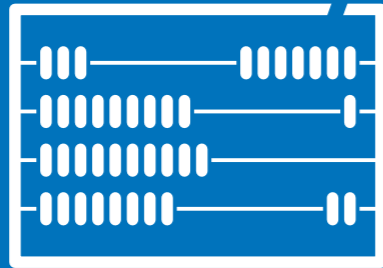


Geschäftsbericht 2019



H

N



Inhaltsverzeichnis

04	Bericht des Aufsichtsrats zum Jahresabschluss und Lagebericht 2019
05	Rechtliche Verhältnisse der Heilbronn Marketing GmbH
07	Berichte aus den Gremien
09	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 2019
28	Aktiva
28	Passiva
29	Gewinn-und-Verlust-Rechnung
30	Entwicklung des Anlagevermögens 2019
31	Anhang zum Jahresabschluss 31.12.2019
39	Feststellung Jahresabschluss 2019
40	Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

Bericht des Aufsichtsrats

zum Jahresabschluss und Lagebericht 2019

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 2019 fanden vier ordentliche Aufsichtsratssitzungen statt, bei denen der Aufsichtsrat von der Geschäftsführung über Geschäftspolitik, Grundsatzfragen zur Unternehmensplanung, Lage und Entwicklung der Gesellschaft sowie über Einzelprojekte und bedeutsame Geschäftsvorfälle detailliert im Rahmen von Berichten und Einzelvorlagen unterrichtet wurde. Die Geschäftsvorgänge, zu denen laut Gesellschaftsvertrag die Beschlussfassung durch den Aufsichtsrat erforderlich war, wurden auf der Basis detaillierter Beschlussvorlagen nach eingehender Beratung gefasst.

Die im Gesellschaftsvertrag und im Wirtschaftsplan 2019 festgelegten Unternehmensziele sind im Berichtsjahr 2019 in allen wesentlichen Bereichen deutlich übertroffen worden. Das Jahresergebnis 2019 ist demzufolge als sehr positiv zu werten.

Der vorliegende Jahresabschluss der Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn, bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2019 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 sowie dem Anhang und dem Lagebericht der Heilbronn Marketing GmbH für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 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 2019 wurden auch Feststellungen zur Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung, zu den wirtschaftlichen Verhältnissen im Sinne von § 53 Abs. 1 Haushaltsgrundsatzgesetz und nach dem EU-Beihilferecht gemäß dem von der Stadt Heilbronn erlassenen Betrauungsakt, beruhend auf dem Beschluss der EU-Kommission vom 20. Dezember 2011 über die Anwendung von Artikel 106 Abs. 2 AEUV zur Absicherung von Ausgleichszahlungen für die Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse, getroffen.

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

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

Der im Auftrag der Geschäftsführung von der Steuerberatungsgesellschaft REVISA GmbH & Co. KG, Neckarsulm, aufgestellte und von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Lehleiter + Partner GmbH, Neckarsulm, testierte Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2019 wird gebilligt.

Der Gesellschafterversammlung wird empfohlen, den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2019 festzustellen, den Jahresfehlbetrag für das Geschäftsjahr 2019 von EUR 3.506.082,37 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 2019 Entlastung zu erteilen.

Der Aufsichtsrat dankt der Geschäftsführung sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die im Berichtsjahr 2019 geleistete Arbeit und für ihren unermüdlichen Einsatz, ohne den die Zielerreichung nicht möglich gewesen wäre.



Heilbronn, den 15. Mai 2020

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 2019 galt der notariell beurkundete Gesellschaftsvertrag in der Fassung vom 17. Dezember 2014. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

GESELLSCHAFTER (STAND: 31. DEZEMBER 2019)

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:

Bis 26. Mai 2019: Herr Thomas Aurich, Dipl.-Betriebswirt (Vertreter: Herr Klaus Hackert)

Bis 26. Mai 2019: Herr Wolfgang Palm, Geschäftsführer (Vertreter: Herr Andreas Heinrich)

Bis 26. Mai 2019: Herr Malte Höch, Rechtsanwalt (Vertreter: Herr Fritz Kropp)

Bis 26. Mai 2019: Herr Gerd Kempf, Rentner (Vertreter: Herr Markus Scheffler)

Herr Nico Weinmann, Rechtsanwalt

(Vertreter: Herr Gottfried Friz)

Herr Steven Häusinger, Pfarrer (Vertreterin: bis 26. Mai 2019: Frau Eva Luderer, ab 26. Mai 2019: Frau Isabell Steidel)

Ab 26. Mai 2019: Herr Christoph Troßbach, Rechtsanwalt (Vertreter: Herr Thomas Aurich)

Ab 26. Mai 2019: Frau Marianne Kugler-Wendt, Gewerkschaftssekretärin (Vertreterin: Frau Dr. Anna Christ-Friedrich)

Ab 26. Mai 2019: Frau Marion Rathgeber-Roth, Dipl.-Verwaltungswirtin (FH) (Vertreter: Herr Malte Höch)

Ab 26. Mai 2019: 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: bis 27. Februar 2019: Herr Johannes Nölscher,

ab 27. Februar 2019: Herr Roland Nölscher)

Bis 27. Februar 2019: Herr Roland Nölscher, Dipl.-Kaufmann und

Geschäftsführer, Heilbronn (Vertreter: Herr Simon Reinhardt)

Ab 27. Februar 2019: 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 2019 fand eine Gesellschafterversammlung statt.

Sitzung am 25.09.2019

Wichtiger Tagesordnungspunkt:

Feststellung Jahresabschluss und Lagebericht zum 31.12.2018 einschließlich Beschluss über die Ergebnisverwendung für das Geschäftsjahr 2018 sowie Entlastung des Aufsichtsrats und des Geschäftsführers Steffen Schoch.

AUFSICHTSRAT

Im Berichtsjahr 2019 fanden vier Aufsichtsratssitzungen statt, in denen die Mitglieder durch schriftliche und/oder mündliche Berichterstattung über die Lage der Gesellschaft informiert und wichtige Fragen mit der Geschäftsführung erörtert wurden.

Sitzung am 14.03.2019

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- INTERNE SERVICES – u. a. Stellenbesetzungen für BUGA.
- TOURISMUS – u. a. Messeteilnahmen 2019, Hotelsituation, Ausbildung BUGA-Gästeführer, Personalisierung der BUGA-Dauerkarten.
- EVENT – u. a. Eventplanung und Veranstaltungen 2019, Planung NeckarFestival 2020.
- MARKETING - u. a. Online-Veranstaltungskalender, neue gemeinsame Homepage www.heilbronn.de, Zusammenstellung BUGA-Merchandising-Sortiment.
- CITY-MANAGEMENT - u. a. Velo-Taxis für BUGA, Vorbereitung bcsd-Jahrestagung in Heilbronn.
- SONSTIGE TOP – u. a. Neubesetzung Aufsichtsratsmitglieder durch die stadinitiative e.V., Feststellungsbeschluss Wirtschaftsplan 2019/2020; Standvergabeverfahren Heilbronner Weindorf 2019, Vermietung Theresienwiese an Veranstalter des Weihnachtscircus für die Gastspieljahre bis 2023/2024.

Sitzung am 24.06.2019

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- MARKETING - u. a. neue Medien zur BUGA, Betreuung Presse-reisen.
- EVENT – u. a. Rückblick und Vorschau.
- CITY-MANAGEMENT – u. a. Ausgabe der Studentenfahräder, Foto-Points in Heilbronn.
- TOURISMUS – u. a. Wachstum Gästeankünfte und Frequenz Tourist-Info, Hop-On-Hop-Off-Bus.
- SONSTIGE TOP – u. a. Beratung Jahresabschluss 2018 und Bestellung Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2019.

Sitzung am 25.09.2019

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- MARKETING – u. a. Planung/Umsetzung Medien 2020.
- EVENT – u. a. Ausrichtung und Planung 2020.
- CITY-MANAGEMENT – u. a. Online-Präsenz Shoppingguide.
- TOURISMUS – u. a. Reisetatistik, VINUM Riesling Champion.
- SONSTIGE TOP – u. a. Bestellung neuer Aufsichtsratsmitglieder und Information über Schweigepflicht und Geheimhaltung.

Sitzung am 27.11.2019

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- MARKETING – neue Prospekte/Medien für 2020.
- EVENT – u. a. neuer Käthchen Weihnachtsmarkt.
- TOURISMUS – u. a. finale Zahlen nach der BUGA.
- INTERNE SERVICES – u. a. Ausschreibung der neuen DV-Anlage.
- SONSTIGE TOP – u. a. Kooperationsvertrag Heilbronn Marketing GmbH ./ stadinitiative Heilbronn e.V.

H

Lagebericht

der Heilbronn Marketing GmbH

für das Geschäftsjahr 2019 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 Einzelhandelsstandortes Heilbronn sowie der oberzentralen Bedeutung der Stadt Heilbronn, u. a. durch bessere Profilierung und Positionierung der Stadt gegenüber Wettbewerbern sowie die Koordination und Abstimmung der touristischen Vermarktung mit regional übergreifenden Tourismuseinrichtungen sind als wesentliche Zielsetzungen im Gesellschaftsvertrag vom 17. Dezember 2014 verankert. Als Beihilfengeber im Sinne des 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., stadtinitiative 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 2019 festgelegten Unternehmensziele sind im Geschäftsjahr 2019 in allen wesentlichen Bereichen deutlich übertroffen worden. Die Geschäftsleitung ist mit der Entwicklung und dem Jahresverlauf 2019 äußerst zufrieden und kann somit auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2019 zurückblicken. Das im Oktober 2015 im Aufsichtsrat verabschiedete Konzept „Strategiepapier Heilbronn Marketing 2016-2020“ in Bezug auf Struktur und Neuausrichtung der Gesellschaft wurde konsequent fortgeführt. Die rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Gesellschaft haben sich im Geschäftsjahr 2019 nicht verändert. Zur ständigen Sicherung der Liquidität leistete der Gesellschafter Stadt Heilbronn im Jahr 2019 Einlagen im Vorgriff auf die Übernahme zu erwartender Verluste in Höhe von TEUR 3.921,5.

Für den positiven Verlauf im Geschäftsjahr 2019 waren im Wesentlichen folgende Entwicklungen und Ereignisse prägend:

- Weiterentwicklung der gemeinsamen Homepage von Stadt und Heilbronn Marketing, www.heilbronn.de, im Corporate Identity der Marke Heilbronn
- Präsenz auf touristischen Messen und Forcierung der B2B-Kontakte speziell mit Busreiseveranstaltern
- Implementierung einer Bilddatenbank zur gemeinsamen Nutzung Stadt und Heilbronn Marketing
- Optimierung der Anwendermöglichkeiten durch Modulintegrationen in der COBRA-Datenbank
- Abwicklung der Personalisierung von Dauerkarten sowie Ticketverkauf zur BUGA Heilbronn 2019 in der Tourist-Information
- Verlängerung der Öffnungszeiten in der Tourist Information (Abend-, Sonntags-, Feiertagsöffnung) während der Dauer

N

- der BUGA Heilbronn 2019
- g) Betrieb von zwei Informationsständen an den Haupteingängen zur BUGA Heilbronn 2019
- h) Vermittlung von Stadt- und BUGA-Führungen sowie Vertrieb von touristischen Reiseangeboten, bedingt u.a. auch durch
 - die Steigerung der Übernachtungszahlen um 23,7 % von 338.296 auf 418.527
 - die Steigerung der Teilnehmer bei Gästeführungen in der Innenstadt und auf dem BUGA-Gelände um 574,5 % von 13.398 auf 90.363
- i) Steigerung der Erträge bei Events und Marketing bei gleichzeitiger Optimierung der Kostenstrukturen
- j) Erhöhung der Auslastung und der Besucherzahlen in den Veranstaltungsstätten von insgesamt 153.148 auf 173.805 (+ 13,5 %)
- k) Ausbau von Medienkooperationen.

2.2. Lage: Darstellung, Analyse, Beurteilung

2.2.1. Ertragslage

Der ausgewiesene Jahresfehlbetrag 2019 in Höhe von TEUR 3.506,1 konnte, im Vergleich zum Planansatz aus dem Wirtschaftsplan 2019 (TEUR 3.941,0), um TEUR 434,9 reduziert werden. Der Jahresfehlbetrag 2019 wird mit der Kapitalrücklage verrechnet, d. h. aus der Kapitalrücklage, auf die im Vorgriff auf die Übernahme zu erwartender Verluste Einlagen des Gesellschafters Stadt Heilbronn in Höhe von TEUR 3.921,5 geleistet wurden, wird eine entsprechende Entnahme zur Verlustverrechnung vorgenommen. Die Reduzierung des Jahresfehlbetrags 2019 stellt sich wie folgt dar:

in TEUR	Ergebnis 2019	Vergleich zum Planansatz 2019
Umsatzerlöse, sonstige betriebliche Erträge und Zinserträge	3.724,6	+ 668,1
Materialaufwand, sonstige betriebliche Aufwendungen, weitere Aufwendungen	4.114,6	+ 263,8
Personal- und Personalgestellungskosten	3.116,1	- 30,6
Jahresfehlbetrag	3.506,1	- 434,9

Die Umsatzerlöse einschließlich der sonstigen betrieblichen Erträge und Zinserträge sind im Jahr 2019 (im Vergleich zum Planansatz 2019) um TEUR 668,1 deutlich höher ausgefallen. Diese Erlössteigerungen resultieren im Wesentlichen aus erzielten Provisionen aus der Personalisierung von BUGA-Dauerkarten und dem Verkauf von BUGA-Eintrittskarten (TEUR + 26,0), aus Teilnehmergebühren und dem Verkauf von touristischen Produkten (TEUR + 485,5), aus der Vermietung der Veranstaltungsstätten (TEUR + 95,7), aus der Durchführung von Veranstaltungen (TEUR + 32,3) sowie aus Erlösen aus Anzeigenschaltungen in Printprodukten und Marketingkooperationen (TEUR + 31,5). Die Ausgaben für Materialaufwand und sonstige betriebliche Aufwendungen sind im Jahr 2019 (im Vergleich zum Planansatz 2019) um TEUR 263,8 angestiegen. Diese Ausgabensteigerungen resultieren im Wesentlichen aus erhöhten Energiekosten (TEUR + 53,0) sowie aus erhöhten Kosten für touristische Produkte und Dienstleistungen (TEUR + 418,8). Wesentliche Kostenreduzierungen sind bei der Durchführung von Veranstaltungen (TEUR - 88,4), bei den Kosten für Verwaltung und laufenden Geschäftsbetrieb (TEUR - 15,4) sowie bei Marketing- und Werbeaufwendungen (TEUR - 104,0) angefallen. Die Personal- und Personalgestellungskosten betragen im Jahr 2019 insgesamt TEUR 3.116,1 und sind, im Vergleich zum Planansatz 2019, um TEUR 30,6 niedriger ausgefallen. Die Personalaufwendungen für durchschnittlich 61 beschäftigte Mitarbeiter (Vorjahr 61) stellen mit TEUR 3.116,1 (= 43 %) den größten Aufwandsposten im Jahr 2019 dar (Vorjahr TEUR 2.911,9 = 48,9 %). Die Personalkostenquote im Verhältnis zu den Gesamterlösen liegt im Jahr 2019 bei 83,7 % und somit, im Vergleich zum Vorjahr (98,7 %), um 15,0 %-Punkte niedriger.

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

2. WIRTSCHAFTSBERICHT

2.2.2. Finanzlage

Die Finanzlage der Gesellschaft entwickelte sich im Geschäftsjahr 2019 wie folgt:

in TEUR	2019	2018
Finanzmittelfonds Jahresanfang	1.285	1.010
+ Cashflow aus		
• laufender Geschäftstätigkeit	-3.238	-2.688
• Investitionstätigkeit	-47	-33
• Finanzierungstätigkeit	3.499	2.996
Finanzmittelfonds Jahresende	1.499	1.285

Der Finanzmittelfonds zum Bilanzstichtag besteht entsprechend DRS 21 aus den bilanzierten flüssigen Mitteln in Höhe von TEUR 1.499.

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

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

2.2.3. Vermögenslage

Das Anlagevermögen der Gesellschaft beläuft sich zum 31. Dezember 2019 auf TEUR 88,9 (Vorjahr: TEUR 101,1) und stellt 4,9 % des Gesamtvermögens dar. Es setzt sich aus den immateriellen Vermögensgegenständen (TEUR 8,3) und den Sachanlagen (TEUR 80,6) zusammen. Investitionen im Geschäftsjahr 2019 von TEUR 49 stehen Abschreibungen von TEUR 61 gegenüber.

Die Forderungen sowie die sonstigen Vermögensgegenstände stehen zum Bilanzstichtag mit TEUR 189 zu Buche (Vorjahr: TEUR 342). Dies entspricht einem Anteil in Höhe von 10,4 % des Gesamtvermögens und einem Rückgang im Vergleich zum Vorjahr um 45 %. Ursächlich hierfür war in erster Linie die Mitabwicklung des Kartenvorverkaufs für die BUGA 2019 in Heilbronn, welchen den Bestand der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im Vorjahr maßgeblich geprägt hat.

Der Bestand der flüssigen Mittel beläuft sich zum Bilanzstichtag auf TEUR 1.499 und liegt damit um TEUR 214 über dem Vorjahresniveau. Der Anstieg des Bestandes an flüssigen Mitteln im Vergleich zum Vorjahr ist vor allem auf die deutlich höheren Einlagen des Gesellschafters Stadt Heilbronn an die Gesellschaft im Berichtsjahr zurückzuführen. Der Bestand an flüssigen Mitteln macht mit 82,2 % 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 2019 setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	Jahr 2019
Einlagen Gesellschafter Stadt Heilbronn	3.921,5
Einlagen sonstige Gesellschafter	19,5
Summe Finanzierungsmittel	3.941,0

2.3.2. Leistungsdaten Tourismus und Veranstaltungen

Leistungsdaten	Jahr 2019	Jahr 2018
Übernachtungen	418.527	338.296
Gästeankünfte	219.161	174.884
Bettenauslastung	52,8 %	51,1 %
Schlafgelegenheiten (Betten)	2.254	1.871
Ø-liche Aufenthaltsdauer	1,9 Tage	1,9 Tage
Teilnehmer an Stadtführungen	90.363	13.398
Teilnehmer an Reiseprogrammen	1.802	3.438
Fahrgäste Hop-On-Hop-Off-Bus	7.117	6.525
Teilnehmer beim Trollinger Marathon	7.698	7.661
Teilnehmer beim STIMME Firmenlauf	8.384	8.276
Veranstaltungsbesucher Harmonie	155.317	136.513
Veranstaltungsbesucher Bürgerhaus Böckingen	14.447	14.789
Veranstaltungsbesucher Schießhaus	2.256	1.846
Veranstaltungsbesucher Alte Kelter Sontheim	1.785	0
Kundenbesuche Tourist-Information	113.822	82.273
Zugriffe auf Homepage	478.835	256.059
Facebook-Abonnenten	25.901	24.236

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 Schwerpunkte in der Tätigkeit 2020 liegen in der Organisation und Durchführung der Feste, Märkte, Laufveranstaltungen, der handelsrelevanten Events sowie der Sonderveranstaltungen, die von der Gesellschaft organisiert werden oder an der die Gesellschaft als Kooperationspartner beteiligt ist, in der Vermietung der Veranstaltungsstätten Konzert- und Kongresszentrum Harmonie, Bürgerhaus Böckingen, Alte Kelter Sontheim, Schießhaus und Festplatz Theresienwiese, der Vermittlung von Stadtführungen und dem Vertrieb von touristischen Pauschal- und Reiseangeboten sowie der Durchführung eines ganzheitlichen Stadtmarketings für Heilbronn.

Die dramatischen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den wirtschaftlichen Gesamtbetrieb der Gesellschaft im Geschäftsjahr 2020 werden im Chancen- und Risikobericht ausführlich dargestellt.

Beim Ausblick auf die weitere Entwicklung der Tourismuskennzahlen wird, bedingt durch die gesetzlich angeordnete Schließung der Beherbergungsbetriebe für Übernachtungen aus touristischen Gründen seit dem 18. März 2020 bis voraussichtlich 28. Mai 2020, ein deutlicher Rückgang der Gästeankünfte und Gästeübernachtungen im Jahr 2020 erwartet.

An den im Strategiepapier 2016 bis 2020 vorgegebenen Zielen wird die Gesellschaft im Geschäftsjahr 2020 unverändert festhalten:

- die Marke Heilbronn weiter mit Leben erfüllen und sympathisch erlebbar machen
- Synergien zwischen der Gesellschaft und Handel bzw. Gastronomie nutzen
- weitere Gewinnung von Sponsoren und Partnern
- die „Stadt im Aufbruch“ über die Grenzen hinaus platzieren
- die BUGA Heilbronn 2019 touristisch und für das Image der Stadt positiv nutzen
- Positionierung der Gesellschaft als zentrale Service- und Vermarktungsstelle der Stadt Heilbronn

Die im Frühjahr 2020 eingeleitete Fortschreibung des Strategiepapiers Heilbronn Marketing für die Jahre 2021 bis 2025 wird im Herbst 2020 abgeschlossen sein und dem Aufsichtsrat der Gesellschaft zur Verabschiedung eingereicht werden können.

Zudem steht im Laufe des Jahres 2020 die Erarbeitung des Wirtschaftsplan 2021/2022 mit der mittelfristigen Finanzplanung bis 2025 an. Die Genehmigung des Wirtschaftsplans 2021/2022 durch den Gemeinderat der Stadt Heilbronn geht einher mit der Verabschiedung des städtischen Haushalts 2021/2022 und wird erfahrungsgemäß im Dezember 2020 vorgenommen werden.

Der genehmigte Wirtschaftsplan 2019/2020 mit einem ausgewiesenen Jahresfehlbetrag in Höhe von TEUR 3.778,0 für das Geschäftsjahr 2020 gibt der Gesellschaft zwar Planungssicherheit in der Finanz- und Vermögensplanung für das Jahr 2020, jedoch bergen die durch die Corona-Pandemie ausgelösten Handlungsmaßnahmen ein hohes finanzielles Risiko in der Finanz- und Vermögensplanung im Jahr 2020. Wir verweisen hierzu auf die Darstellung im Chancen- und Risikobericht.

4. CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

4.1. Chancenbericht

Der im Wirtschaftsplan 2019/2020 ausgewiesene Jahresfehlbetrag für das Geschäftsjahr 2020 in Höhe von TEUR 3.778,0 wird, gemäß dem Gesellschaftsvertrag, von den Gesellschaftern getragen. Der Jahresfehlbetrag 2020 wird auch durch die wirtschaftliche Betätigung der Gesellschaft in der Durchführung von Festen, Märkten und Veranstaltungen sowie der Vermarktung von Werbeflächen zur bestmöglichen Finanzierung der Aufgaben aller Voraussicht nach auf Dauer nicht nachhaltig reduziert werden können. Folglich sehen wir auf Grund des Gesellschaftszwecks und der Erlössituation der Gesellschaft keine besonderen Chancen. Die Gesellschaft wird dennoch bestrebt sein, durch geeignete Maßnahmen die Erlössituation nachhaltig zu verbessern und die Aufwendungen aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit durch solides Wirtschaften nachhaltig zu begrenzen.

4.2. Risikobericht

Ziel des Risikomanagementsystems ist die Erkennung, Bewertung und Steuerung der wesentlichen Risiken, um den Fortbestand der Gesellschaft 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 2020 keine bestandsgefährdenden Risiken, sofern die Gesellschafter 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. Risiken für das Umlauf- und Anlagevermögen der Gesellschaft waren im abgelaufenen Geschäftsjahr 2019 keine gegeben.

Die weltweite Corona-Pandemie wird wesentliche Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Gesamtbetrieb der Gesellschaft im Geschäftsjahr 2020 haben. Demzufolge bestehen im Geschäftsjahr 2020 wesentliche Risiken für das Umlaufvermögen der Gesellschaft, die nachfolgend eingehend erläutert werden.

Die Erzielung der im Wirtschaftsplan 2020 kalkulierten Erlöse aus der Durchführung der im Jahr 2020 konzipierten Veranstaltungen, aus der Vermietung der Veranstaltungsstätten und aus der Vermittlung sowie dem Verkauf touristischer Pauschal- und

Reiseangebote birgt insofern ein besonderes finanzielles Risiko, als dass die Corona-Pandemie die Geschäftsleitung zum Handeln gezwungen hat und auf Grundlage der Verordnungen der Landesregierung Baden-Württemberg vom 16. März 2020 mit Gültigkeit ab 17. März 2020, vom 22. März 2020 mit Gültigkeit ab 23. März 2020, vom 28. März 2020 mit Gültigkeit ab 29. März 2020, vom 09. April 2020 mit Gültigkeit ab 10. April 2020, vom 17. April 2020 mit Gültigkeit ab 20. April 2020, vom 23. April 2020 mit Gültigkeit ab 27. April 2020, vom 02. Mai 2020 mit Gültigkeit ab 04. Mai 2020 und vom 09. Mai 2020 mit Gültigkeit ab 11. Mai 2020

- sämtliche Großveranstaltungen im öffentlichen Bereich bis einschließlich 31. August 2020 formal verboten sind und demzufolge ersatzlos abgesagt werden mussten. Stand 15. Mai 2020 sind folgende Veranstaltungen im Einzelnen abgesagt: Heilbronner Seniorentage mit Messe „Aktiv leben ab 60“ (23.-27.03.2020), Magie der Stimmen mit verkaufsoffenem Sonntag (29.03.2020), Klassik Open Air Kiliansplatz (14.-16.05.2020), Heilbronner Trollinger Marathon (17.05.2020), Cityflohmarkt (20.06.2020), NeckarFestival Heilbronn (03.-05.07.2020), Heilbronner Gartenträume (11.-12.07.2020), Heilbronner Kinderfest (18.07.2020), Italienischer Markt (04.-06.09.2020), Heilbronner Weindorf (10.-20.09.2020). Zudem mussten Vermietungen des Festplatzes Theresienwiese für Flohmarktveranstaltungen im März, April und Mai 2020, zur Durchführung des Maifestes vom 29.04.-03.05.2020 sowie zur Durchführung des Heilbronner Volksfestes 31.07. – 09.08.2020 aktuell storniert werden.

- derzeitigem Kenntnisstand nach muss damit gerechnet werden, dass Großveranstaltungen voraussichtlich bis Ende des Jahres 2020 nicht möglich sein werden mit der Folge, dass weitere Events, die von der Gesellschaft organisiert und durchgeführt werden, im Jahr 2020 voraussichtlich nicht stattfinden können: Weinlesefest Heilbronn (27.09.2020), Heilbronner Hafenmarkt (02.-04.10.2020), Jazz & Einkauf mit verkaufsoffenem Sonntag 11.10.2020), Heilbronner Lichterzauber mit Nightshopping (07.11.2020), Heilbronner Käthchen Weihnachtsmarkt (24.11.-22.12.2020), Weihnachts-Nightshopping (05.12.2020) und Silvestergala in der Harmonie (31.12.2020)

- der Betrieb in den Veranstaltungsstätten Konzert- und Kongresszentrum Harmonie, Bürgerhaus Böckingen, Alte Kelter Sontheim, Schießhaus musste seit 17. März 2020 vollständig eingestellt werden. Die Wiederaufnahme des Vollbetriebs der Veranstaltungsstätten zur Durchführung von Konzerten, Messen, Tagungen und Seminaren ist frühestens nach Außerkräfttreten der Corona-Ver-

ordnung des Landes Baden-Württemberg ab dem 16. Juni 2020 unter Einhaltung strikter Hygienevorschriften möglich

- die Tourist-Information musste im Zeitraum vom 23. März 2020 bis 18. April 2020 geschlossen und einhergehend damit sämtliche Verkaufs- und Vertriebsaktivitäten eingestellt werden. Die Nachfrage nach touristischen Produkten und Dienstleistungen wie z. B. Stadtführungen, Weinwanderungen, Zimmervermittlungen etc. ist aktuell nicht vorhanden.

Als Folge dieses gesetzlich vorgeschriebenen Handelns kann bereits zum jetzigen Zeitpunkt verbindlich die Aussage getroffen werden, dass die im Wirtschaftsplan 2020 kalkulierten Erlöserwartungen aus der wirtschaftlichen Tätigkeit der Gesellschaft nicht vollumfänglich erzielt werden können. Zum Zeitpunkt der Erstellung des Risikoberichts wird auf Grund der bestehenden gesetzlichen Restriktionen davon ausgegangen, dass bis einschließlich 31. Dezember 2020 keine Großveranstaltungen wie geplant durchgeführt werden dürfen. Der Geschäfts- und Freizeit-tourismus wird unserem Erachten nach das gesamte Jahr 2020 extrem eingeschränkt sein.

Die Aufwendungen aus der Nichtdurchführung der im Jahr 2020 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 2020 zwar deutlich geringer ausfallen, jedoch wiegt die Nichterzielung prognostizierter Erlöse schwerwiegender als das Einsparpotenzial aus einem verringerten Geschäftsbetrieb mit der voraussichtlichen Folge, dass der im Wirtschaftsplan 2020 vorgegebene Jahresfehlbetrag in Höhe von TEUR 3.778,00 aller Voraussicht nach höher ausfallen werden wird.

Um nachhaltig Personalkosten einzusparen, wurde auf Basis des seit 01. April 2020 gültigen TV-COVID am 27. April 2020 eine Betriebsvereinbarung zur Einführung von Kurzarbeit mit dem Betriebsrat der Gesellschaft abgeschlossen. Mit Antrag vom 28. April 2020 wurde Kurzarbeitergeld bei der Bundesagentur für Arbeit beantragt. Mit Bescheid vom 05. Mai 2020 hat die Bundesagentur für Arbeit Kurzarbeitergeld für Beschäftigte der Gesellschaft, die von einem erheblichen Arbeitsausfall betroffen sind, für den Zeitraum vom 01. Mai bis 31. August 2020 bewilligt. Seit dem 01. Mai 2020 wurde daraufhin für die Abteilung Veranstaltungsstätten Kurzarbeit bis einschließlich 31. August 2020 eingeführt. Die Einführung von Kurzarbeit für weitere Mitarbeitende der Gesellschaft aus den Geschäftsbereichen Event und Tourismus, die von

erheblichen Arbeitsausfällen betroffen sind, ist geplant und wird voraussichtlich ab Juni 2020 angeordnet.

Die Besetzung einer neuen Personalstelle ab dem 01.01.2020 sowie einer weiteren neuen Personalstelle mit Besetzung ab dem 01.05.2020 wurde vom Aufsichtsrat genehmigt. Die damit einhergehenden höheren Personalaufwendungen im Geschäftsjahr 2020 sind im Wirtschaftsplan 2020 nicht berücksichtigt und werden demzufolge höhere Personalkosten im Geschäftsjahr 2020 bewirken als im Wirtschaftsplan 2020 kalkuliert.

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 2020 den größten Aufwandsposten dar. Der Abschluss eines neuen Tarifvertrags für den öffentlichen Dienst (TVöD) zum 01. August 2020 birgt ein geringes Personalkostenrisiko, da im Wirtschaftsplan 2020 in Erwartung von tariflichen linearen Lohnerhöhungen eine 2 %-ige Kostensteigerung berücksichtigt wurde. Ein höherer, als im Wirtschaftsplan 2020, ausgewiesener Jahresfehlbetrag ist gemäß § 4 des Gesellschaftsvertrages vom 17. Dezember 2014 vom Gesellschafter Stadt Heilbronn zu tragen. Im Wirtschaftsplan 2020 ist ein Verlustausgleich der Stadt Heilbronn in Höhe von TEUR 3.758,5 ausgewiesen.

5. RISIKOBERICHT BEZÜGLICH FINANZINSTRUMENTE

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

Heilbronn, den 15. Mai 2020

gez.
Steffen Schoch
Geschäftsführer

Bericht der Geschäftsbereiche

VORBEMERKUNG

Die Heilbronn Marketing GmbH (HMG) setzte auch im Berichtsjahr den in den Vorjahren eingeschlagenen Weg konsequent fort und blickt insgesamt auf das ereignisreichste Geschäftsjahr in ihrer 20-jährigen Geschichte zurück. Die höchste Anzahl an eigenen und unterstützten Veranstaltungen, mit knapp 420.000 Übernachtungen die höchste jemals in Heilbronn dokumentierte Gästezahl in den Beherbergungsbetrieben, die höchste Reichweite in der Kommunikation, die höchste Anzahl an Geschäftsvorfällen in der Finanzbuchhaltung, der höchste Mitarbeiterstand, die höchste Frequenz in der Tourist-Information und in unseren Veranstaltungsstätten, der höchste getätigte Umsatz und eine hohe Anzahl an zusätzlich erbrachten Arbeitsstunden des HMG-Teams.

Die gute Vorarbeit in Bezug auf die Neuausrichtung der Marke, den Ausbau der touristischen Angebote und die Öffnung neuer Kanäle, neue Kommunikationswege und verbindende Projekte mit dem Handel und der Gastronomie und die Weiterentwicklung unserer Events hat sich ebenso bewährt, wie auch die Neuausrichtung in der Struktur der HMG allgemein, die technischen Voraussetzungen und die Vorbereitung des HMG-Teams auf die anspruchsvollen und zeitintensiven Anforderungen im BUGA-Jahr.

Im Marketing konnten wichtige Journalisten- und Medienkontakte aufgenommen und vertieft werden und es wurden umfangreiche digitale und Printmedien u.a. für die BUGA-Gäste erstellt, erweitert und distribuiert.

Bei den Veranstaltungen stechen die Neuausrichtung des Heilbronner Käthchen Weihnachtsmarkts und die Begleitung zusätzlicher Formate wie die Deutsche Betonkanuregatta, der Regionaltag der Region Heilbronn-Franken und das Chorfest des Chorverbands hervor.

Im Tourismus wurden über 100.000 Menschen über das BUGA-Gelände und durch Heilbronn geführt und die Reiseveranstalter mit Zusatzangeboten und Übernachtungsangeboten versorgt. Im Vergleich zum Vorjahr haben über 80.000 Menschen mehr in Heilbronn übernachtet.

Im City Management wurden wesentlich die Fertigstellung des Masterplan Innenstadt und die Kulturkonzeption unterstützt und Maßnahmen zur Verbindung von BUGA-Gelände und Innenstadt erfolgreich konzipiert und umgesetzt.

Letztlich galt es alle Maßnahmen im Bereich Interne Services zu verwalten und zu verbuchen. Die Anzahl der zu verbuchenden Geschäftsvorfälle hat sich im Jahr 2019 in Vergleich zu den „normalen Jahren“ mehr als verdoppelt.

Es ist aber auch festzustellen, dass die Sponsorenbereitschaft im Jahr 2019 und auch im Hinblick auf 2020 eher zurückgegangen ist. Viele Partner (Kreissparkasse, Intersport, Würth, Audi, ...) verweisen auf das große Engagement im Rahmen der Bundesgartenschau und halten sich für 2020 eher zurück. Dennoch blickt die HMG auch finanziell auf ein äußerst erfolgreiches Jahr 2019 zurück, in dem „aus eigener Kraft“ weitere Erlöse generiert und Kosten gesenkt werden konnten.

Mit Unterstützung des städtischen Organisationsamtes und der Beratungsfirma DCHP haben wir nunmehr im fünften Jahr nach der Neuausrichtung die HMG-Strukturen, Mitarbeiter-Kompetenzen und -Kapazitäten hinterfragt. Dadurch schaffen wir eine Grundlage für mögliche Nachschärfungen, begleiten damit die strategische Personalplanung 2020-2026 und leiten vorbereitende Maßnahmen in die Wege, um auch das altersbedingte Ausscheiden des langjährigen Geschäftsführers und Prokuristen Friedrich Wagner zu koordinieren.

Im Rahmen der Aufsichtsratssitzung vom 25. September 2019 wurde der Strategie-Arbeitskreis Aufsichtsrat/HMG mit Christoph Troßbach (CDU), Marianne Kugler-Wendt (SPD), Steven Häusinger (Die Grünen), Marion Rathgeber-Roth (FWW), Johannes Nölscher (Stadtinitiative), Birgitt Wölbing (Dehoga), Martin Heinrich (Verkehrsverein) und Hanne Schröter-Wagner (LSM) gebildet, der Heilbronn Marketing bei der Fortschreibung des Strategiepapier 2021-2025 begleiten und beraten soll. Gleichzeitig wurden bereits frühzeitig Themenschwerpunkte als Grundlage für die Haushaltsplanungen 2021/2022 festgelegt.

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 im Aufbruch.

Werbung und Marketing

Die zentralen Printmedien der Heilbronn Marketing GmbH wurden rechtzeitig zum Jahresauftaktgespräch und zum Start der touristischen Messen realisiert. In enger Abstimmung mit der Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH wurden diese nach international gängigen touristischen Standards aufbereitet und Synergien in der Akquise und Gestaltung genutzt.

Folgende Printmedien wurden im Jahr 2019 erarbeitet bzw. veröffentlicht:

- Reiseangebote Heilbronn (Broschüre A4)
- Freizeit- und Erlebnisplaner Heilbronn (Broschüre A4)
- Eventlocations und Konferenzräume Heilbronn (Broschüre A4)
- Unterkunftsverzeichnis (Broschüre A4)
- Veranstaltungskalender Heilbronn erleben (Tabloidformat)
- Shopping- und Gastroguide Heilbronn (Broschüre C6)
- Weinbau und Weingenuß Heilbronn (Broschüre DINlang)
- Stadtführungen Heilbronn (Broschüre DINlang)
- Weinangebote Heilbronn (Flyer DINlang)
- Stadtführungen (Flyer DINlang)
- Familien und Kinder (Flyer DINlang)
- Kunst und Kultur (Flyer DINlang)
- Abreisstadtplan Heilbronn für Hotels und Handel
- Div. Postkarten mit H...N-Sprüchen
- Infokarten mit Veranstaltungs- und Terminübersicht Neckaremeile und Innenstadt
- Programmhefte Events (DIN lang)



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Im Jahr 2019 wurde konsequent weiter am Ziel der Ausweitung der Öffentlichkeitsarbeit über die Grenzen der Region hinaus gearbeitet. Gemeinsam mit der Bundesgartenschau wurde dafür mit „Zimpel“ das führende Adressdaten-Portal für Journalistenkontakte genutzt. Veranstaltungen und Themen, die überregional relevant sind, konnten so gezielt an die richtigen Kontakte zugestellt werden. Die Ansprache von Journalisten, Bloggern, die Ausarbeitung, bzw. das Angebot von Pressereisen sowie Themenvorschläge an die Fachpresse waren hier Teil der Strategie.

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

Der klassische PR-Bereich, wie der Versand von Pressemitteilungen, die Durchführung von Pressekonferenzen, das Bearbeiten von Bildanfragen, die redaktionelle Begleitung eigener Veranstaltungen oder die Bewerbung touristischer Angebote wurde weiter professionalisiert. Diverse Medienprojekte in der Stadt sowie die Begleitung und Betreuung von Reisebloggern wurden gemeinsam mit der Pressestelle sowie der Bundesgartenschau und der experimenta koordiniert. So konnte auch überregional größtmögliche Aufmerksamkeit für die Stadt Heilbronn erzeugt werden.

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

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

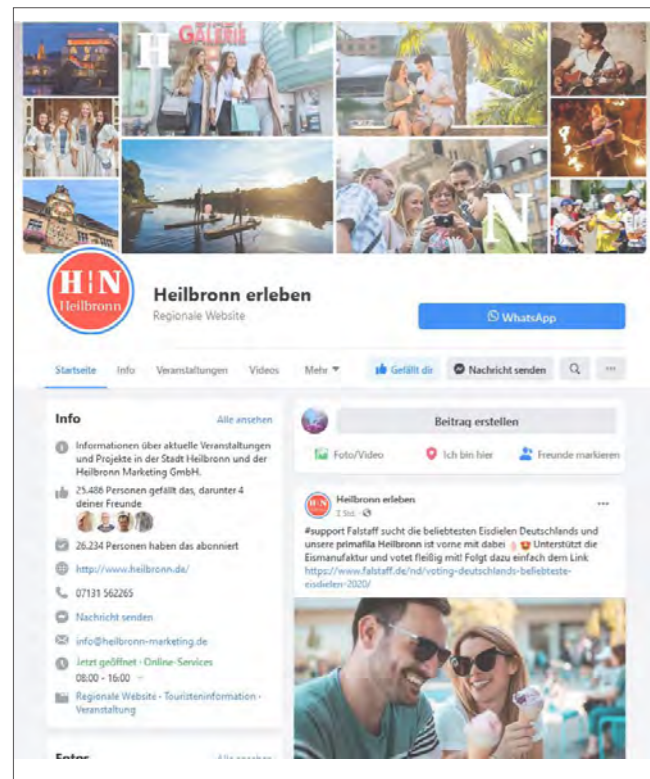
Erstmals ist es gelungen, mit dem renommierten Verlag Gräfe und Unzer einen Reiseführer der Marke MERIAN live! zu produzieren und bundesweit über den Handel zu vertreiben.

STABSBEREICH MARKETING

Internet und Social Media

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

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



GESCHÄFTSBEREICH 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
- Große Kulturrunde
- Kulturkonzeption Heilbronn
- Runder Tisch der Hochschulen
- Event-Ausschuss

Mit der Bundesgartenschau hat Heilbronn weiter an Attraktivität gewonnen. Die zur Verfügung stehenden innerstädtischen Veranstaltungsflächen (Outdoor) und Parkanlagen stellen zunehmend eine attraktive Bühne für Unternehmen und Vereine zur Durchführung von Konzerten, Märkten, Firmen- und Produktpräsentationen und weiteren Events dar. Um die Anfragen zu koordinieren, hat die HMG einen „Event-Ausschusses“ als vorschlagendes/beratendes Gremium zusammen mit den Kollegen der betroffenen städtischen Ämter ins Leben gerufen.

Im Bundesgartenschaujahr wurden zusammen mit unseren Partnern die **Projekte zur Vernetzung von Bundesgartenschauländer und Innenstadt** umgesetzt und im Betrieb begleitet. Vor allem die Velotaxis, die Ansprache der Besucher mit dem Shoppingguide und den Bonusangeboten des Handels sowie das Forum Heilbronn regten die Besucher zu einem Innenstadtbesuch an.

Das City Management hat die **Deutsche Stadtmarketingbörse**, die mit dem Thema „STADT, LAND, LUST - URBANE LÄNDLICHKEIT UND LÄNDLICHE URBANITÄT“ vom 22. bis 24.09.2019 in Heilbronn stattfand, organisiert. Diese Jahrestagung der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd e.V.) mit bis zu 250 Teilnehmern zählt zum größten berufsständischen Treffpunkt von City- und Stadtmarketingverantwortlichen in Deutschland. Sie ist seit Jahren eines der wichtigsten Netzwerktreffen der Szene und bietet einen hohen Praxisbezug. Die HMG hatte anlässlich der BUGA nach Heilbronn eingeladen. Die Erstel-

lung eines individuellen Exkursionsprogramm, Ausrichtung eines Gastgeberempfangs, Sponsorengewinnung sowie die inhaltliche Vorbereitung der Heilbronn-Beiträge lagen in den Händen der City Managerin.

Millionen von Fotos kursieren weltweit im Netz und tragen zum Bekanntheitsgrad dieser Orte bei. Das City Management setzt mit drei **Foto-Spots** und dem Hashtag #heilbronnerfotospots die schönsten Motive in Szene und hat gemeinsam mit den Kollegen des Betriebsamts den Wunsch der Bürgerinnen und Bürger aus dem jüngsten Masterplan Innenstadt aufgegriffen. Die Fotospots nutzen das neue Corporate Design Heilbronns, wobei die prägenden Initialen „H“ und „N“ in den Fotorahmen das gestalterische Spannungsfeld für die individuellen Aufnahmen bilden.

Würzburg hat den „Brückenschoppen“, Kitzingen den „Stadtschoppen“ und Heilbronn sein „**NeckarGläsle**“, das die Weinliebhaber mit hervorragenden Weinen direkt am Neckarufer genießen können. Auf Anregung des City Managements bieten vier Gastronomen an der Oberen und Unteren Neckarstraße diesen „Wein-to-Go“-Service an.

Die City Managerin ist eingebunden in die **strategische Konzeption** sämtlicher Print- und Online-Medien und sie sorgt dafür, dass der innerstädtische Handel und die Gastronomie darin angemessen präsent sind. Für das bessere Verknüpfen von On- und Offlinepräsenz des Einzelhandels und der Gastronomie wurde durch das City Management in 2019 **Grundlagen im CRM-System Cobra** für eine umfangreiche „Onlinepräsenz Shopping“ auf heilbronn.de geschaffen. Zudem wurde das professionelle **Fotoshooting „Handel & Gastronomie“** zusammen mit der Stabsstelle Marketing realisiert.

Das Thema „**Pop-up-Stores**“ hat sich in 2019 positiv entwickelt, so dass zwei Projekte erfolgreich umgesetzt werden konnten. Die Berliner Agentur Fashion Exchange präsentierte – unterstützt vom City Management der HMG und von der Stadtinitiative - vom 17. bis 19.10.2019 junge Designer u.a. aus Berlin und New York im Heilbronner Schießhaus. Die Macher des Pop-up-Stores „Fashion Exchange“ (Faex) waren bei ihrer Herbsttour in vielen weiteren Städten, um Kontakte zum lokalen Einzelhandel zu bekommen. In der Adventszeit ist es erstmals gelungen einen Pop up Store in ein leerstehendes Ladengeschäft zu vermitteln. Die Betreiber bekamen Unterstützung bei der Einrichtung eines 6-wöchigen Pop up Winery in der Kramstraße. Die Suche nach einem neuen Standort in der Innenstadt wird durch die städtische Wirtschaftsförderung und das City Management ebenso begleitet, wie weitere Nachfragen aus dem Bereich Kunst, Wein, Food und Autohandel.

Anlässlich der thematischen Neuausrichtung des Weihnachtsmarktes als „Käthchen Weihnachtsmarkt“ hat das City Management eine **Frequenzzählung an den Adventssamstagen** beauftragt. Zum einen wurden die Ergebnisse der Frequenzanalyse des Masterplans Innenstadt bestätigt. Zum anderen zeigen sich im Ergebnis sehr gute Effekte des Nightshoppings und des Weihnachtsmarktes auf die Passantenfrequenz. Das City Management hat die Inhalte für das Adventskalender-Gewinnspiel, das erstmalig als Projektion auf der Rathausfassade stattfand, durch die **Akquise und prominente Einbindung der hochwertigen Geschenke der Partner aus Handel und Gastronomie** realisiert. Die Organisation der innerstädtischen **Weihnachtsbeleuchtung** lag ebenso in den Händen der City Managerin als auch die Organisation eines Paketbusses an den Adventssonabenden. Wer die schweren Weihnachtseinkäufe nicht mehr tragen konnte, hatte die Möglichkeit diese in der „**Geschenke-Garderobe**“ in der Fleiner Straße abzugeben. Der Service war für Innenstadtbesucher kostenlos. Die Erstellung der Bewerbungsunterlagen für das „Gesamt-Weihnachtskonzept Heilbronns“ zum **Wettbewerb Best Christmas City 2019** wurden ebenfalls durch das City Management vorgenommen.

In der **Schnittstellenfunktion des City Managements** war in 2019 die Innenstadtentwicklung durch das **Voranbringen der im Masterplan Innenstadt festgelegten Maßnahmen über die Lenkungsgruppe** und in der HMG eine wichtige Aufgabe, wie auch der regelmäßige Austausch mit der Handelsvereinigung, der Stadtinitiative. Hier wurde in 2019 ein **Kooperationsvertrag zwischen der Stadtinitiative Heilbronn e.V. und der Heilbronn Marketing GmbH** geschlossen, der die erfolgreiche und äußerst vertrauensvolle Zusammenarbeit, die praktiziert wird, noch in einigen Punkten zusammenfasst ohne höherstehende Vereinbarungen und Verträge zu berühren.

Für das Großprojekt „**NeckarFestival 2020**“ hat auch die City Managerin die **Organisation von Teilbereichen** übernommen. So lag die Absprache mit den Bestandsgastronomen an der Neckararmeile hinsichtlich der Einbindung ins Festival in ihren Händen ebenso wie die Bespielung verschiedener Bereiche mit Kleinkunst und Walking Acts. Auch das Thema Straßenmalerei forcierte das City Management für eine Umsetzung.

Ihre nagelneuen **Studentenfahrräder** durften 100 Studierende am 2. Mai 2019 zum Auftakt des Heilbronner Abendmarkts auf dem Marktplatz stolz mit nach Hause nehmen. Die rot-weiß-blauen Flitzer wurden bereits zum vierten Mal im Rahmen der Erstwohnsitzkampagne der Stadt Heilbronn verlost und die Vergabe von der HMG organisiert.

GESCHÄFTSBEREICH EVENT

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.

Insgesamt betreute das Eventteam der HMG im Berichtsjahr 35 Veranstaltungsformate (5 Handelsevents, 2 Sportevents, 9 Märkte, 4 Feste, 6 sonstige Events und Unterstützung von 9 Fremdformaten) an über 150 Veranstaltungstagen und hat anlassbezogen rund 2-3 Millionen Menschen zu einem Besuch in die Innenstadt motiviert. Der Heilbronner Wochenmarkt fand regelmäßig dienstags, donnerstags und samstags an ca. 150 Tagen statt. Mit dem traditionellen **Heilbronner Pferdemarkt**, der in diesem Jahr zum 250. Mal stattfand, startete Heilbronn im BUGA-Jahr 2019 in die Veranstaltungssaison. Auch in diesem Jahr war das Gelände rings um die Harmonie mit rund 400 Ständen und dem Funpark im Bereich des Robert-Mayer-Gymnasiums wieder sehr gut besucht. Eine Jubiläumsschrift zeigte die Entwicklung dieser Traditionsveranstaltung auf. Zudem spannte eine über das Gelände verteilte Bilderreihe den Bogen von der Vorindustrialisierung bis zum Maschineneinsatz. Die Scheunenparty am Samstagabend wurde ebenso gut angenommen wie die Pferdeprämierungen am Trappensee.

Am 2. März 2019 fand das erste Nightshopping als ZEAG Energie **Lichterzauber Heilbronn**, präsentiert von der Volksbank Heilbronn, statt. Die gesamte Innenstadt wurde auf vielfältige Weise in Szene gesetzt. Leuchtkegel, illuminierte Fassaden und leuchtende Stelzenläufer versetzten die Stadt an diesem Abend in eine ganz besondere Atmosphäre. An unterschiedlichen Orten gab es Feuerkünstler, beleuchtete Akrobaten oder LED-Trommler. Neu waren in diesem Jahr ein „Lichter- und Koffermarkt“ in der Sülmerstraße und als Höhepunkt ein Ballonglücken auf dem Marktplatz.

Ein musikalisches Großereignis mit 29 Chören auf vier Bühnen in der Innenstadt von Heilbronn, das war „**Magie der Stimmen**“ am 7. April 2019. Trotz parallel stattfindendem verkaufsoffenem Sonntag in Ludwigsburg, im Breuninger Land und bei IKEA, kamen an diesem Sonntag rund 30.000 Gäste aus der gesamten Region nach Heilbronn, das an diesem Tag zu einem echten Wohlfühlort wurde. Der Handel öffnete seine Türen und überzeugte mit überraschenden Angeboten.

Am **Eröffnungstag der Bundesgartenschau** gab es auch ein Public Viewing auf dem Marktplatz. Der Südwestrundfunk übertrug auf einer 16 Quadratmeter LED-Videowand die zweistündige Livesendung.

Die 19. Auflage des **Heilbronner Trollinger Marathons** wurde wieder zu einer Top-Veranstaltung der gesamten Region Heilbronn-Franken. 5.782 Teilnehmer aus über 50 Nationen erreichten das Ziel. Die Finisher-Quoten in den einzelnen Wettbewerben waren höher als jemals zuvor. Beim Marathon der Frauen kamen 100 Prozent ins Ziel bei den Männern kamen 431 von 435 Läufern ins Ziel. Zu der gelungenen Veranstaltung trug auch die Tatsache bei, dass es bei kühlem Läuferwetter in diesem Jahr weit weniger medizinische Versorgungsfälle gab als beim Hitzelauf 2018. Der Leitende Notarzt verzeichnete lediglich 32 kleinere Versorgungen und einen Klinik-Transport wegen Kreislaufproblemen.

Am 10. Mai 2019 unterstützte das HMG-Team und das Heilbronner Käthchen die Ausrichtung der traditionellen **Käthchen-Rallye** des Rotary Clubs mit Zieleinlauf am Abend auf dem Marktplatz vor dem Rathaus. Auch beim Chorfest des Chorverbands im Rahmen der Bundesgartenschau war die HMG aktiv eingebunden. Und auch in die Organisation der Deutschen Betonkanu-Regatta des InformationsZentrum Beton (IZB), bei der über 100 Hochschulteam aus dem In- und Ausland dabei waren, war die HMG involviert.

Zum „Mekka der Sammelleidenschaften“ mit 200 Händlern hat sich der **Heilbronner Cityflohmarkt** entwickelt, der auch den stationären Einzelhandel einbindet und eine hohe zusätzliche Frequenz in der Innenstadt schafft.

Mit mehr als 110 Ausstellern, Kunsthandwerkern und Gärtnereien und knapp 14.000 Besuchern waren die **Heilbronner Gartenträume** ein echter Mehrwert für alle Gartenfreunde in der BUGA-Stadt. Vieles zum Thema Heim und Garten gab es gleich zum mit nach Hause nehmen und so war die Messe die ideale Ergänzung zum Angebot der Bundesgartenschau. Den kostenfreien Eintritt mit der BUGA-Karte honorierten viele Besucher teils mit einem üppigen Einkauf an den Ständen.

Seit dem Jahr 2014 veranstaltet das Schul-, Kultur- und Sportamt der Stadt Heilbronn gemeinsam mit der HMG das **Klassik Open Air** auf dem Kiliansplatz. Der HMG kommt hier nach wie vor die Rolle als „Technik-, Service- und Marketingpartner“ zu.



Das **Heilbronner Kinderfest** im Wertwiesepark ist gerade mit den neuen Themen gesunde Ernährung, Bewegung und Technik längst mehr als nur ein Spiele- und Spaßevent. Immer mehr Unternehmen, Bildungsträger und Vereine nutzen die Plattform, um ihre zukünftigen Vereinsmitglieder, Schüler oder Mitarbeiter zu treffen. Erneut hatten wir mit rund 8.000 Besuchern einen Teilnehmerrekord zu verzeichnen.

Am selben Tag organisierte die HMG zusammen mit der Bürgerinitiative Pro Region Heilbronn-Franken den **22. Regionaltag Heilbronn-Franken** in der Heilbronner Innenstadt. Das Bühnenprogramm und die 60 durch die HMG koordinierten Stände in der Innenstadt zogen tausende Besucher an.

Ganz im Zeichen der tropischen Temperaturen von über 30 Grad Celsius stand am Donnerstagabend vor Ferienbeginn der **11. Stimme Firmenlauf**. Dennoch trotzten die 7.241 Läuferinnen und Läufer der Hitze und machten sich ab 19 Uhr auf die – aufgrund der Hitze verkürzten – 4,8 Kilometer lange Strecke entlang des Neckars. Über 99 Prozent von ihnen erreichten das Ziel, was dem Lauf erneut eine extrem hohe Finisher-Quote bescherte.

Bei angenehmen Temperaturen strömten in diesem Jahr wohl wieder rund eine Viertelmillion Gäste auf die Theresienwiese zum **Heilbronner Volksfest**. Auch parallel zur Bundesgartenschau hat dieses Traditionsfest einen enormen Zuspruch erfahren, das auch aus Sicht der Polizei sehr friedlich und ohne besondere Vorkommnisse verlief.

Auch weiterhin bleibt in Heilbronn das romantische Ritual mit Liebesschloss in Mode. Am **Tag des Liebesschlusses** wurde in Heilbronn gefeiert. An der Götzenturmbrücke sind inzwischen rund 15.000 Liebesschlösser angebracht und jährlich versprechen sich weitere Paare hier die ewige Treue.

Das Event **Blühendes Italien mit Italienischem Markt und verkaufsoffenem Sonntag** zauberte am letzten Augustwochenende Urlaubsstimmung auf den Kiliansplatz. Insgesamt wurde der Markt an allen vier Tagen sehr gut angenommen. In Kooperation mit den Händlern und der Stadtinitiative Heilbronn hat sich Heilbronn als attraktive Einkaufsstadt präsentiert und ins regionale Bewusstsein gebracht. Menschen tanzten auf dem Kiliansplatz und nutzen somit die hohe Aufenthaltsqualität in der Heilbronner City.

Auch in der zweiten Hälfte hat sich der **Heilbronner Abendmarkt** auf dem Marktplatz vor dem historischen Rathaus mit regionalen und internationalen Gastroangeboten mit einem vielfältigen Weinangebot fest etabliert. Die Jungwinzerinitiative Wein.Im.Puls und die Genossenschaftskellerei Heilbronn wechselten sich ab und boten Gelegenheit zum Fachsimpeln bei einem guten Glas Wein. Und auch der **Weinsommer** auf der Neckarbühne zog donnerstags in den Sommerferien hunderte Besucher an, welche die Atmosphäre am Neckar sichtlich genossen.

GESCHÄFTSBEREICH EVENT

Mit geschätzten 270.000 Besuchern endete das diesjährige **Heilbronner Weindorf** (12.-22.09.2019) ohne einen Regentag am Sonntagabend beim „Großen Zapfenstreich“ des Musikvereins Kirchhausen mit einem „gefühlten Besucherrekord“. Das „Heilbronner Sommermärchen“ war an elf Weindorftagen auch rings um das Rathaus zu spüren, wenn sich bereits am frühen Abend die Gassen mit tausenden Besuchern füllten, ein reger Austausch zwischen Bundesgartenschau- und Weindorfbesucher zu erkennen war und zwischen Weinständen und leckeren Speisen bei vielfältiger Musik eine wunderbare Atmosphäre bei herrlichstem Spätsommerwetter herrschte. Beim Roten Kreuz und der Polizei gab es keine „besonderen Vorkommnisse“.

Wenige Tage nach Ende des großartigen Weindorfs feierte Heilbronn am 29. September 2019 sein traditionsreiches **Weinlesefest** am Wartberg. Erstmals an einem Sonntag, was dem Fest über den Dächern der Stadt noch mehr Besucher bescherte.

Vasen, Schüsseln und allerlei kunstvolle Figuren sorgten beim traditionellen **Heilbronner Hafemarkt** vom 4. bis 6. Oktober 2019 wieder für bunte Farbtupfer in der Heilbronner Innenstadt. Ihre Gemeinsamkeit: Sie alle sind aus Ton. Knapp 40 Töpfer sind auch in diesem Jahr wieder in die Sülmerstraße gekommen – erneut mehr als in den vergangenen Jahren.

Und auch der **deutsch-holländische Stoffmarkt** entlang der Unteren Neckarstraße am 5. Oktober 2019 war bei seinem zweiten Auftritt in diesem Jahr (nach dem 02. März 2019) erneut gut besucht. Nieselregen und Kälte konnten „echten Näherinnen“ nicht von einem Besuch abhalten, um sich Nachschub für den kalten Winter zu besorgen. Die niederländischen Händler bestätigten, dass Heilbronn „ein guter Markt“ sei.

Bei der 24. Auflage von **Jazz & Einkauf** am 13. Oktober 2019 wurde die Heilbronner Innenstadt wieder zur großen Festivalbühne. Bei sommerlichen 24 Grad und einem vielseitigen Bühnenprogramm hat das beliebte Veranstaltungsformat einmal mehr gehalten, was es stets verspricht. Etwa 40.000 Besucher haben in der Heilbronner City gefeiert, geshopped und die besondere Atmosphäre in vollen Zügen genossen.

Der **Käthchen Weihnachtsmarkt Heilbronn** hat seine Feuerprobe bestanden. 75 % der Marktbesucher lobten die Idee, das Käthchen als Motto einzuführen und sind froh, dass der Heilbronner Markt damit ein sympathisches Alleinstellungsmerkmal hat. Insgesamt waren die Besucher auch mit den Umsätzen und den Frequenzen zufrieden.

Die Benefizgala im **Heilbronner Weihnachtscircus** erbrachte rund 20.000 Euro an Spenden, die neben der Förderung der Südstadtkids auch in weitere Heilbronner Projekte aus dem Bereich „Kinder und Jugend“ der Heilbronner Bürgerstiftung fließen. Mit einer großen Anzahl preisgekrönter Artisten hat der Heilbronner Weihnachtscircus auch in seiner 21. Auflage – erstmals ohne Wildtiere - wieder rund 80.000 Gäste in 36 Vorstellungen angesprochen.

Wer stilvoll ins neue Jahr reinfeiern wollte, den erwartete beim Heilbronner **Silvesterball** in der Harmonie ein festliches Programm. Mit 718 zahlenden Gästen, war die Silvestergala in der Harmonie erneut ausgebucht.



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 Heilbronn Marketing wurde auch 2019 zielgruppenorientiert geschärft und weiterentwickelt. Schwerpunkt 2019 war in jeder Hinsicht die Bundesgartenschau Heilbronn vom 17. April bis 6. Oktober 2019. Neben den Angeboten zu den Themen „Wein“ und „Neckar“ wurden die Themen „Architektur/Städtebau“ besonders im neuen Stadtteil Neckarbogen ebenso aufgenommen wie auch Stadtführungen im Kanu, auf dem Fahrrad, mit Segways und Trikes. Die bedeutenden historischen Gebäude wie Kilianskirche, Rathaus, Käthchenhaus und Deuschhof sind Standards. Neu im Vertrieb wurde das Solitär Science-Center experimenta mit ausgebaut, das auch für die Folgejahre einen Vermarktungsschwerpunkt in der Ansprache von Familien und Genießer darstellt. Für die Bundesgartenschau wurden spezielle Führungen u.a. auch für Menschen mit Behinderung angeboten und vertrieben.

Touristischer Vertrieb

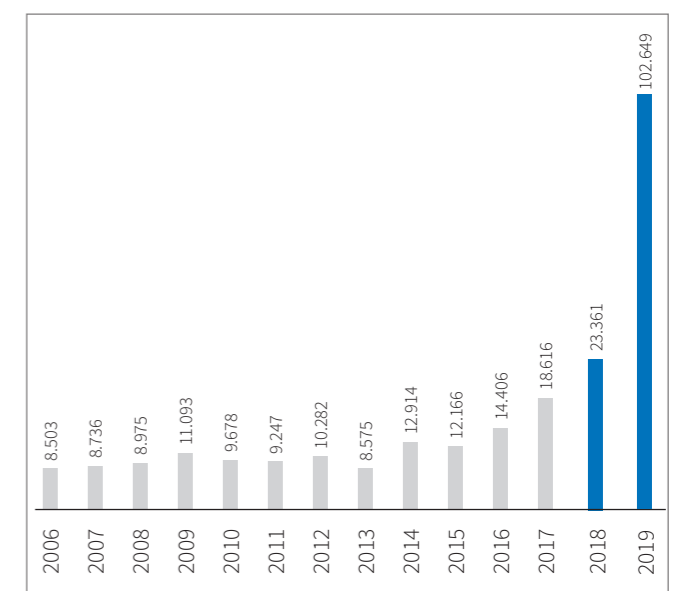
In eigener Regie und in Kooperation mit dem Paketanbieter STB-Reisen/GetYourGroup wurde das touristische Gruppenreisegeschäft weiter forciert. Das Online-Portal ermöglicht Reisebüros, Bus- und Gruppenreiseveranstalter die direkte Buchung von Reisepaketen, Hotels und sonstigen touristischen Leistungen. Die Buchungssituation der Hotellerie während der Bundesgartenschau hat die Erwartungen weit übertroffen. Die neuen Bettenkapazitäten wurden im Markt gut angenommen und durch den starken Besucherandrang und dank des hohen Geschäftsreiseaufkommen gut gefüllt. Potentiale sieht die HMG weiterhin im Event- und Tagungsbereich auch in Verbindung mit der zukünftig zur Verfügung stehenden Hotelerweiterung der Harmonie. Die Hotelsituation in Heilbronn 2019 war jedoch herausfordernd, da Reisegruppen nicht die gewünschten Kapazitäten zu den gewünschten Preisen angeboten werden konnten und somit ins weitere Umland ausweichen mussten.

Tourist-Information Heilbronn

Als zentrale Anlauf- und Informationsstelle für Gäste und Bürger hat sich die Tourist-Information auch im Jahr 2019 als Vorverkaufs- und Personalisierungsstelle für die Dauerkarten der Bundesgartenschau bewährt. In der Tourist-Information wurden zwischen dem 1. Dezember 2018 und dem 7. Oktober 2019 genau 31.380 Tickets und über 24.500 Gutscheine verkauft - 32.400 Dauerkarten wurden bis zur Eröffnung der BUGA personalisiert. Noch nie in der Geschichte der Tourist-Information hatte das Team so viele Geschäftsvorfälle abzuwickeln. Von April bis Oktober wurden an zwei Eingängen der Bundesgartenschau (Eingang experimenta und Eingang Wohlgelegen) zwei zusätzliche Außenstellen der Tourist-Information erfolgreich betrieben. Die Belegschaft der Tourist-Information wurde speziell für die Bundesgartenschau, für Messeauftritte und in der Kundenkommunikation umfangreich geschult.

Stadtführungen und Hop-On-Hop-Off-Bus

102.649 Personen haben sich im Jahr 2019 von über 50 Stadtführern der HMG über das BUGA-Gelände und die Innenstadt führen lassen. Davon waren 21.375 Personen Teilnehmer an den klassischen Stadtführungen außerhalb des BUGA-Geländes (Vorjahr rund 13.000 Teilnehmer). Einen erheblichen Anteil hatten die gebuchten Fahrten im Hop-On-Hop-Off-Bus mit rund 8.000 Gästen. Die Stadtführer durchliefen für die Bundesgartenschau ein umfangreiches Fortbildungsprogramm. Im Herbst 2019 wurden ca. 10 Stadtführer als Heilbronner Weinführer weitergebildet.



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

GESCHÄFTSBEREICH TOURISMUS

Messen und Workshops

Die Heilbronn Marketing hat an folgenden Messen und Workshops teilgenommen:

- CMT Stuttgart 12. bis 20. Januar 2019
- GROSS Reisemarkt Heilbronn 2./3. Februar 2019
- Solothurn Weinmesse 17. bis 19. Februar 2019
- ITB Berlin 6. bis 10. März 2019
- WBO Vorstandtagung 12. Juli 2019
- Regionaltag der Bürgerinitiative pro Region Heilbronn 13. Juli 2019
- Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg Städtekreissitzung 16./17. Juli 2019
- HESO Solothurn 18. bis 27.09.2019
- Tag der Deutschen Einheit Deutsche Botschaft Bern 26. September 2019
- WBO-Jahrestagung Fellbach 21./22. November 2019

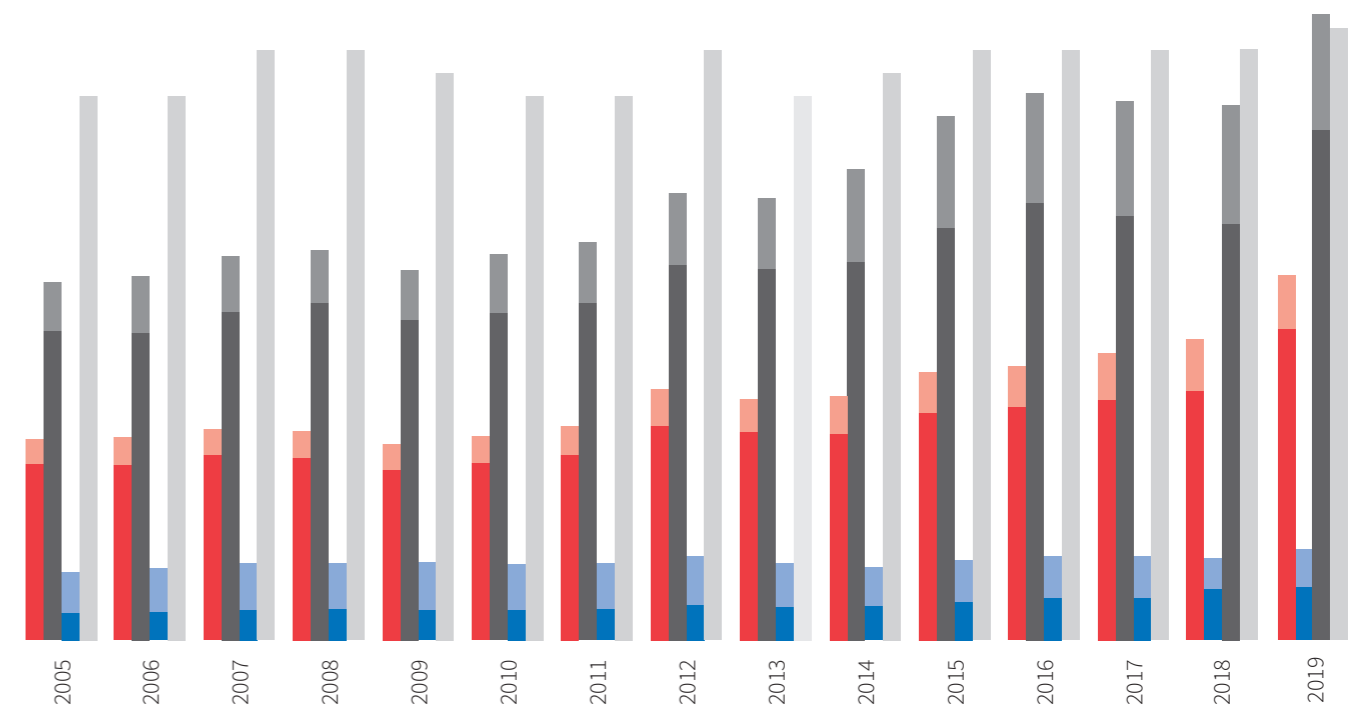
In Kooperation mit der Bundesgartenschau bzw. deren Freundeskreis und der experimenta konnten Prospektauslagen auf zahlreichen weiteren Messen realisiert werden.

Tourismusstatistik 2019

Im Jahr 2019 hat die Stadt wie erwartet die 400.000er Marke geknackt (Vorjahr rund 340.000 Übernachtungen). Mit 418.500 Übernachtungen gab es im vergangenen Jahr so viele Gäste wie niemals zuvor in der Neckarstadt. Seit 2013 stiegen die Übernachtungszahlen um rund 50 Prozent und es kamen im Vergleich zum Vorjahr mehr als 80.000 zusätzliche Übernachtungsgäste nach Heilbronn. 368 neue Hotelbetten schafften weitere Angebote und die hohe Auslastung der angebotenen Schlafgelegenheiten in den Beherbergungsbetrieben insgesamt unterstreicht die Notwendigkeit der bestehenden Bettenkapazitäten.

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 %				
2005	127.461	3,8	16.175	5,5	226.631	0	30.929	-1,1	1,8	40,4	1.564	24
2006	128.462	0,8	17.795	10,0	230.313	1,6	35.796	15,7	1,8	38,9	1.646	24
2007	133.967	4,3	16.911	-5,0	242.985	5,5	34.938	-2,4	1,8	39,4	1.768	26
2008	132.236	-1,3	16.629	-1,7	247.026	1,7	33.230	-4,9	1,9	40,7	1.752	26
2009	123.794	-6,4	15.891	-4,4	234.463	-5,1	31.584	-5,0	1,9	38,1	1.787	25
2010	129.207	4,4	17.121	7,7	244.371	4,2	37.342	18,2	1,9	40,0	1.749	24
2011	135.653	5,0	18.332	7,1	251.971	3,1	38.666	3,5	1,9	40,0	1.753	24
2012	159.003	17,2	23.066	25,8	283.352	12,5	45.779	18,4	1,8	42,2	1.930	26
2013	152.900	-3,8	21.089	-8,6	279.907	-1,2	44.655	-2,5	1,8	43,6	1.766	24
2014	154.560	1,1	23.896	13,3	298.454	6,6	58.854	31,8	1,9	46,0	1.685	25
2015	169.738	9,8	25.860	8,2	331.716	11,1	70.590	19,9	2,0	47,9	1.836	26
2016	173.702	2,3	26.234	1,4	346.311	4,4	69.294	-1,8	2,2	50,4	1.928	26
2017	174.456	0,4	29.460	12,3	341.102	-1,5	72.299	4,3	2,0	50,1	1.929	26
2018	174.884	0,2	29.536	0,3	338.296	-0,8	69.497	-3,9	1,9	51,1	1.871	26
2019	219.161	25,3	30.628	3,7	418.527	23,7	68.296	-1,7	1,9	52,8	2.187	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)



Tourismusstatistik Heilbronn im 15-Jahres-Vergleich

- Arrivals (Ankünfte)
- Overnight stays (Übernachtungen)
- Average occupancy rate (Ø-liche Auslastung)
- Number of establishments (Anzahl Betriebe)
- Share of foreign guests (Anteil Auslandsgäste)
- Share of foreign guests (Anteil Auslandsgäste)
- Number of beds (Anzahl Betten)



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. Zudem ist die Gesellschaft in verschiedenen Gremien der Bundesgartenschau Heilbronn GmbH integriert.

Mitgliedschaften bei:

- E.V.V.C. – Europäischer Verband der Veranstaltungszentren e. V.
- Marketingkreis Städte der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW)
- Die Burgenstraße e. V.
- Touristikgemeinschaft HeilbronnerLand e. V. (über Stadt Heilbronn)
- gbk e. V. - Gütegemeinschaft Buskomfort (touristisches Mitglied)
- Koordinierungsstelle Wein & Tourismus Heilbronn
- Arbeitskreis Weintourismus Württemberg
- Arbeitskreise Neckartal-Radweg und Kocher-Jagst-Radweg
- Assoziiertes Mitglied im Aufsichtsrat Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH
- Beirat Planung und Programm Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH
- Beirat Presse, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH
- Beirat Web und Social Media Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH

GESCHÄFTSBEREICH INTERNE SERVICES

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, Altes Theater, Schießhaus, Neckarbühne) Veranstaltungen durchführen.

In Summe konnten die von der Gesellschaft betreuten Veranstaltungsstätten inklusive des Festplatzes Theresienwiese rund 500.000 bis 550.000 Besucher bei mehr als 500 Veranstaltungen zählen. Damit konnte die Auslastung und auch der Ertrag auf konstant hohem Niveau gehalten werden. Im Bereich Finanzbuchhaltung wurden über 60.000 Geschäftsvorfälle und damit mehr als doppelt so viele wie in „normalen“ Jahren bearbeitet.

Konzert- und Kongresszentrum Harmonie

Mit 155.317 Besuchern (VJ: 136.513) und 307 Veranstaltungen (VJ: 281) konnte die Harmonie im Berichtsjahr dank mehrerer Tagungen und Versammlungen im Zusammenhang mit der BUGA 2019 eine sehr hohe Auslastung verzeichnen. Das Veranstaltungsportfolio im Maybach-Saal und im Heuss-Saal reichte von festlichen Bällen über Messen, Kongresse, Tagungen, Ausstellungen und Hauptversammlungen renommierter Unternehmen bis hin zu Konzerten nationaler und internationaler Künstler und Orchester wie z.B. dem Württembergischen Kammerorchester oder dem Heilbronner Sinfonieorchester. Gastronomisch wird die Harmonie durch die Voltino-Gastronomie bewirtschaftet.

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

Bürgerhaus Böckingen

Rückläufig waren erneut die Belegungszahlen im Bürgerhaus Böckingen mit 14.447 (VJ: 14.789) Besuchern und 121 (VJ: 151) Veranstaltungen. Es eignet sich als Stadtteilzentrum ideal zur Durchführung von Vereins- und Familienfeiern, Märkten, Seminaren, Prüfungen und Fachvorträgen. Gastronomisch wird das Bürgerhaus Böckingen durch den Gastronom Klaus Möhle bewirtschaftet.

Schießhaus

Positiv entwickelten sich die Belegungszahlen im Schießhaus mit 2.256 (VJ: 1.846) Besuchern und 37 (VJ: 30) Veranstaltungen. Das Schießhaus mit seinem Rokokosaal bildet den idealen Rahmen für klassische Konzerte, repräsentative Anlässe, Familienfeiern, Preisverleihungen, Seminare und Ausstellungen.

Alte Kelter Sontheim

Die Alte Kelter wird ganzjährig vom Tanzclub ATC Blau-Gold der TSG Heilbronn als Trainingsstätte genutzt. Für Vereine mit Sitz im Stadtteil Sontheim wird das Haus zur Durchführung von kleinen Veranstaltungsformaten vermietet. Im Berichtsjahr fanden 7 Veranstaltungen mit 1.785 Besuchern statt.

Festplatz Theresienwiese

Als Festplatz eignet sich die Theresienwiese vor allem zur Durchführung von Großveranstaltungen wie dem Heilbronner Volksfest, dem Heilbronner Maifest oder für die regelmäßig stattfindenden Flohmärkte. Traditionell hat hier der Heilbronner Weihnachtscircus seinen Platz. Ebenso finden auf dieser Fläche verschiedene Schausteller-Events statt. Bei Großveranstaltungen wie dem Heilbronner Trollinger Marathon oder durch die umliegenden Schulen und Betriebe wird der Platz als Parkfläche genutzt und ist zu Teilen parkraumbewirtschaftet. Im Berichtsjahr mietete die BUGA GmbH in der Zeit von April bis Mitte Oktober die Theresienwiese als Parkplatz für die Gartenschaubesucher an.

Personal

Im Berichtsjahr sind insgesamt 2.277 Überstunden angefallen (VJ: 2.112). Im Jahr der Bundesgartenschau 2019 griff für Mitarbeitende, deren Arbeitsgebiet unmittelbar mit der BUGA zu tun hatte, die Regelung mit bis zu 120-Stundenübertrag ins Folgejahr. Die 80-Stunden-Ampelregelung wurde für alle weiteren Mitarbeitenden unverändert angewendet mit der Folge, dass darüber hinaus gehende Stunden verfallen sind. Umgerechnet ergibt dies ca. 1,75 Vollzeitstellen. Dies verdeutlicht, dass der aktuelle Personalstand der Gesellschaft mit 61 Mitarbeitenden (VJ: 61) unverändert eine strukturelle Unterbesetzung aufweist und die Gesellschaft weiterhin mit engen personellen Ressourcen arbeitet.



Bilanz

zum 31. Dezember 2019

Aktiva in EUR	31.12.2019	31.12.2018
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände entgeltlich erworbene Software	8.266,00	14.806,00
II. Sachanlagen andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	80.586,00	86.271,00
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte Fertige Erzeugnisse und Waren	41.351,11	40.864,18
II. Forderungen und sonstige Vermögensbestände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	157.472,37	245.703,51
2. Forderungen gegenüber Gesellschaftern	20.779,33	19.534,15
3. Sonstige Vermögensgegenstände	11.018,72	76.727,36
	189.270,42	341.965,02
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	1.498.877,15	1.285.237,10
C. Rechnungsabgrenzungsposten	4.296,39	21.066,77
	1.822.647,07	1.790.210,07

Passiva in EUR	31.12.2019	31.12.2018
A. Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	50.000,00	50.000,00
B. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	243.247,00	233.087,00
2. Sonstige Rückstellungen	227.600,00	185.900,00
	470.847,00	418.987,00
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	49.132,74	56.627,00
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	484.939,64	909.239,70
3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	473.984,73	79.457,11
4. Sonstige Verbindlichkeiten	278.331,22	223.335,49
	1.286.388,33	1.268.659,30
D. Rechnungsabgrenzungsposten	15.411,74	52.563,77
	1.822.647,07	1.790.210,07

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

vom 01.01. bis 31.12.2019 in EUR	31.12.2019	31.12.2018
1. Umsatzerlöse	3.706.892,18	2.922.807,55
2. Sonstige betriebliche Erträge	15.289,79	26.230,21
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Ware	85.308,52	55.311,72
b) Personalgestellung Stadt Heilbronn	516.879,01	581.458,99
	602.187,53	636.770,71
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	2.003.440,89	1.788.558,45
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersvorsorge und für Unterstützung davon für Altersversorgung EUR 184.977,20 (Vj.: EUR 176.357,03)	595.809,40	541.905,82
	2.599.250,29	2.330.464,27
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	60.642,02	28.046,05
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	3.960.049,36	2.950.152,98
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.425,24	444,26
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	8.095,38	8.727,13
9. Ergebnis nach Steuern	-3.505.617,37	-3.004.679,12
10. Sonstige Steuern	465,00	575,00
11. Jahresfehlbetrag	3.506.082,37	3.005.254,12
12. Entnahmen aus der Kapitalrücklage	3.506.082,37	3.005.254,12
13. Bilanzgewinn	0,00	0,00

Entwicklung des Anlagevermögens

vom 01.01. bis 31.12.2019

in EUR	Buchwert 01.01.19	Zugang 2019	Abgang 2019	Abschreibung 2019	Buchwert 31.12.19
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
EDV-Software	14.806,00	0,00	0,00	6.540,00	8.266,00
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	14.806,00	0,00	0,00	6.540,00	8.266,00
II. Sachanlagen					
Betriebs- und Geschäftsausstattung					
a) EDV-Einrichtung, Hardware	575,00	6.468,85	1,00	636,85	6.406,00
b) Betriebs- und Geschäftsausstattung	13.738,00	2.055,61	324,00	5.009,61	10.460,00
c) Büroeinrichtung	1.706,00	0,00	0,00	340,00	1.366,00
d) Anlagevermögen BgA „Märkte“	7.319,00	0,00	0,00	1.372,00	5.947,00
e) Ausstattung Käthchenhaus	2.213,00	0,00	1,00	281,00	1.931,00
f) Investitionen Marrahaus	60.374,00	0,00	0,00	6.115,00	54.259,00
g) Informationstafeln	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00
h) Messesystem	345,00	0,00	0,00	129,00	216,00
i) Geringwertige Wirtschaftsgüter	0,00	40.218,56	0,00	40.218,56	0,00
Summe Sachanlagen	86.271,00	48.743,02	326,00	54.102,02	80.586,00
Summe Anlagevermögen	101.077,00	48.743,02	326,00	60.642,02	88.852,00



Anhang zum Jahresabschluss

31. Dezember 2019

Allgemeine Angaben zum Jahresabschluss

Der Jahresabschluss zum 31.12.2019 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 31.12.2018 wurde am 25.09.2019 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 27.09.2019 im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht. Zudem wurde die öffentliche Bekanntmachung in der Stadtzeitung Heilbronn vom 09.10.2019 und durch Auslage zur Einsichtnahme in den Geschäftsräumen der Tourist-Information vom 10.10. bis 17.10.2019 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 2005 G) bewertet. Für die Abzinsung wurde der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer Laufzeit von 15 Jahren von 2,71 % (Vj.: 3,21 %) 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 23 (Vj.: TEUR 27). Dieser Unterschiedsbetrag ist für die Ausschüttung nach § 285 Nr. 28 HGB gesperrt.

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

Erläuterungen

zu einzelnen Posten der Bilanz – AKTIVA

A. ANLAGEVERMÖGEN

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

I. Immaterielle Vermögensgegenstände

in EUR	2019	2018
entgeltlich erworbene Software	8.266,00	14.806,00

II. Sachanlagen

in EUR	2019	2018
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	80.586,00	86.271,00

B. UMLAUFVERMÖGEN

I. Vorräte

in EUR	2019	2018
Bestand Souvenirartikel	41.351,11	40.864,18

Die Bestandsaufnahme wurde durch erweiterte Stichtagsinventur unter Teilnahme des Wirtschaftsprüfers am 3. Januar 2020 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	2019	2018
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	160.272,37	250.303,51
Pauschalwertberichtigung Forderung	-2.800,00	-4.600,00
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	157.472,37	245.703,51

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

2. Forderungen gegenüber Gesellschaftern

in EUR	2019	2018
Verkehrsverein Heilbronn e. V.	6.000,00	4.470,50
stadtinitiative Heilbronn e. V.	9.779,33	10.063,65
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	20.779,33	19.534,15

Die **Forderungen** entstanden durch ausstehende Einlagen in die Kapitalrücklage für das Geschäftsjahr 2019 und durch Verrechnungen aus dem Liefer- und Leistungsverkehr.

3. Sonstige Vermögensgegenstände

in EUR	2019	2018
Sonstige	958,30	645,00
Geldtransit EC-Karten	3.968,80	39.259,70
VK Ausgleichswerk Vorverkauf	3.437,82	4.450,26
Debitorische Kreditoren	1.934,73	19.114,40
Geldtransit	469,07	6.300,00
Kautionen	0,00	1.000,00
VK Festhalle Harmonie	0,00	500,00
Gutscheine Stadt Heilbronn	250,00	130,00
Gutscheine stadtinitiative Heilbronn e. V.	0,00	5.328,00
Sonstige Vermögensgegenstände	11.018,72	76.727,36

III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten

in EUR	2019	2018
Kreissparkasse Konto 79017	1.380.802,20	1.173.939,03
Kreissparkasse Konto 15010810	100.237,24	100.284,22
Kreissparkasse Konto 79031	0,00	6.212,11
Kreissparkasse Konto 10159233	10.363,89	1.322,26
Kasse Tourist-Information	5.799,63	2.483,61
Handkassen	1.674,19	995,87
Kassenbestand/Guthaben bei Kreditinstituten	1.498.877,15	1.285.237,10

C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

in EUR	2019	2018
Aktive Rechnungsabgrenzung	4.296,39	21.066,77

D. Summe AKTIVA

in EUR	2019	2018
Summe AKTIVA	1.822.647,07	1.790.210,07

Erläuterungen

zu einzelnen Posten der Bilanz – PASSIVA

A. EIGENKAPITAL

I. Gezeichnetes Kapital

in EUR	2019	2018
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	2019	2018
Stand Kapitalrücklage zum 01.01.2019	0,00	
Zuführung Berichtsjahr	3.506.082,37	
Auflösung Berichtsjahr	-3.506.082,37	
Stand Kapitalrücklage zum 31.12.2019	0,00	

B. RÜCKSTELLUNGEN

1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

in EUR	2019	2018
Pensionsrückstellung	243.247,00	233.087,00

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

2. Sonstige Rückstellungen

in EUR	2019	2018
Sonstige Rückstellungen	48.500,00	20.400,00
Urlaubs- und Gleitzeitguthaben	136.600,00	124.000,00
sonstige Personalkosten	5.500,00	0,00
Rückstellungen für Abschluss und Prüfung	15.000,00	14.000,00
Aufbewahrung	5.800,00	5.700,00
Unterlassene Instandhaltung	6.000,00	15.000,00
Betriebskostenabrechnungen	10.200,00	6.800,00
Sonstige Rückstellungen	227.600,00	185.900,00

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 2019 gebildet. In Höhe der zu erwartenden Kosten für die Jahresabschlusserstellung und die Ausfertigung der Steuererklärungen des Berichtszeitraums war eine Rückstellung zu bilden.

C. VERBINDLICHKEITEN

Sämtliche Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

in EUR	2019	2018
Kreissparkasse Darlehen	49.075,00	56.627,00
Kreissparkasse Girokonto 79031	57,74	0,00
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	49.132,74	56.627,00

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

2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

in EUR	2019	2018
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	484.939,64	909.239,70

3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern

in EUR	2019	2018
Darlehen neue		
Tourist-Information	45.580,19	45.580,19
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	73.407,04	45.486,06
Rückzahlungsanspruch aus Überzahlungen Stadt Heilbronn	434.917,63	3.445,88
Umsatzsteuerverrechnung Berichtsjahr	-79.920,13	-15.055,02
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	473.984,73	79.457,11

Die **Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern** enthalten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 73 (VJ: 45).

4. Sonstige Verbindlichkeiten

in EUR	2019	2018
VK Kartenvorverkauf	113.550,80	112.926,20
Koordinierungsstelle Wein & Tourismus	22.436,32	22.736,32
Sonstige	46.965,29	17.804,80
Stadtwerke Fahrscheine	37.997,10	30.641,40
Lohn- und Kirchensteuer	39.628,00	32.854,10
Kreditorische Debitoren	5.402,20	539,40
Kreditkartenabrechnung	8.203,01	1.122,27
soziale Sicherheit	4.148,50	3.217,00
Ticketverkauf Hop-On-Hop-Off-Bus	0,00	1.494,00
Sonstige Verbindlichkeiten	278.331,22	223.335,49

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

D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

in EUR	2019	2018
Passive Rechnungsabgrenzung	15.411,74	52.563,77

E. SUMME PASSIVA

in EUR	2019	2018
Summe PASSIVA	1.822.647,07	1.790.210,07

5. Sonstige Angaben

Haftungsverhältnisse

Zum Bilanzstichtag bestanden keine Haftungsverhältnisse im Sinne § 251 HGB.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen zum Bilanzstichtag

Zum Bilanzstichtag bestehen folgende sonstige finanzielle Verpflichtungen:

in TEUR

Verpflichtungen aus	< 1 Jahr	2-5 Jahre	> 5 Jahre	Gesamt
Mietverträgen	250,00	404,00	605,00	1.259,00
Leasing	76,00	8,00	0,00	84,00
Übrige	19,00	0,00	0,00	19,00
Summe	345,00	412,00	605,00	1.362,00

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 31.12.2019: EUR 45.580,19.



Erläuterungen

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

1. Umsatzerlöse

Gliederung der Umsatzerlöse in EUR	2019	2018
Erlöse Veranstaltungsstätten	948.517,37	771.159,45
Erlöse Festplätze	147.347,62	220.411,91
Erlöse Märkte	382.236,89	404.134,70
Erlöse Feste/Veranstaltungen	857.733,03	856.588,41
Erlöse Touristik	916.941,35	294.281,39
Erlöse Werbung/Marketing	281.808,07	174.263,55
Sonstige Erlöse (Verwaltung, Stadt-/Wein-/Tourismusmar- keting)	172.307,85	201.968,14
Summe Umsatzerlöse	3.706.892,18	2.922.807,55

In den Umsatzerlösen sind periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 0 (VJ: TEUR 6) enthalten.

2. Sonstige betriebliche Erträge

in EUR	2019	2018
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	12.797,57	16.844,50
Erstattungen Aufwendungs- ausgleichsG	0,00	8.485,00
Erträge aus der Herabsetzung der Pauschalwertberichtigung auf Forderungen	1.800,00	0,00
Erträge aus abgeschriebenen Forderungen	149,26	170,50
Erlöse aus Sachanlageverkäufen	200,00	200,00
Sonstige/Sonstige betriebliche regelmäßige Erträge	342,96	530,21
Sonstige betriebliche Erträge	15.289,79	26.230,21

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind TEUR 13 (VJ: TEUR 17) periodenfremde Erträge enthalten. Diese betreffen im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen.

3. Materialaufwand

a) Aufwand für bezogene Waren

in EUR	2019	2018
Wareneinkauf/Souvenirs	85.847,76	62.790,78
Erhaltene Skonti	-52,31	-101,67
Bestandsveränderungen	-486,93	-7.377,39
Aufwand für bezogene Waren	85.308,52	55.311,72

b) Personalgestellung durch Stadt Heilbronn

in EUR	2019	2018
Personalgestellungskosten	516.879,01	581.458,99

4. Personalaufwand

in EUR	2019	2018
Löhne und Gehälter	2.003.440,89	1.788.558,45
Soziale Abgaben und Aufwen- dungen für Altersversorgung und Unterstützung	595.809,40	541.905,82
Personalaufwendungen	2.599.250,29	2.330.464,27

In den Personalaufwendungen sind TEUR 185 (VJ: TEUR 176) Aufwendungen für Altersversorgung enthalten.

5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen

in EUR	2019	2018
Betriebs- und Geschäftsausstattung	13.883,46	13.644,00
Sofortabschreibung GWG	40.218,56	9.813,05
immaterielle Vermögensgegenstände	6.540,00	4.589,00
Summe Abschreibungen	60.642,02	28.046,05

6. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Gliederung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen in EUR	2019	2018
Aufwendungen Veranstaltungen-stätten	724.425,34	626.279,82
Aufwendungen Festplätze	19.014,50	41.799,82
Aufwendungen Märkte	412.969,71	322.738,15
Aufwendungen Feste/Veranstaltungen	926.940,77	834.536,44
Aufwendungen Touristik	628.109,49	134.084,58
Aufwendungen Stadt-/Wein-/Tourismusmarketing	295.560,04	332.106,98
Aufwendungen Werbung	535.041,81	258.706,74
Aufwendungen Verwaltung	417.987,70	399.900,45
Summe sonstige betriebliche Aufwendungen	3.960.049,36	2.950.152,98

7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge

in EUR	2019	2018
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.425,24	444,26

8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen

in EUR	2019	2018
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	8.095,38	8.727,13

In den sonstigen Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Aufwendungen i. H. von TEUR 7 (VJ: TEUR 8) aus der Abzinsung von Pensionsrückstellungen enthalten.

9. Ergebnis nach Steuern

in EUR	2019	2018
Ergebnis nach Steuern	-3.505.617,37	-3.004.679,12

10. Sonstige Steuern

in EUR	2019	2018
Kfz-Steuern	465,00	575,00

11. Jahresfehlbetrag

in EUR	2019	2018
Jahresfehlbetrag	3.506.082,37	3.005.254,12

12. Entnahme aus der Kapitalrücklage

in EUR	2019	2018
Entnahme aus der Kapitalrücklage	3.506.082,37	3.005.254,12

13. Bilanzgewinn

in EUR	2019	2018
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 3 (VJ: TEUR 2). Im Geschäftsjahr 2019 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 54 (VJ: 53) eigene Mitarbeiter (davon 19 in Teilzeit, VJ: 19) im Namen der Gesellschaft beschäftigt. Weitere durchschnittlich 7 (VJ: 8) Mitarbeiter (davon 3 in Teilzeit, VJ: 4) wurden von der Stadt Heilbronn im Rahmen der Personalgestellung überlassen.

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Stichtag (Nachtragsbericht)

Die Folgen der seit Anfang 2020 fortschreitenden Ausbreitung des Coronavirus sind aktuell noch nicht vollständig abschätzbar, werden sich jedoch auf die künftige Vermögens-, Finanz- und Ertragslage spürbar auswirken. Es droht eine deutliche Reduzierung der Nachfrage nach den Leistungen der Gesellschaft, was mit einem Umsatzrückgang einhergeht. Die Geschäftsführung überwacht die Entwicklung laufend. Wir verweisen hierzu auch auf die Ausführungen zu Punkt 4. im Lagebericht der Gesellschaft.

Heilbronn, den 15. Mai 2020

gez.
Steffen Schoch
Geschäftsführer

Feststellung

Jahresabschluss 31. Dezember 2019

in EUR	2019
1. Bilanzsumme	1.822.647,07
Davon entfallen auf der Aktivseite auf	
a) das Anlagevermögen	88.852,00
b) das Umlaufvermögen	1.729.498,68
c) die Rechnungsabgrenzungsposten	4.296,39
Davon entfallen auf der Passivseite auf	
a) das Eigenkapital	50.000,00
b) die Rückstellungen	470.847,00
c) die Verbindlichkeiten	1.286.388,33
d) die Rechnungsabgrenzungsposten	15.411,74
2. Jahresfehlbetrag	3.506.082,37
in der Gewinn- und Verlust-Rechnung	3.506.082,37
3. Entnahmen aus der Kapitalrücklage	3.506.082,37
4. Bilanzgewinn	0,00

Ergebnisverwendung:

Die Geschäftsführung schlägt vor, den Jahresfehlbetrag für das Geschäftsjahr 2019 von **EUR 3.506.082,37** mit der Kapitalrücklage zu verrechnen, d. h. es wird eine entsprechende Entnahme aus der Kapitalrücklage zur Verlustverrechnung vorgenommen.

Heilbronn, den 15. Mai 2020

gez.
Steffen Schoch
Geschäftsführer

Bestätigungsvermerk

des unabhängigen Abschlussprüfers

Nach dem abschließenden Ergebnis der Prüfung hat die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Lehleiter + Partner GmbH, Neckarsulm, am 15. Mai 2020 dem Jahresabschluss der Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn, zum 31. Dezember 2019 und dem Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 den folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt, der an dieser Stelle wiedergegeben wird:

„An die Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn

Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2019 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 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 2019 bis zum 31. Dezember 2019 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2019 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 und
- vermittelt der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

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

Grundlage für die Prüfungsurteile

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

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

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

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

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen 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 im Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes die Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

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

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

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von

der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der 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 könnten.

- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben.
 - beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
 - ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.
 - beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses sowie ob der Jahresabschluss die zugrundeliegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt.
 - beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft.
 - führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrundeliegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.
- Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.
- Neckarsulm, den 15. Mai 2020
- Lehleiter + Partner GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft**
- gez.
Michael Humm
Wirtschaftsprüfer“



IMPRESSUM

Herausgeber

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

Fotos

Jürgen Häffner, Stadt Heilbronn, Roland Schweizer,
gbk - Gütegemeinschaft Buskomfort e.V./Thomas Wagner,
Jana Kay, Fotoatelier M/Terzo Algeri, Bundesgartenschau
Heilbronn 2019 GmbH/Jürgen Häffner

Auflage

06|2020

N

