit über den Handel zu vertreiben.

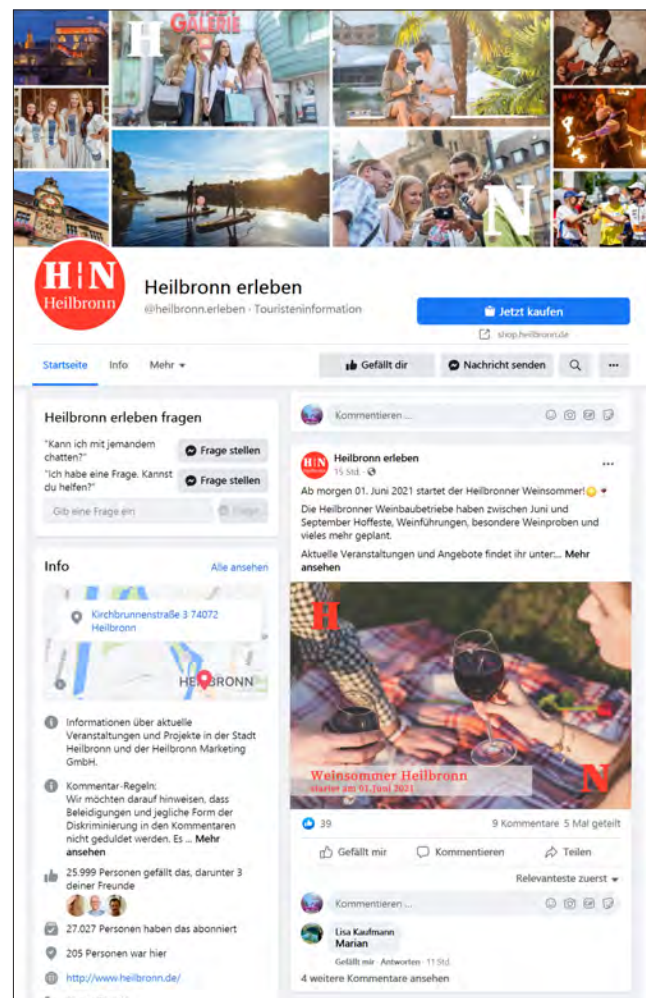
Internet und Social Media

Auch motiviert durch die Pandemie wurde 2020 ein **Fokus auf digitale Projekte** gelegt. **Event-Themen** wie der Weinsommer, Anmeldeportale für Events, aber auch Veranstaltungen wie Magie der Stimmen, Heilbronner Gartenträume oder Stadtführungen wurden komplett virtuell umgesetzt. Die 2019 gelaunchte **Website** wurde konsequent **weiter optimiert und aufgebaut**.

STABBEREICH MARKETING

Zum Ende des Jahres wurde das neue **Bilderportal** öffentlich nutzbar. Mit **zielgruppenspezifischer Werbung im Online-Bereich** konnte eine höhere Sichtbarkeit der digitalen Angebote erreicht werden.

Die **crossmediale Arbeit** im Bereich Social Media über die Kanäle Facebook, Instagram, YouTube, Twitter und LinkedIn sind zum festen Bestandteil der Kommunikation geworden und im Vergleich zu anderen Städten vergleichbarer Größe vorbildlich. Die **Nutzung dieser Kanäle**, auch für Marketing-Kampagnen, wurde 2020 **konsequent ausgebaut**. Auch konnte in den Sozialen Medien, vor allem auf Instagram, die wöchentliche Reichweite im Vergleich zu 2019 auf über 110.000 gesteigert werden. Im Schnitt wurden im diesem Jahr pro Woche 4 bis 6 Postings veröffentlicht. Ein besonderer Meilenstein war das Erreichen der 10.000 Follower-Marke auf Instagram im Oktober.



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)
- Lenkungsgruppe Masterplan Innenstadt
- AK Fußgänger- und Radverkehr
- AK Miteinander in der City
- AK Kultur
- Große Kulturrunde
- Runder Tisch der Hochschulen
- Event-Ausschuss

Das City Management beförderte und begleitete - auch als Mitglied der Lenkungsgruppe des Masterplans Innenstadt - **in Ihrer Schnittstellenfunktion** ämterübergreifende Projekte, welche die Frequenzen und die Aufenthaltsqualität der Innenstadt fördern. Unter Pandemie-Bedingungen standen auch HMG intern die bereichsübergreifenden Überlegungen zu „Alternativ-Formaten“ sowie kleineren, dezentralen Angeboten, die die Aufenthaltsqualität fördern und konform zu den Verordnungen sind, im Fokus.

Aus dem **Masterplan Innenstadt** sind zudem konkrete Anforderungen und Maßnahmen, deren Umsetzung die HMG übernehmen soll, erwachsen, wie beispielsweise die „verstärkte Bepflanzung des Kiliansplatzes“. Eine ausgewählte Maßnahme dafür war die „**Musik im Kiliansgarten**“, eine Kooperation zwischen dem Grünflächenamt und dem City Management, die im Sommer 2020 aufgrund der CoronaVO als reines Begrünungsprojekt durchgeführt wurde.

Selbstverständlich werden die HMG und das City Management auch in Zukunft Motive für den Innenstadtbuchung schaffen, versuchen die Verweildauer zu erhöhen und einen **Beitrag zur Entwicklung attraktiver Aufenthaltsorte** leisten. Dieses wird auch

in Kooperation mit Partnern aus dem Handel, der Gastronomie und der Kultur umgesetzt, um diese Branchen zu stützen und auf deren Angebote hinzuweisen.

Die Heilbronner Innenstadt ist in der Adventszeit traditionell vom Weihnachtsmarkt geprägt, wobei die **vielfältige Weihnachtsbeleuchtung**, die ebenfalls durch die HMG organisiert wird, die Innenstadt zusätzlich erstrahlen lässt. Das City Management führte die geschäftsbereichsübergreifende Projektgruppe zur Umsetzung zahlreicher Maßnahmen in der Heilbronner Innenstadt im Advent. Im Ausnahmejahr 2020 wurde, trotz Verzicht auf den Käthchen Weihnachtsmarkt, unter dem Motto „**Lichterglanz und Tannenduft in der City**“ mit zusätzlichen feinen und **kleinen Akzenten im Bereich Beleuchtung und Dekoration** ein Rahmen für ein stimmungsvolles Erlebnis und einen **atmosphärischen Einkaufsbummel geschaffen**.

Ein Schwerpunkt der Arbeit ist es, die **Angebote des Heilbronner Handels und der Gastronomie digital sichtbar zu machen**. Der durch das City Management erstellte **Shop- und Gastrofinder**, der im April 2020 online gegangen ist, umfasst mittlerweile über 600 Einträge. Das Portal (www.heilbronn.de/shopping) bildet nicht nur eine gute Übersicht über das Handelsangebot und Gastronomiebetriebe der Stadt, hier finden sich auch aktuelle Informationen darüber, welche Restaurants Essen zum Mitnehmen, Lieferservices oder Click&Collect anbieten. Im Hintergrund besteht eine Verknüpfung zum CRM-System Cobra, um die Datenpflege und die Kommunikation zukünftig schnell und effizient abbilden zu können. Zudem fördert das City Management mit gezielten Social-Media-Aktionen, und unter Einbindung der Partner aus Handel und Gastronomie, mit Serien wie „**Heilbronn liebt es auszugehen**“ oder der Adventaktion „**24 Geschenketipps aus dem Heilbronner Handel**“ die Sichtbarkeit und Nutzung des Innenstadtaggebots.

Das City Management setzte sich für eine **enge Zusammenarbeit der Innenstadtakeure** ein, hier sind vor allem die Stadtinitiative Heilbronn e.V. und die städtische Wirtschaftsförderung zu nennen, mit denen in 2020 auch einige Projekte gemeinschaftlich umgesetzt wurden. Zum Beispiel wurde um die **Digitalisierung der Innenstadt** weiter zu forcieren, ein Seminar zum „**DialogShopping**“ organisiert. Gemeinsam konzipiert wurde eine **Onlineseminarreihe für Handel und Gastronomie** mit dem Titel „**Fit für die digitale Zukunft**“, unter Einbindung der Koope-

rationenpartner, Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel und IHK Heilbronn-Franken. In kurzen, kostenlosen Seminaren für Einsteiger präsentierten die Kooperationspartner Themenbereiche wie „Social Media“, „Chancen des Digitalen“ oder „wichtige rechtliche Aspekte für die Online-Sichtbarkeit“.

Zu Beginn der Pandemie sind die genannten Partner schnell aktiv geworden und haben unter dem Motto „**Heilbronn hält zusammen**“ eine **Kampagne** ins Leben gerufen, die dazu aufrief, lokal zu kaufen und die in Heilbronn angebotenen Online- und Lieferangebote von Handel und Gastronomie zu nutzen. In diversen Medien wurde on- und offline für die lokalen Angebote geworben. Die **Support-Gutscheine** waren ein weiterer Baustein der Förderung in der Krise.

Aktuelle Informationen zu Überbrückungshilfen und Corona-Verordnung spielten in 2020 eine wichtige Rolle. Gemeinschaftlich mit der Wirtschaftsförderung der Stadt Heilbronn und der Stadtinitiative Heilbronn hat das City Management diese Informationen an Handel und Gastronomie weitergegeben und stand im engen Austausch mit den innerstädtischen Partnern, wie dem Ordnungsamt, um Fragen zu klären und zu unterstützen.



GESCHÄFTSBEREICH EVENT

Die Entwicklung der Innenstadt stand im Pandemiejahr 2020 und wird auch weiterhin besonders im Fokus stehen. Deswegen ist für das City Management zum einen der **enge Austausch mit den bundesweiten Kollegen** über **Online-Konferenzen** (z. B. bcscd) zu den Fragen „Wie kann Stadtmarketing in dieser Zeit agieren? Warum liegt in der Krise auch eine Chance?“ wichtig, um Ansätze für Heilbronn herauszufiltern und auf die individuellen Gegebenheiten anzupassen. Zum anderen spielen aber auch **Erhebungen und Studienauswertungen** eine Rolle bei den strategischen Überlegungen. Daher ist die **Betrachtung der Frequenzentwicklung** in der Innenstadt und das Vorantreiben der Datenerhebung und -analyse ein gemeinschaftliches Anliegen sowie Aufgabe der Wirtschaftsförderung und des City Managements. Ebenso gemeinsam erfolgte die Beauftragung und Begleitung der **Erhebung „Vitale Innenstädte“** (Erhebungszeitraum September 2020). Themenschwerpunkt und Jahresthema 2020 war: „Visitor Journey der Innenstadtbesucher - Wie informieren sich Innenstadtbesucher über die Stadt?“ Dabei handelt es sich um die größte Innenstadtuntersuchung für Handel, Stadtplanung und -marketing in Form einer Passantenbefragung zur Attraktivität der deutschen Innenstädte, aus der sich weitere Ansätze für die Innenstadtentwicklung ableiten lassen werden.

Mit seiner Querschnittsfunktion war das City Management auch in Fragestellungen, der durch das Liegenschaftsamt erfolgten, **Ausschreibung und Neuvergabe für die Außenwerberechte** in Heilbronn eingebunden, in welcher es die gesamtheitlichen werblichen Interessen der Stadt Heilbronn vertreten hat. Ziel war es, Formulierungen im Sinne der „Stadt Heilbronn“ zu finden und das Niveau des bisherigen Werbedrucks und der Werbepresenz für Veranstaltungen und Aktivitäten, welche „die Stadt und deren Ämter“ sowie die HMG im Auftrag der Stadt Heilbronn ausrichten, auch weiterhin beizubehalten.

Im Geschäftsbereich Event sind wir Profis im Veranstaltungsmanagement. Wir sind Fachleute für die Planung, Durchführung und Weiterentwicklung der traditionellen Heilbronner Events und entwickeln neue Formate, die zu Heilbronn passen. Unser Ziel ist es, mit überregional bedeutenden Veranstaltungen auf Heilbronn aufmerksam zu machen und als die regionale Einkaufsmetropole zu positionieren. Dadurch stärken wir die Marke Heilbronn regional und überregional.

Trotz vom durch die Corona-Pandemie stark geprägten Jahr, konnte das Eventteam der HMG dennoch zahlreiche Veranstaltungen in unterschiedlichen Formaten an rund 30 Veranstaltungstagen durchführen und anlassbezogen zahlreiche Menschen zu einem Besuch in die Innenstadt motivieren. Gingen wir anfänglich noch von Verschiebungen oder Verlegung der Events in den virtuellen Raum aus, so wurde im Verlauf der Pandemie immer klarer, dass für einen längeren Zeitraum Veranstaltungen nur unter besonderen Rahmenbedingungen, wie Einhaltung der Hygieneregeln, Zugangsbegrenzung und -kontrolle, feste Sitzplatzzuweisung und fester Programmablauf sowie Dokumentation der Teilnehmer, möglich sein werden. Veranstaltungen wie die Heilbronner Gartenträume, das Heilbronner Kinderfest, der Stimme-Firmenlauf, das Heilbronn Volksfest, das Heilbronner Weindorf, Jazz und Einkauf mit verkaufsoffenem Sonntag, der Heilbronner Lichterzauber mit Nightshopping, das Weihnachts-Nightshopping, der Heilbronner Weihnachtszirkus, der Heilbronner Käthchen Weihnachtsmarkt und der Silvesterball in der Harmonie konnten nicht stattfinden. Auch das für Juli erstmals geplante Heilbronner Neckarfestival unter dem Motto „Eintauchen. Mitschwimmen. Wohlfühlen.“ musste bereits in der Planungsphase gestoppt werden und konnte nicht stattfinden.

Der **Heilbronner Wochenmarkt** fand regelmäßig dienstags, donnerstags und samstags an ca. 150 Tagen statt und wurde gerade im vergangenen Jahr zu einem wichtigen Ort der innerstädtischen Nahversorgung, der einen großen, gemäß der Corona-Verordnung gesteuerten Zulauf unter Hygienebedingungen zu verzeichnen hatte.

Den Spaß, einen Eimer voll Käse, eine Tüte Maultaschen oder einen einzigartigen Multifunktionsschäler zu ergattern, ließen sich am letzten Februarwochenende Tausende Besucher beim **251. Heilbronner Pferdemarkt** trotz immer wieder aufkommender Sturmböen nicht nehmen. Gewohnt voll und für heutige Verhält-



nisse undenkbar, waren die Straßen am gesamten Wochenende rund um die Heilbronner Harmonie. Bei der inzwischen etablierten Scheunenparty am Samstagabend tanzten rund 600 Pferdemarktbesucher bis 24 Uhr. Lediglich am Montag konnten Händler und Marktschreier zwischen grauen Wolken und Nieselregen am Mittag etwas verschlafen. Bei den Pferdeprämierungen auf dem Gelände des Reitervereins Heilbronn am Trappensee freuten sich die Experten über die besonders hohe Qualität der vorgeführten Pferde und Ponys.

Am 29. März 2020 sollte auf mehreren Bühnen und mit vielen Chören ganz unterschiedliche Musik, beim gemeinsam mit der Chorverband Heilbronn geplanten musikalischen Großereignis **Magie der Stimmen**, erklingen. Aufgrund der Pandemieentwicklung musste dieses Event als erstes Großevent der HMG abgesagt und am 5. April 2020 in den virtuellen Raum verlegt werden. Mit vereinten Kräften wurde ein etwa 30-minütiges Online-Programm bestehend aus Musik und Aktionen des örtlichen Handels sowie der Gastronomie während des ersten Lockdowns umgesetzt und von über 40.000 Betrachtern virtuell begleitet. Mit einfachen Videobotschaften oder Videoanleitungen, beispielsweise zu Origami, Gärtnern oder auch Modethemen gaben die Akteure nicht nur Tipps gegen den Lagerkoller, sondern konnten gleichzeitig auf ihre Angebote während des Lockdowns hinweisen.

Auch die 20. Auflage des **Heilbronner Trollinger Marathons** am 17. Mai 2020 musste aus Gründen der Pandemie abgesagt und das Jubiläum verschoben werden. Gemeinschaftlich mit dem Württembergischen Leichtathletikverband (WLV) wurden aus der

„Not“ verschiedene Aktionen geboren, die den beliebten Lauf und eines der größten Sportereignisse im Norden Baden-Württembergs nicht in Vergessenheit geraten ließen. Der „Virtuelle Trolli“ und der „Trolli im Autokino“ mit Talkrunde mit Anekdoten aus 20 Jahren „Trolli“ moderiert vom Chefredakteur der Heilbronner Stimme, Uwe Heer, und der Präsentation des Films „Sein letztes Rennen“ mit Dieter Hallervorden, fanden einen großen Zuspruch. Auf Facebook erhielt das Videotagebuch „42 Tage – 42 Kilometer“ äußerst positive Resonanz und konnte den Läufer*innen somit ein wenig Lauffreude auf der original Trolli-Laufstrecke bereiten.

Zum ersten Mal nach der Bundesgartenschau 2019 wurde die **Fährleibühne** am Neckar bei der Alten Reederei mit einem Programm bespielt. Diese herrliche Location wird seit 2020 durch die HMG betreut. Über einen Zeitraum von sieben Wochen im Juli und August konnte immer donnerstags einem kulturinteressierten Publikum ein abwechslungsreiches Programm angeboten werden. Den Auftakt dazu machte der **SWR4 Mundartsommer** mit Christina Rieth und Ernst Mantel. Die Besucher hatten viel zu lachen und konnten für einige Momente die Pandemie vergessen. Beim **Sommerabend der Kulturen** hat die HMG zusammen mit dem Netzwerk der Kulturen einen Einblick in die musikalische Welt und in die Geschichte fremder Welten geben. Die lauen Sommerabende mit Musik, Tanz und Geschichten waren für viele Besucher wie ein Stück Urlaub. Mit Hygienekonzept konnte pro Veranstaltung ca. 120 Besuchern kostenfrei Kultur am Neckar angeboten werden.

GESCHÄFTSBEREICH EVENT

Auch der **Tag des Liebesschlösses** an der Götzenturmbrücke wurde zum 10-jährigen Jubiläum nur mit einem kleinen Kunstwerk ohne Publikum gewürdigt. Die Initiatoren Ingrid und Hans A. Hey hängten das vom Kölner Künstler Peter Krahn speziell gefertigte herzförmige Kunstwerk mit dem Heilbronner Stadtwappen und der goldenen Inschrift „10 Jahre Liebesschlösser in Heilbronn“ an die Götzenturmbrücke.

Ein Konzept, das in der Krise entstand, hat neue Qualität hervorgebracht. Das ist die Hauptaussage der Bilanz, die die Veranstalter der **Heilbronner Weindorf Auslese** nach elf Tagen Programm vom 10. bis 20. September 2020 im Stadt- und Landkreis ziehen. Dabei sollte die Weindorf Auslese nie als Ersatz für das beliebte Fest rund um das Rathaus gesehen werden. Das alternative Konzept der Heilbronner Weindorf Auslese bestand aus neuen, kreativen und qualitativen Inhalten, die kurzfristig für die elf Veranstaltungstage im September ins Leben gerufen wurden. Ein Programm von mehr als 140 Veranstaltungen an rund 30 Orten im ganzen Stadt- und Landkreis öffnete Besucher*innen vielfältige Möglichkeiten den Wein in der Region zu erleben und zu genießen. Die Öffnung von bisher im geschlossenen Kreis unter den Erzeugern veranstalteten Weinproben im Rahmen des Weindorfs, wie die Premiumweinprobe, die Burgunderweinprobe oder die verdeckte Weinprobe, wurden sehr gut angenommen.



Der **Heilbronner Hafenmarkt** ist eine Institution: Bereits seit dem Jahr 1487 kommen Töpfer mit ihren Waren in die Stadt. Um diese Traditionsveranstaltung trotz Corona zu ermöglichen, hat die HMG ein Marktconcept unter Pandemiebedingungen mit großem Erfolg umgesetzt. Rund 40 Töpfer waren aus dem gesamten Bundesgebiet angereist und boten ihre Ware vor insgesamt 6.700 registrierten Besuchern feil.

Nachdem der für Juni geplante **Cityflohmarkt** der Pandemie zum Opfer fiel, konnte mit einem **Floh- und Antiquitätenmarkt im Deutschhof** Ausstellern und Publikum am 10. Oktober 2020 mit 25 Antiquitäten-, Trödel- und Kunsthandwerkständen ein kleiner Ersatz inmitten der Stadt angeboten werden. Am selben Tag fand, anstelle auf der Neckarmeile, auf der Theresienwiese der **deutsch-holländische Stoffmarkt** statt. Ein gut durchdachtes Hygienekonzept mit einer Einlassgrenze von gleichzeitig max. 500 Besuchern, ermöglichte die erfolgreiche Durchführung dieser Veranstaltung.

GESCHÄFTSBEREICH TOURISMUS

Im Geschäftsbereich Tourismus entwickeln wir innovative touristische Produkte und vermarkten die Reisedestination Heilbronn im In- und Ausland. Wir sind ein verlässlicher Partner für die Tourismuswirtschaft und bieten dem interessierten Reisenden als Heilbronn-Spezialist das umfangreichste Angebot. Durch unsere Aktivitäten fördern und stärken wir die Marke Heilbronn, die Bekanntheit und den Erfolg der touristischen Angebote der Stadt im Aufbruch.

Reiseangebote

Das touristische Angebot der HMG wurde auch für 2020 zielgruppenorientiert geschärft, systematisch strukturiert und weiterentwickelt. Der Städtetourismus startete im Januar und Februar 2020 auch im landesweiten Vergleich vielversprechend mit Zuwächsen. Dabei half sicherlich der Schwung der Bundesgartenschau Heilbronn 2019. Mit den Partnern wurden neue Angebote zu den Themen „Wein“ und „Neckar“ sowie „Kultur und Kunst“ generiert. Insbesondere für und mit der experimenta wurden attraktive Pauschalen aufgelegt. Gemeinsam mit den rund 50 Stadtführern konnten neue Ideen wie die Schlenkerweinprobe durch die Heilbronner Innenstadt, die City-Tour mit dem Hund und zahlreiche Architekturthemen rund um den Bildungscampus und das Stadtquartier Neckarbogen entwickelt und angeboten werden.

Durch die Pandemie wurde der Tourismus weltweit und insbesondere der Städtetourismus ab März 2020 komplett stillgelegt und zeitweise behördlich untersagt. Die partielle Erholung im Sommer 2020 wurde für die lokalen und regionalen Tourismusakteure genutzt. Auf niedrigem Niveau und unter Berücksichtigung der Hygienevorschriften konnten Führungen angeboten werden, abgerundet wurden diese durch zwei erfolgreiche neu konzipierte Tourismusaktionstage unter dem Motto „Urlaub in Heilbronnien“.

Touristischer Vertrieb

In Eigenregie und Kooperation mit dem Paketanbieter STB-Reisen/GetYourGroup wurde das touristische Gruppenreisegeschäft vorgeplant und mit neuen Angeboten weiter forciert. Das Online-Portal ermöglicht Reisebüros, Bus- und Gruppenreiseveranstalter die direkte Buchung von Reisepaketen, Hotels und sonstigen touristischen Leistungen. Seit Oktober 2020 ist den Hotels ausschließlich eine Beherbergung im Geschäftsreiseturismus erlaubt - eine Betätigung im Freizeiturlaub ist untersagt. In den Lockdown-Monaten wurde eine touristische Adressdaten-

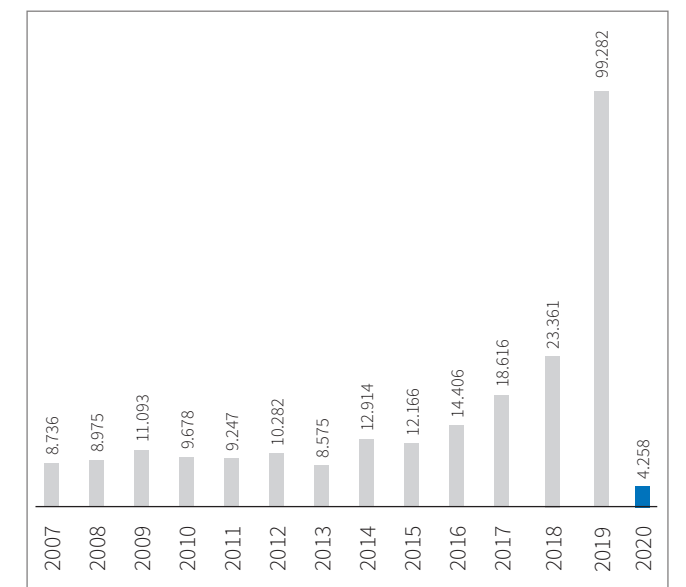
bank mit über 5.000 qualifizierten Adressen erarbeitet, um den Vertrieb für die Zeit nach dem Reiseverbot schnell ankurbeln zu können.

Potentiale sieht die HMG weiterhin im Event- und Tagungsbereich auch in Verbindung mit der Hotelenerweiterung der Harmonie. Um dieses Potential zu eruieren, wurde im Dezember 2020 eine Kooperation mit der HS Heilbronn und dem Land Baden-Württemberg im „Brückenprogramm Tourismus“ eingegangen. Im Rahmen dieses Förderprojektes soll die nachhaltige Stärkung des MICE-Tourismus nach der Pandemie-Situation erreicht werden.

Stadtführungen und Hop-On-Hop-Off-Bus

Nach 92.165 Personen im Jahr 2019, konnten im Jahr 2020 gerade einmal 2.996 Teilnehmer an Stadtführungen und Reiseprogrammen gezählt werden. Um den Stadtführern partiell die Ausübung der Tätigkeit zu ermöglichen, wurden 2020 audiovisuelle Stadtführungen ins Leben gerufen, die eine kontaktfreie Tour rund um die Heilbronner Sehenswürdigkeiten online und offline bereitstellen. Dieses Angebot wird weiter ausgebaut und erfährt gerade in Pandemiezeiten einen guten Zuspruch.

Die Fahrten im Hop-On-Hop-Off-Bus wurden durch den touristischen Lockdown nur spärlich angenommen. Insgesamt konnten 1.262 Teilnehmer gezählt werden (vergleichsweise rund 7.100 Gäste 2019). In Vorarbeit für die Saison 2021 wurde 2020 eine zusätzliche Audioversion in „Heilbronner Wengert Mundart“ erarbeitet.



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

GESCHÄFTSBEREICH TOURISMUS

Tourist-Information Heilbronn

Als zentrale Anlauf- und Informationsstelle für Gäste und Bürger ist die Tourist-Information seit März 2020 nur eingeschränkt im Betrieb. In der größten Vorverkaufsstelle der Region wurde 2020 nahezu ausschließlich Rückabwicklungen der Kartenvorverkäufe im Auftrag der Veranstalter erledigt. Die Kolleginnen befinden sich seit Mitte Mai 2020 in Kurzarbeit.

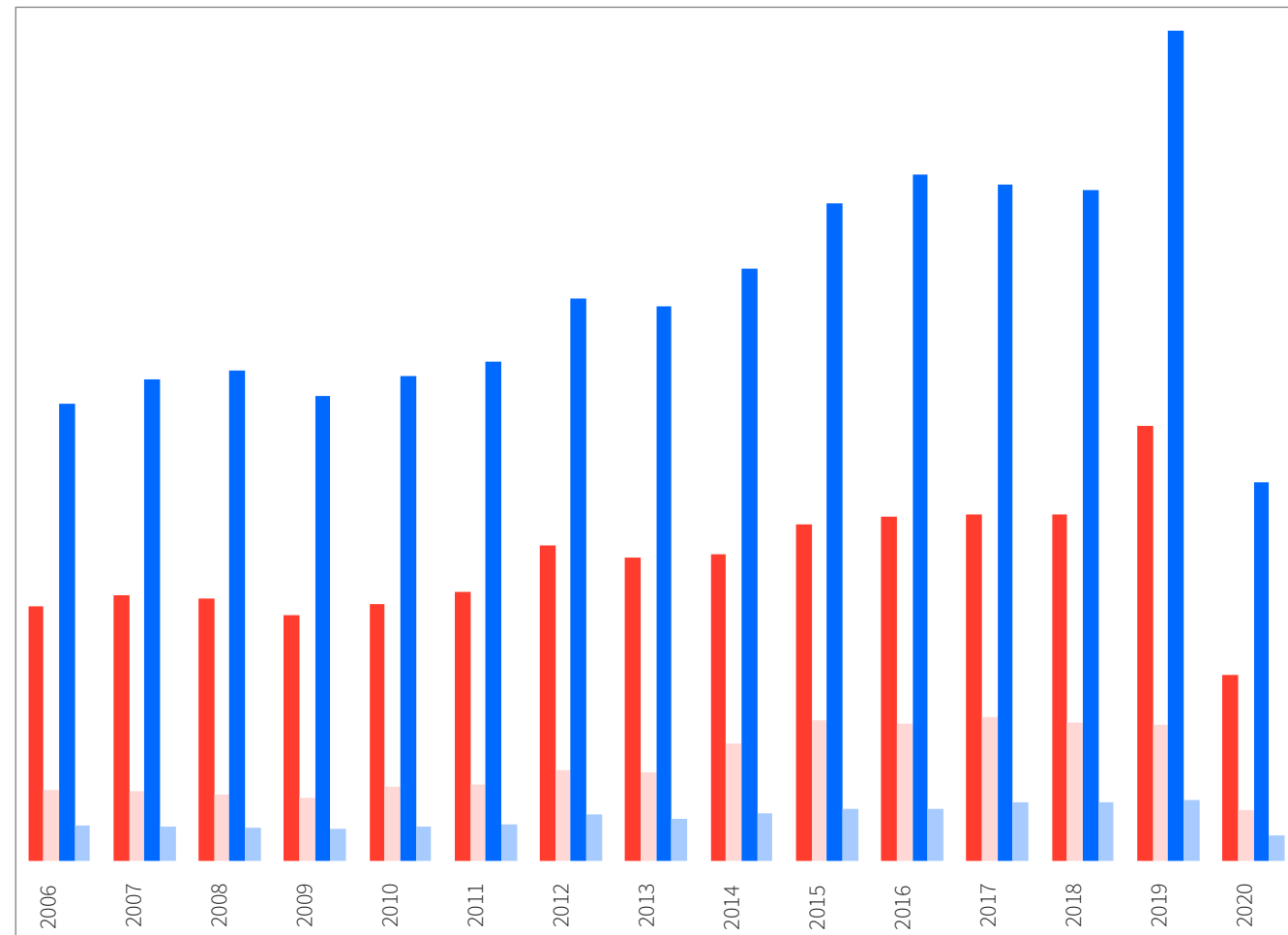
Messen und Workshops

Die Heilbronn Marketing hat an folgenden Messen und Workshops teilgenommen:

- CMT Stuttgart 11. bis 20. Januar 2020
- GROSS Reisemarkt Heilbronn 2./3. Februar 2020
- Der gebuchte Stand auf der ITB Berlin (4. bis 8. März 2020) wurde vier Tage vor Messebeginn ersatzlos abgesagt.

Tourismusstatistik 2020

Im Bundesgartenschaujahr 2019 hat die Stadt wie erwartet mit 418.527 Übernachtungen einen neuen Höhepunkt erreicht. Die 190.704 Übernachtungen 2020 im Stadtkreis Heilbronn ergeben einen Rückgang von ca. 54,4% gegenüber dem Vorjahr. Seit 2013 stiegen die Übernachtungszahlen Heilbronn kontinuierlich um rund 50 Prozent an. 2020 musste ein Rückgang der Gästeankünfte auf 93.516, dies entspricht einem Rückgang um 57,3%, durch das Statistische Landesamt gezählt werden. Insgesamt 550 neue Hotelbetten wurden bis zum Jahresende 2020 realisiert und hätten bei der sonst üblichen hohen Auslastung der angebotenen Schlafgelegenheiten in den Beherbergungsbetrieben Erleichterung geboten.



Tourismusstatistik Heilbronn im 15-Jahres-Vergleich

■ Arrivals ■ Foreign Arrivals ■ Stays ■ Foreign Stays

Jahr	Ankünfte Heilbronn				Übernachtungen Heilbronn				Aufenthaltsdauer in Tagen	Ø-liche Bettenauslastung in %	Anzahl Betten	Anzahl Betriebe
	gesamt	Vergleich zum Vorjahr in %	Auslands-gäste	Vergleich zum Vorjahr in %	gesamt	Vergleich zum Vorjahr in %	Auslands-gäste	Vergleich zum Vorjahr in %				
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
2019	219.161	25,3	30.628	3,7	418.527	23,7	68.296	-1,7	1,9	52,8	2.187	28
2020	93.516	-57,3	12.448	-59,4	190.704	-54,4	25.633	-62,5	2,0	23,4	2.361	28

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

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.

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



GESCHÄFTSBEREICH INTERNE SERVICES

Im Geschäftsbereich Interne Services sorgen wir für den reibungslosen Ablauf des Geschäftsbetriebs (Finanzbuchhaltung, Organisation und Personalabteilung) der Heilbronn Marketing GmbH. Wir sind Partner für Event- und Konzertagenturen und Veranstalter, welche in den städtischen Veranstaltungsstätten (Harmonie, Bürgerhaus, Alte Kelter, Schießhaus, Theresienwiese, Neckarbühne) Veranstaltungen durchführen.

Die im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie erlassenen verschiedenen Verordnungen mit dem Verbot zur Durchführung von Veranstaltungen jeglicher Art wirkten sich ab März 2020 sehr stark auf die Anzahl und die Besucherfrequenz in den von der Gesellschaft betreuten Veranstaltungsstätten inklusive dem Festplatz Theresienwiese aus. In Summe konnten lediglich rund 100.000 bis 125.000 Besucher (Vorjahr 2019 rund 500.000 bis 550.000 Besucher) bei rund 200 Veranstaltungen (Vorjahr 2019 ca. 500 Veranstaltungen) registriert werden. Einhergehend damit ging die Auslastung und somit auch der Ertrag auf ein Niveau von rund 40 Prozent im Vergleich zum Vorjahr 2019 zurück.

Konzert- und Kongresszentrum Harmonie

Neben der corona-bedingten eingeschränkten Vermietungstätigkeit im Jahr 2020 war auf Grund sanierungsbedingter Maßnahmen die Schließung des Theodor-Heuss-Saals vom 23. Juni bis 19. September 2020 (Einbau eines neuen Parkettbodens) und des Wilhelm-Maybach-Saals vom 27. Juli bis 16. September 2020 (Erneuerung der Trennwand) einschneidend.

Mit lediglich 53.339 Besuchern (Vorjahr 155.317) bei nur 131 Veranstaltungen (Vorjahr 307) musste die Harmonie im Berichtsjahr eine historisch schlechte Auslastung verkraften. Messen, Kongresse, Tagungen und Hauptversammlungen renommierter Unternehmen, aber auch Konzerte nationaler und internationaler Künstler und Orchester wie z. B. das Württembergische Kammerorchester oder das Heilbronner Sinfonieorchester mussten nach Auftreten der Corona-Pandemie ab Mitte März 2020 abgesagt oder auf Termine im Jahr 2021 bzw. Jahr 2022 verlegt werden. Regelmäßig konnten in den Räumen der Harmonie nur noch Veranstaltungen durchgeführt werden, die nicht unter das Verbot der Corona-Verordnungen gefallen sind, wie z. B. Gremiensitzungen der Stadt Heilbronn, Prüfungen der IHK Heilbronn-Franken oder besucherbeschränkte Konzertreihen des WKO.

Die Eröffnung des Parkhotels Heilbronn GmbH im September 2020 brachte zumindest im Jahr 2020 keine Impulse für eine höhere Auslastung der Harmonie; die angedachte Koopera-

tion zwischen der Gesellschaft und den Betreibern der Parkhotel Heilbronn GmbH zur Optimierung der Belegung mit Kongressen, Tagungen und Firmenveranstaltungen wurde vorerst auf Eis gelegt. Gastronomisch wird die Harmonie unverändert durch die Voltino-Gastronomie bewirtschaftet.

Bürgerhaus Böckingen

Auch im Bürgerhaus Böckingen machte sich die corona-bedingte eingeschränkte Vermietungstätigkeit im Berichtsjahr sehr stark bemerkbar. Zudem war der Große Saal wegen Sanierung des Fußbodens im Foyer vom 2. Juni bis 6. September 2020 und der Kleine Saal wegen Renovierung der Decke vom 18. Juni bis 31. Oktober 2020 geschlossen. Dementsprechend waren die Belegungszahlen im Bürgerhaus Böckingen im Jahr 2020 sehr stark rückläufig: konnten im Vorjahr 2019 bei 121 Veranstaltungen noch 14.447 Besucher gezählt werden, waren es im Jahr 2020 bei 39 Veranstaltungen lediglich 4.740 Besucher. Gastronomisch wird die Veranstaltungsstätte durch das Bürgerhaus Restaurant bewirtschaftet.

Schießhaus

Das Schießhaus mit seinem Rokokosaal bildet eigentlich den idealen Rahmen für klassische Konzerte, repräsentative Anlässe, Familienfeiern, Preisverleihungen, Seminare und Ausstellungen. Nahezu alle gebuchten Veranstaltungen, vor allem Hochzeitsfeiern, sind der Corona-Pandemie geschuldet abgesagt worden. Seit September 2020 führt das Standesamt der Stadt Heilbronn einmal wöchentlich standesamtliche Trauungen durch, sodass zumindest an einigen Tagen im Jahr 2020 noch Vermietungen vorgenommen werden konnten. Die Belegungszahlen im Schießhaus sind mit 959 Besuchern (Vorjahr 2.256) bei nur 23 Veranstaltungen (Vorjahr 37) Veranstaltungen drastisch zurückgegangen.

Alte Kelter Sontheim

Die Alte Kelter wird ganzjährig vom Tanzclub ATC Blau-Gold der TSG Heilbronn als Trainingsstätte genutzt. Auch diese Nutzung war im Jahr 2020 nur sehr stark eingeschränkt möglich und beschränkte sich zeitweise nur auf Trainingstage für Profitanzpaare. Weitere Vermietungen an Vereine mit Sitz im Stadtteil Sontheim zur Durchführung von kleinen Veranstaltungsformaten fanden im Berichtsjahr nicht statt mit der Folge, dass keine Veranstaltungen und demzufolge auch keine Besucher registriert werden konnten. Im Vorjahr 2019 fanden noch 7 Veranstaltungen mit 1.785 Besuchern statt.

Festplatz Theresienwiese

Traditionell finden auf der Theresienwiese Großveranstaltungen wie das Heilbronner Maifest, das Heilbronner Volksfest, der Heilbronner Weihnachtscircus und bis zu zwölf Flohmarktveranstaltungen je Jahr statt. Geplant war zudem im Berichtsjahr die erstmalige Durchführung der Herbstmesse Heilbronn mit fünf Messetagen. Mit Ausnahme von zwei Flohmärkten, dem Stoffmarkt, der von der Neckarmeile auf die Theresienwiese verlegt wurde und dem Autokino, das vom 17. April bis 7. Juni 2020 rund 25.000 Besucher verzeichnen konnte, wurden alle vorgenannten Veranstaltungen corona-bedingt abgesagt mit der Folge, dass die Auslastung und der Ertrag im Berichtsjahr drastisch eingebrochen ist. Seit Mitte September 2020 wird eine Teilfläche der Theresienwiese bis auf Weiteres als Corona-Drive-In-Teststelle und Fieberambulanz genutzt.

Personal

Im Berichtsjahr sind insgesamt 853 Überstunden angefallen (Vorjahr 2.277), die von den Mitarbeitenden ins Folgejahr 2021 übernommen werden konnten. Die 80-Stunden-Ampelregelung wurde unverändert angewendet mit der Folge, dass darüber hinausgehende geleistete Überstunden der Mitarbeitenden zum Stichtag 31.12.2020 verfallen sind. Um nachhaltig Personalkosten einzusparen, wurde auf Basis des seit 1. April 2020 gültigen TV-COVID am 27. April 2020 eine Betriebsvereinbarung zur Einführung von Kurzarbeit mit dem Betriebsrat der Gesellschaft abgeschlossen. Die Bundesagentur für Arbeit hat Kurzarbeitergeld für Beschäftigte der Gesellschaft, die von einem erheblichen Arbeitsausfall betroffen sind, bis 31. Dezember 2020 bewilligt. Kurzarbeit für Mitarbeitende der Gesellschaft aus den Geschäftsbereichen Interne Services, Event und Tourismus, die von erheblichen Arbeitsausfällen betroffen waren, wurde daraufhin von Mitte Mai bis Dezember 2020 eingeführt und wird solange fortgeführt, bis ein normaler Geschäftsbetrieb im Jahr 2021 wieder möglich sein wird.

Bilanz

zum 31. Dezember 2020

Aktiva in EUR	31.12.2020	31.12.2019
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände entgeltlich erworbene Software	8.771,00	8.266,00
II. Sachanlagen andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	71.768,00	80.586,00
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte Fertige Erzeugnisse und Waren	47.648,36	41.351,11
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	21.592,01	157.472,37
2. Forderungen gegenüber Gesellschaftern	18.661,17	20.779,33
3. Sonstige Vermögensgegenstände	23.552,02	11.018,72
	63.805,20	189.270,42
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	969.123,57	1.498.877,15
C. Rechnungsabgrenzungsposten	1.850,00	4.296,39
	1.162.966,13	1.822.647,07

Passiva in EUR	31.12.2020	31.12.2019
A. Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	50.000,00	50.000,00
B. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	251.236,00	243.247,00
2. Sonstige Rückstellungen	209.400,00	227.600,00
	460.636,00	470.847,00
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	41.523,00	49.132,74
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	182.044,38	484.939,64
3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	209.093,02	473.984,73
4. Sonstige Verbindlichkeiten	212.238,21	278.331,22
	644.898,61	1.286.388,33
D. Rechnungsabgrenzungsposten	7.431,52	15.411,74
	1.162.966,13	1.822.647,07

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

vom 01.01. bis 31.12.2020 in EUR	31.12.2020	31.12.2019
1. Umsatzerlöse	973.571,11	3.706.892,18
2. Sonstige betriebliche Erträge	54.160,67	15.289,79
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	58.698,12	85.308,52
b) Personalgestellung Stadt Heilbronn	546.334,38	516.879,01
	605.032,50	602.187,53
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	1.733.502,28	2.003.440,89
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung davon für Altersversorgung EUR 164.335,08 (Vj.: EUR 184.977,20)	551.773,49	595.809,40
	2.285.275,77	2.599.250,29
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	44.357,75	60.642,02
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.096.741,22	3.960.049,36
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	162,42	2.425,24
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	6.944,16	8.095,38
9. Ergebnis nach Steuern	-4.010.457,20	-3.505.617,37
10. Sonstige Steuern	21.916,34	465,00
11. Jahresfehlbetrag	4.032.373,54	3.506.082,37
12. Entnahmen aus der Kapitalrücklage	4.032.373,54	3.506.082,37
13. Bilanzgewinn	0,00	0,00

Entwicklung des Anlagevermögens

vom 01.01. bis 31.12.2020

in EUR	Buchwert 01.01.20	Zugang 2020	Abgang 2020	Abschreibung 2020	Buchwert 31.12.20
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
EDV-Software	8.266,00	7.680,00	0,00	7.175,00	8.771,00
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	8.266,00	7.680,00	0,00	7.175,00	8.771,00
II. Sachanlagen					
Betriebs- und Geschäftsausstattung					
a) EDV-Einrichtung, Hardware	6.406,00	0,00	3.790,00	2.174,00	442,00
b) Betriebs- und Geschäftsausstattung	10.460,00	4.713,00	2,00	4.383,00	10.788,00
c) Büroeinrichtung	1.366,00	0,00	3,00	340,00	1.023,00
d) Anlagevermögen BgA „Märkte“	5.947,00	0,00	0,00	1.372,00	4.575,00
e) Ausstattung Käthchenhaus	1.931,00	0,00	0,00	281,00	1.650,00
f) Investitionen Marrahaus	54.259,00	4.016,40	0,00	6.576,40	51.699,00
g) Informationstafeln	1,00	1.569,00	0,00	66,00	1.504,00
h) Messesystem	216,00	0,00	0,00	129,00	87,00
i) Geringwertige Wirtschaftsgüter	0,00	21.861,35	0,00	21.861,35	0,00
Summe Sachanlagen	80.586,00	32.159,75	3.795,00	37.182,75	71.768,00
Summe Anlagevermögen	88.852,00	39.839,75	3.795,00	44.357,75	80.539,00



Anhang zum Jahresabschluss

31. Dezember 2020

Allgemeine Angaben zum Jahresabschluss

Der Jahresabschluss zum 31.12.2020 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 31.12.2019 wurde am 23.09.2020 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 28.09.2020 im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht. Zudem wurde die öffentliche Bekanntmachung in der Stadtzeitung Heilbronn vom 07.10.2020 und durch Auslage zur Einsichtnahme in den Geschäftsräumen der Tourist-Information vom 08.10. bis 15.10.2020 publiziert.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren unverändert die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden maßgebend: Erworbene **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 2018 G) bewertet. Für die Abzinsung wurde der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer Laufzeit von 15 Jahren von 2,30 % (Vj.: 2,71 %) 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 22 (Vj.: TEUR 23). 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	2020	2019
entgeltlich erworbene Software	8.771,00	8.266,00

II. Sachanlagen

in EUR	2020	2019
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	71.768,00	80.586,00

B. UMLAUFVERMÖGEN

I. Vorräte

in EUR	2020	2019
Bestand Souvenirartikel	47.648,36	41.351,11

Die Bestandsaufnahme wurde durch erweiterte Stichtagsinventur unter Teilnahme des Wirtschaftsprüfers am 4. Januar 2021 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	2020	2019
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	21.992,01	160.272,37
Pauschalwertberichtigung Forderung	-400,00	-2.800,00
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	21.592,01	157.472,37

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

2. Forderungen gegenüber Gesellschaftern

in EUR	2020	2019
Verkehrsverein Heilbronn e. V.	4.848,90	6.000,00
stadtinitiative Heilbronn e. V.	8.812,27	9.779,33
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	18.661,17	20.779,33

Die **Forderungen** entstanden durch ausstehende Einlagen in die Kapitalrücklage für das Geschäftsjahr 2020 und durch Verrechnungen aus dem Liefer- und Leistungsverkehr.

3. Sonstige Vermögensgegenstände

in EUR	2020	2019
Forderungen ggü. Bundesagentur	11.630,85	0,00
Debitorische Kreditoren	8.830,14	1.934,73
VK Ausgleichswerk Vorverkauf	2.936,03	3.437,82
Gutscheine Stadt Heilbronn	155,00	250,00
Geldtransit EC-Karten	0,00	3.968,80
Sonstige	0,00	958,30
Geldtransit	0,00	469,07
Sonstige Vermögensgegenstände	23.552,02	11.018,72

III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten

in EUR	2020	2019
Kreissparkasse Konto 79017	862.623,85	1.380.802,20
Kreissparkasse Konto 15010810	100.191,44	100.237,24
Kreissparkasse Konto 79031	1.152,86	0,00
Kreissparkasse Konto 10159233	708,05	10.363,89
Kasse Tourist-Information	2.462,68	5.799,63
Handkassen	1.984,69	1.674,19
Kassenbestand/Guthaben bei Kreditinstituten	969.123,57	1.498.877,15

C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

in EUR	2020	2019
Aktive Rechnungsabgrenzung	1.850,00	4.296,39

D. Summe AKTIVA

in EUR	2020	2019
Summe AKTIVA	1.162.966,13	1.822.647,07

Erläuterungen

zu einzelnen Posten der Bilanz – PASSIVA

A. EIGENKAPITAL

I. Gezeichnetes Kapital

in EUR	2020	2019
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:

in EUR	2020	2019
Stand Kapitalrücklage zum 01.01.2020	0,00	
Zuführung Berichtsjahr	4.032.373,54	
Auflösung Berichtsjahr	-4.032.373,54	
Stand Kapitalrücklage zum 31.12.2020	0,00	

B. RÜCKSTELLUNGEN

1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

in EUR	2020	2019
Pensionsrückstellung	251.236,00	243.247,00

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 in 2004 eine Pensionsrückstellung gebildet.

2. Sonstige Rückstellungen

in EUR	2020	2019
Sonstige Rückstellungen	91.300,00	48.500,00
Urlaubs- und Gleitzeitguthaben	72.000,00	136.600,00
sonstige Personalkosten	5.500,00	5.500,00
Abschluss- und Prüfungskosten	15.500,00	15.000,00
Aufbewahrung	5.800,00	5.800,00
Unterlassene Instandhaltung	10.000,00	6.000,00
Betriebskostenabrechnungen	9.300,00	10.200,00
Sonstige Rückstellungen	209.400,00	227.600,00

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 gebildet. In Höhe der zu erwartenden Kosten für die Jahresabschlusserstellung und die Ausfertigung der Steuererklärungen des Berichtszeitraums war eine Rückstellung zu bilden. Die sonstigen Rückstellungen beinhalten zudem eine Rückstellung für Altersteilzeitverpflichtungen.

C. VERBINDLICHKEITEN

Sämtliche Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

in EUR	2020	2019
Kreissparkasse Darlehen	41.523,00	49.075,00
Kreissparkasse Girokonto 79031	0,00	57,74
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	41.523,00	49.132,74

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	2020	2019
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	182.044,38	484.939,64

3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern

in EUR	2020	2019
Rückzahlungsanspruch aus Überzahlungen Stadt Heilbronn	175.626,46	434.917,63
Darlehen neue Tourist-Information	33.681,19	45.580,19
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	48.661,93	73.407,04
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-55.841,12	0,00
Umsatzsteuerverrechnung Berichtsjahr	-14.486,78	-79.920,13
Nicht abziehbare Vorsteuer	21.451,34	0,00
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	209.093,02	473.984,73

Die **Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern** enthalten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 40 (VJ: 73).

4. Sonstige Verbindlichkeiten

in EUR	2020	2019
Eigene Gutscheine	75.439,91	0,00
Fremdgeld	41.805,00	0,00
Lohn- und Kirchensteuer	33.304,11	39.628,00
Koordinierungsstelle Wein & Tourismus	22.436,32	22.436,32
Stadtwerke Fahrscheine	16.376,80	37.997,10

VK Gutscheine Stadt HN für Studenten	10.800,00	0,00
Kreditkartenabrechnung	6.708,41	8.203,01
soziale Sicherheit	2.622,67	4.148,50
VK Kartenvorverkauf	1.831,50	113.550,80
Sonstige	681,64	46.965,29
VK Kommissionsware	208,85	0,00
Kreditorische Debitoren	23,00	5.402,20
Sonstige Verbindlichkeiten	212.238,21	278.331,22

Die **Sonstigen Verbindlichkeiten** enthalten Verbindlichkeiten aus Steuern in Höhe von TEUR 33 (VJ: TEUR 40) sowie Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit in Höhe von TEUR 3 (VJ: TEUR 4).

D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

in EUR	2020	2019
Passive Rechnungsabgrenzung	7.431,52	15.411,74

E. SUMME PASSIVA

in EUR	2020	2019
Summe PASSIVA	1.162.966,13	1.822.647,07

5. Sonstige Angaben

Haftungsverhältnisse

Zum Bilanzstichtag bestanden keine Haftungsverhältnisse im Sinne § 251 HGB.

Erläuterungen

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Zum Bilanzstichtag bestehen folgende sonstige finanzielle Verpflichtungen:

in TEUR

Verpflichtungen aus	< 1 Jahr	2-5 Jahre	> 5 Jahre	Gesamt
Mietverträgen	234,00	421,00	526,00	1.181,00
Leasing	120,00	283,00	22,00	425,00
Übrige	14,00	0,00	0,00	14,00
Altersversorgung	0,00	0,00	0,00	0,00
Summe	368,00	704,00	548,00	1.620,00

Angaben nach § 285 Nr. 21 HGB

Die Gesellschaft hat als Darlehensnehmerin mit der Stadt Heilbronn als Darlehensgeber zinslose Darlehensverträge abgeschlossen, die entsprechend der Vereinbarung 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 31.12.2020: EUR 33.681,19.



1. Umsatzerlöse

in EUR	2020	2019
Veranstaltungsstätten	356.658,55	948.517,37
Feste/Veranstaltungen	69.727,58	857.733,03
Festplätze	37.332,50	147.347,62
Touristik	66.461,89	916.941,35
Märkte	134.221,58	382.236,89
Werbung/Marketing	79.327,71	281.808,07
Sonstige (Verwaltung, Stadt-/Wein-/Tourismusmarketing)	229.841,30	172.307,85
Summe Umsatzerlöse	973.571,11	3.706.892,18

2. Sonstige betriebliche Erträge

in EUR	2020	2019
Sonstige	26.085,36	342,96
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	18.381,78	12.797,57
Erstattungen AufwendungsungleichsG	5.397,48	0,00
Erträge aus der Herabsetzung der Pauschalwertberichtigung auf Forderungen	2.400,00	1.800,00
Erlöse aus Sachanlageverkäufen	1.571,05	200,00
Erträge aus Kassendifferenzen	226,50	0,00
Erträge aus abgeschriebenen Forderungen	98,50	149,26
Sonstige betriebliche Erträge	54.160,67	15.289,79

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind TEUR 43 (VJ: TEUR 13) periodenfremde Erträge enthalten. Diese betreffen im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen.

3. Materialaufwand

a) Aufwand für bezogene Waren

in EUR	2020	2019
Wareneinkauf/Souvenirs	65.313,73	85.847,76
Erhaltene Skonti	-318,36	-52,31
Bestandsveränderungen	-6.297,25	-486,93
Aufwand für bezogene Waren	58.698,12	85.308,52

b) Personalgestellung durch Stadt Heilbronn

in EUR	2020	2019
Personalgestellungskosten	546.334,38	516.879,01

4. Personalaufwand

a) Löhne und Gehälter

in EUR	2020	2019
Löhne und Gehälter	1.778.221,77	1.944.528,20
Aushilfslöhne/-gehälter	35.333,28	56.490,44
Vermögenswirksame Leistungen	1.355,08	1.441,56
Sonstige	296,87	980,69
Erstattungen aus Kurzarbeitergeld	-81.704,72	0,00
Personalaufwendungen	1.733.502,28	2.003.440,89

b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung

in EUR	2020	2019
Sozialversicherung	411.798,27	390.885,20
Beiträge Zusatzversorgung	137.199,98	159.241,62
Freiwillige soziale Leistung	37.777,70	19.947,00
Aufwendungen für Altersversorg.	20.257,27	19.766,85
Beiträge Unfallversicherung	6.297,83	5.388,73
Beiträge KAV	580,00	580,00
Erstattungen aus Kurzarbeitergeld	-62.137,56	0,00
Soziale Abgaben	551.773,49	595.809,40

In den sozialen Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung sind TEUR 164 (VJ: TEUR 185) Aufwendungen für Altersversorgung enthalten.

5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen

in EUR	2020	2019
Betriebs- und Geschäftsausstattung	15.321,40	13.883,46
Sofortabschreibung GWG	21.861,35	40.218,56
immaterielle Vermögensgegenstände	7.175,00	6.540,00
Summe Abschreibungen	44.357,75	60.642,02

6. Sonstige betriebliche Aufwendungen

in EUR	2020	2019
Veranstaltungsstätten	479.031,85	724.425,34
Festplätze	57.125,44	19.014,50
Märkte	164.135,29	412.969,71
Feste/Veranstaltungen	263.327,22	926.940,77
Touristik	93.657,21	628.109,49
Stadt-/Wein-/ Tourismus-marketing	334.031,94	295.560,04
Werbung	253.058,22	535.041,81
Verwaltung	452.374,05	417.987,70
Summe sonstige betriebliche Aufwendungen	2.096.741,22	3.960.049,36

7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge

in EUR	2020	2019
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	162,42	2.425,24

8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen

in EUR	2020	2019
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	6.944,16	8.095,38

In den sonstigen Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Aufwendungen i. H. von TEUR 6 (VJ: TEUR 7) aus der Abzinsung von Pensionsrückstellungen enthalten.

9. Ergebnis nach Steuern

in EUR	2020	2018
Ergebnis nach Steuern	-4.010.457,20	-3.505.617,37

10. Sonstige Steuern

in EUR	2020	2019
Kfz-Steuer	465,00	465,00
Nicht abziehbare Vorsteuer	21.451,34	0,00
Summe Sonstige Steuern	21.916,34	465,00

11. Jahresfehlbetrag

in EUR	2020	2019
Jahresfehlbetrag	4.032.373,54	3.506.082,37

12. Entnahme aus der Kapitalrücklage

in EUR	2020	2019
Entnahme aus der Kapitalrücklage	4.032.373,54	3.506.082,37

13. Bilanzgewinn

in EUR	2020	2019
Bilanzgewinn	0,00	0,00

Geschäftsführung

Die Geschäftsführung setzt sich wie folgt zusammen:

Herr Steffen Schoch, Dipl.-Betriebswirt, 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 2020 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 48 (VJ: 54) eigene Mitarbeiter (davon 20 in Teilzeit, VJ: 19) im Namen der Gesellschaft beschäftigt. Weitere durchschnittlich 8 (VJ: 7) Mitarbeiter (davon 3 in Teilzeit, VJ: 3) wurden von der Stadt Heilbronn im Rahmen der Personalgestellung überlassen.

Heilbronn, den 18. Mai 2021

gez.
Steffen Schoch
Geschäftsführer

Feststellung

Jahresabschluss 31. Dezember 2020

in EUR	2020
1. Bilanzsumme	1.162.966,13
Davon entfallen auf der Aktivseite auf	
a) das Anlagevermögen	80.539,00
b) das Umlaufvermögen	1.080.577,13
c) die Rechnungsabgrenzungsposten	1.850,00
Davon entfallen auf der Passivseite auf	
a) das Eigenkapital	50.000,00
b) die Rückstellungen	460.636,00
c) die Verbindlichkeiten	644.898,61
d) die Rechnungsabgrenzungsposten	7.431,52
2. Jahresfehlbetrag	
in der Gewinn- und Verlust-Rechnung	4.032.373,54
3. Entnahmen aus der Kapitalrücklage	4.032.373,54
4. Bilanzgewinn	0,00

Ergebnisverwendung:

Die Geschäftsführung schlägt vor, den Jahresfehlbetrag für das Geschäftsjahr 2020 von **EUR 4.032.373,54** mit der Kapitalrücklage zu verrechnen, d. h. es wird eine entsprechende Entnahme aus der Kapitalrücklage zur Verlustverrechnung vorgenommen.

Heilbronn, den 18. Mai 2021

gez.
Steffen Schoch
Geschäftsführer

Bestätigungsvermerk

des unabhängigen Abschlussprüfers

Nach dem abschließenden Ergebnis der Prüfung hat die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Lehleiter + Partner GmbH, Neckarsulm, am 18. Mai 2021 dem Jahresabschluss der Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn, zum 31. Dezember 2020 und dem Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 den folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt, der an dieser Stelle wiedergegeben wird:

„An die Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn

Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss der Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2020 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 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 2020 bis zum 31. Dezember 2020 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte 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 2020 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 und
- vermittelt der beigefügte 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 unsere 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 wesentlichen 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 in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der 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 Prüfung 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 können.

- 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 18. Mai 2021
- 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
www.heilbronn-marketing.de
Geschäftsführer: Steffen Schoch

Fotos

Roland Schweizer, Stadt Heilbronn, Jürgen Häffner,
Achim Mende, Touristikgemeinschaft Heilbronner Land,
Fotoatelier M/Terzo Algeri, Christoph Düpper

Auflage

06|2021

N

