

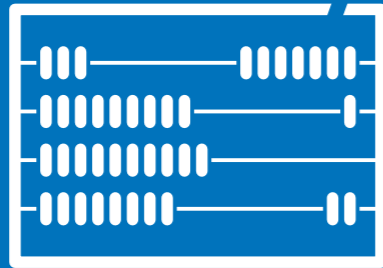
Geschäftsbericht 2017

Heilbronn



zum
Erlebnis mache

N



Inhaltsverzeichnis

04	Bericht des Aufsichtsrats zum Jahresabschluss und Lagebericht 2017
05	Rechtliche Verhältnisse der Heilbronn Marketing GmbH
06	Berichte aus den Gremien
08	Lagebericht der Heilbronn Marketing GmbH
14	Bericht der Geschäftsbereiche
14	Stabsbereich Marketing
16	Geschäftsbereich Event
18	Geschäftsbereich City Management
19	Geschäftsbereich Tourismus
22	Geschäftsbereich Interne Services
23	Jahresabschluss 2017
23	Aktiva
23	Passiva
24	Gewinn-und-Verlust-Rechnung
25	Entwicklung des Anlagevermögens 2017
26	Anhang zum Jahresabschluss 31.12.2017
33	Feststellung Jahresabschluss 2017
34	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Bericht des Aufsichtsrats

zum Jahresabschluss und Lagebericht 2017

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 2017 fanden fünf ordentliche Aufsichtsratssitzungen statt, bei denen der Aufsichtsrat von der Geschäftsführung über Geschäftspolitik, Grundsatzfragen zur Unternehmensplanung, Lage und Entwicklung der Gesellschaft sowie über Einzelprojekte und bedeutsame Geschäftsvorfälle detailliert im Rahmen von Berichten und Einzelvorlagen unterrichtet wurde. Die Geschäftsvorgänge, zu denen laut Gesellschaftsvertrag die Beschlussfassung durch den Aufsichtsrat erforderlich war, wurden auf der Basis detaillierter Beschlussvorlagen nach eingehender Beratung gefasst.

Das Jahresergebnis 2017 ist sehr positiv zu werten, weil es der Heilbronn Marketing GmbH gelang, die im Wirtschaftsplan 2017 vorgegebenen Ziele vollumfänglich zu erreichen und insbesondere den prognostizierten Jahresfehlbetrag 2017 geringfügig zu reduzieren.

Der vorliegende Jahresabschluss mit Anhang und Lagebericht wurde, gemäß dem Aufsichtsratsbeschluss, von der bestellten Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Lehleiter + Partner GmbH, Neckarsulm, geprüft. Es wurde festgestellt, dass die Geschäftsführung und der Aufsichtsrat ihren nach Gesetz und Gesellschaftsvertrag obliegenden Verpflichtungen nachgekommen sind.

Bei der Jahresabschlussprüfung 2017 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 zu keinen Beanstandungen geführt. Der Bestätigungsvermerk wurde uneingeschränkt erteilt.

Gemäß § 12 Abs. 2 des Gesellschaftsvertrags 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 vonseiten des Aufsichtsrats keine Einwendungen erhoben.

Der im Auftrag der Geschäftsführung von der Steuerberatungsgesellschaft REVISA GmbH & Co. KG aufgestellte und von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Lehleiter + Partner GmbH testierte Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2017 wird gebilligt.

Der Gesellschafterversammlung wird empfohlen, den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2017 festzustellen, den Jahresfehlbetrag mit der Kapitalrücklage zu verrechnen sowie der Geschäftsführung und dem Aufsichtsrat für das Geschäftsjahr 2017 Entlastung zu erteilen.

Der Aufsichtsrat dankt der Geschäftsführung sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die im Berichtsjahr 2017 geleistete Arbeit und für ihren unermüdlichen Einsatz, ohne den die Zielerreichung nicht möglich gewesen wäre.

Heilbronn, den 15. Mai 2018



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 2017 galt der notariell beurkundete Gesellschaftsvertrag in der Fassung vom 17. Dezember 2014. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

GESELLSCHAFTER (STAND: 31. DEZEMBER 2017):

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

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

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

GESELLSCHAFTERVERSAMMLUNG

Vorsitzender:

Herr Harry Mergel, Oberbürgermeister Stadt Heilbronn

Vertreter der Gesellschafter:

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

AUFSICHTSRAT

Vorsitzender:

Herr Harry Mergel, Oberbürgermeister Stadt Heilbronn

Vertreter des Gemeinderats der Stadt Heilbronn:

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

Vertreter der Gesellschafter:

Verkehrsverein Heilbronn e. V.:
Herr Martin Heinrich, Weinbautechniker, Heilbronn
(Vertreter: Herr Karl Adolf Herzog)
stadtinitiative Heilbronn e. V.:
Herr Thomas Gauß, Geschäftsführer, Flein
(Vertreter: Herr Johannes Nölscher)
Herr Roland Nölscher, Dipl.-Kaufmann und Geschäftsführer,
Heilbronn
(Vertreter: Herr Simon Reinhard)
Frau Eva Schnepf, Geschäftsführerin, Heilbronn
(Vertreterin: Frau Gwendolyn Gutmann)

Gesellschaft zur Förderung des Gastgewerbes in Baden-Württemberg mbH:
Frau Birgitt Wölbing, Lehrerin und Sozialwirtin, Heilbronn
(Vertreter: Herr Martin Kübler)

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

GESCHÄFTSFÜHRUNG UND VERTRETUNG

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

STEUERLICHE VERHÄLTNISSE

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

Berichte aus den Gremien

GESELLSCHAFTERVERSAMMLUNG

Im Berichtsjahr 2017 fand eine Gesellschafterversammlung statt.

Sitzung am 27.09.2017

Wichtiger Tagesordnungspunkt:

Feststellung Jahresabschluss und Lagebericht zum 31.12.2016 einschließlich Beschluss über die Ergebnisverwendung für das Geschäftsjahr 2016 sowie Entlastung des Aufsichtsrats und des Geschäftsführers Steffen Schoch.

AUFSICHTSRAT

Im Berichtsjahr 2017 fanden fünf 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 14.02.2017

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- INTERNE SERVICES – u. a. Schaffung neuer Stellen, Qualifizierung der Mitarbeiter, temporäre Umnutzung Alte Kelter Sontheim als Flüchtlingsunterkunft, WLAN Harmonie.
- TOURISMUS – u. a. Neustrukturierung Tourist-Information, Aus- und Weiterbildung Stadtführer.

- EVENT – u. a. Neukonzeption Wahl Heilbronner Käthchen, Abendmarkt, Landsleutetreffen in Berlin, Eventplanung bis 2020.
- MARKETING – u. a. Projekt CRM (Datenbank und Adressverwaltung), Imagefilm, Aufbau Social-Media-Aktivitäten.
- SONSTIGE TOP – u. a. Feststellungsbeschluss Wirtschaftsplan 2017/2018; neue Büroräume im Käthchenhaus für Vertrieb Tourist-Information.

Sitzung am 08.05.2017

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- INTERNE SERVICES – u. a. Nachbesetzung City-Manager, Nachbesetzung Event Projektleiter, Nachbesetzung Leiter GB Event, neues Organigramm.
- MARKETING – u. a. Aktion „Heilbronner Gesichter“, Begleitung des städtischen Markenprozesses.
- EVENT – u. a. Bericht über durchgeführte und geplante Veranstaltungen.
- CITY-MANAGEMENT – u. a. gemeinsame Reflexion Masterplan Innenstadt, Weiterentwicklung Illumination am Neckar, Übergabe Stadtfahrräder an Studierende, Schnittstelle BUGA.
- TOURISMUS – u. a. Messepräsentationen CMT Stuttgart und ITB Berlin, Reaktivierung Hotelierstammtisch.
- SONSTIGE TOP – u. a. Zusammenarbeit HMG ./ BUGA GmbH.

Sitzung am 03.07.2017

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- MARKETING – u. a. Umsetzung/Einführung der Marke Heilbronn,
- CITY-MANAGEMENT – u. a. Aufbau einer Datenbank „Handel und Gastronomie“, Einkaufs- und Gastronomieführer Heilbronn, Verknüpfung Maßnahmen Innenstadt, Handel und BUGA.
- TOURISMUS – u. a. Forcierung Gruppenreisegeschäft für BUGA; Qualifizierung Stadtführer, Hop-on-/Hop-off-Citytouren in Heilbronn.
- SONSTIGE TOP – u. a. Beratung Jahresabschluss 2016, Bestellung des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2017.

Sitzung am 27.09.2017

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- MARKETING – u. a. neue Imagebroschüre, Werbemittel, Messestand.
- EVENTS – u. a. Sponsorenkonzept, Weiterentwicklung Veranstaltungen.

- SONSTIGE TOP – u. a. Vergabe der Theresienwiese zur Durchführung von Flohmärkten für die Jahre 2018 bis 2022, Vertragsverlängerung Heilbronner Volksfest mit Fa. Göckelmeier Festbetriebs GmbH für die Jahre 2019 bis 2020, Erhöhung Benutzungsgebühren Schießhaus zum 01.01.2018.

Sitzung am 20.11.2017

Wichtige Tagesordnungspunkte:

Bericht des Geschäftsführers aus den Geschäftsbereichen:

- EVENT – u. a. Ergebnisse der Umfrage Weindorf 2017, Veranstaltungsplanung 2018.
- MARKETING – u. a. Anpassung Printmedien, Anzeigen und Veranstaltungsplakate an das neue Erscheinungsbild der Marke Heilbronn.
- TOURISMUS – u. a. Öffnungszeiten Tourist-Information, Präsentationen auf touristischen Messen 2017 und 2018.
- INTERNE SERVICES – u. a. Stellenbewertungsverfahren nach TVÖD.
- SONSTIGE TOP – u. a. Erteilung von Handlungsvollmachten für HMG-Mitarbeiter; Sitzungstermine der Gremien 2018.



Lagebericht

der Heilbronn Marketing GmbH
für das Geschäftsjahr 2017 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 Ausgabenbereichs für Dritte und damit die Förderung der Kooperation zwischen öffentlichen und privaten Akteuren, die Stärkung von Image und Identität des Einzelhandelsstandorts Heilbronn sowie der oberzentralen Bedeutung der Stadt Heilbronn, u. a. durch bessere Profilierung und Positionierung der Stadt gegenüber Wettbewerbern sowie die Koordination und Abstimmung der touristischen Vermarktung mit regional übergreifenden Tourismuseinrichtungen sind als wesentliche Zielsetzungen im Gesellschaftsvertrag vom 17. Dezember 2014 verankert. Als Beihilfengeber im Sinne des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union hat die Stadt Heilbronn die Gesellschaft, beruhend auf dem Beschluss der EU-Kommission vom 20. Dezember 2011 über die Anwendung von Artikel 106 Absatz 2, mit der Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse (DAWI) betraut. Die Betrauung ist im Gesellschaftsvertrag vom 17. Dezember 2014 niedergelegt.

1.2. Ziele und Strategien

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

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

2. WIRTSCHAFTSBERICHT

2.1. Geschäftsverlauf

Die im Gesellschaftsvertrag und im Wirtschaftsplan 2017 festgelegten Unternehmensziele sind im Geschäftsjahr 2017 in vollem Umfang erreicht worden. Die Geschäftsleitung ist mit der Entwicklung und dem Jahresverlauf 2017 zufrieden und kann somit auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2017 zurückblicken. Für den positiven Verlauf im Geschäftsjahr 2017 waren im Wesentlichen folgende Entwicklungen und Ereignisse prägend:

- a) Konsequente Fortsetzung des eingeschlagenen Weges
- b) Umsetzung der Marke Heilbronn in allen Print- und Online-medien
- c) Stärkere Präsenz auf touristischen Messen ITB Berlin und CMT Stuttgart sowie Aufbau B2B-Kontakte (Sales Guide, Präsenz auf Fachmessen RDA Köln und Friedrichshafen, FREE München)
- d) Verstärkung des touristischen Vertriebs
- e) Qualitäts- und Attraktivitätssteigerung bei den Events
- f) Ausbau von Medienkooperationen
- g) Verknüpfung von Event und Tourismus
- h) Aktive Vermarktung der Veranstaltungsstätten
- i) Gewinnung von Sponsoren und Partner zur Erweiterung des Handlungsspielraums
- j) Abschluss von mehrjährigen Verträgen zur Vermietung der Theresienwiese
- k) Vergabe von Ständen auf dem Heilbronner Weindorf
- l) Anmietung neuer Büroräume für das Sachgebiet Vertrieb Touristik
- m) Besetzung der freien Stelle Leitung City-Management und damit verbunden Aufnahme der operativen Tätigkeit im City-Management zum 01. Juli 2017.

Die rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Gesellschaft haben sich im Geschäftsjahr 2017 nicht verändert. Zur ständigen Sicherung der Liquidität leistete der Gesellschafter Stadt Heilbronn im Jahr 2017 Einlagen im Vorgriff auf die Übernahme zu erwartender Verluste in Höhe von TEUR 2.924,5.

2.2. Lage: Darstellung, Analyse, Beurteilung

2.2.1. Ertragslage

Der ausgewiesene Jahresfehlbetrag 2017 in Höhe von TEUR 2.942,8 konnte, im Vergleich zum Planansatz aus dem Wirtschaftsplan 2017 (TEUR 2.944,0), um TEUR 1,2 reduziert werden. Der Jahresfehlbetrag 2017 wird mit der Kapitalrücklage verrechnet, d. h., aus der Kapitalrücklage, auf die im Vorgriff auf die Übernahme zu erwartender Verluste Einlagen des Gesellschafters Stadt Heilbronn in Höhe von TEUR 2.924,5 geleistet wurden, wird eine entsprechende Entnahme zur Verlustverrechnung vorgenommen.

Die Reduzierung des Jahresfehlbetrags 2017 stellt sich wie folgt dar:

in TEUR	Ergebnis 2017	Vergleich zum Planansatz 2017
Umsatzerlöse, sonstige betriebliche Erträge und Zinsen	2.784,6	+ 100,5
Materialaufwand, sonstige betriebliche Aufwendungen, weitere Aufwendungen	2.955,2	+ 61,3
Personal- und Personalgestellungskosten	2.772,2	+ 38,0
Jahresfehlbetrag	2.942,8	- 1,2

Die Umsatzerlöse sowie sonstigen betrieblichen Erträge und Zinsen sind im Jahr 2017 (im Vergleich zum Planansatz 2017) um TEUR 100,5 höher ausgefallen. Diese Erlössteigerungen resultieren im Wesentlichen aus der Vermietung der Veranstaltungsstätten und des Festplatzes Theresienwiese (TEUR + 68,4) sowie aus der Durchführung von Veranstaltungen (TEUR + 27,3). Die Ausgaben für Material, sonstige betriebliche Aufwendungen und weitere Aufwendungen sind im Jahr 2017 (im Vergleich zum Planansatz 2017) um TEUR 61,3 angestiegen. Diese Ausgabensteigerungen resultieren im Wesentlichen aus erhöhten Kosten zum Betrieb der Veranstaltungsstätten und des Festplatzes Theresienwiese (TEUR + 50,3) sowie aus gesteigerten Marketing- und Werbemaßnahmen (TEUR + 11,0). Die Personal- und Personalgestellungskosten betragen im Jahr 2017 insgesamt TEUR 2.772,2 und sind, im Vergleich zum Planansatz 2017, um TEUR 38,0 höher ausgefallen. Die Personalaufwendungen für durchschnittlich 60 beschäftigte Mitarbeiter (Vorjahr 59 Mitarbeiter) stellen mit TEUR 2.772,2 (= 48,4 Prozent) den größten Aufwandsposten im Jahr 2017 dar (Vorjahr TEUR 2.580,6 = 45,0 Prozent). Die Personalkostenquote im Verhältnis zu den Gesamterlösen liegt im Jahr 2017 bei 99,6 Prozent und somit, im Vergleich zum Vorjahr (83,9 %), um 15,7 Prozentpunkte höher.

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 aus Marketingaktivitäten erzielt. Analog zur Umsatzentwicklung stehen die betrieblichen Aufwendungen aus dem Geschäftsbetrieb sowie Personal- und Personalgestellungskosten entgegen.

2. WIRTSCHAFTSBERICHT

2.2.2. Finanzlage

in TEUR	2017	2016
Finanzmittelfonds Jahresanfang	924	845
+ Cashflow aus		
• laufender Geschäftstätigkeit	-2.803	-2.610
• Investitionstätigkeit	-29	-43
• Finanzierungstätigkeit	2.918	2.732
Finanzmittelfonds Jahresende	1.010	924

Der Finanzmittelfonds setzt sich entsprechend DRS 21 aus den bilanzierten flüssigen Mitteln zusammen.

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 2017 auf TEUR 97 (Vorjahr: TEUR 98) und stellt nunmehr 7,4 Prozent des Gesamtvermögens dar. Es setzt sich aus den immateriellen Vermögensgegenständen (TEUR 2) und den Sachanlagen (TEUR 95) zusammen. Im Geschäftsjahr 2017 wurden Investitionen in Höhe von TEUR 30 getätigt, und die Abschreibungen belaufen sich auf TEUR 31.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände schlagen zum Bilanzstichtag mit TEUR 164 zu Buche (Vorjahr: TEUR 187). Dies entspricht einem Rückgang von 12 Prozent und einem Anteil in Höhe von knapp 13 Prozent des Gesamtvermögens. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf die Verringerung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zum Bilanzstichtag zurückzuführen.

Die flüssigen Mittel sind mit TEUR 1.010 im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 87 gestiegen und machen mit 77 Prozent 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 2017 setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	Jahr 2017
Einlagen Gesellschafter Stadt Heilbronn	2.924,5
Einlagen sonstige Gesellschafter	19,5
Summe Finanzierungsmittel	2.960,7

2.3.2. Leistungsdaten Tourismus und Veranstaltungen

Leistungsdaten	Jahr 2017	Jahr 2016
Übernachtungen	341.102	346.311
Gästekünfte	174.456	173.702
Bettenauslastung	50,1 %	50,4 %
Schlafgelegenheiten (Betten)	1.929	1.928
Ø-liche Aufenthaltsdauer	2,0 Tage	2,0 Tage
Teilnehmer an Stadtführungen	11.286	13.274
Teilnehmer an Reiseprogrammen	3.404	4.382
Fahrgäste Hop-on-/Hop-off-Bus (neu 2017)	3.926	0
Teilnehmer beim Trollinger-Marathon	7.655	7.589
Teilnehmer beim STIMME-Firmenlauf	7.706	7.389
Veranstaltungsbesucher Harmonie	162.490	168.125
Veranstaltungsbesucher Bürgerhaus Böckingen	16.330	16.081
Veranstaltungsbesucher Schießhaus	1.751	2.048
Kundenbesuche Tourist-Information	68.178	70.271
Zugriffe auf HMG-Homepage	345.128	586.967
Facebook-Abonnenten	19.677	13.284

2.4. Gesamtaussage

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

- bis TEUR 50: entsprechend den Beteiligungsverhältnissen von allen Gesellschaftern
 - mehr als TEUR 50: zusätzlich von der Stadt Heilbronn
- Insgesamt ist die Geschäftsleitung der Heilbronn Marketing GmbH mit dem Geschäftsverlauf des Geschäftsjahres 2017 zufrieden.

3. PROGNOSEBERICHT

Der Schwerpunkt in der Tätigkeit 2018 liegt in der Organisation und Durchführung der Feste, Märkte und handelsrelevanten Events sowie der Sonderveranstaltungen, die von der Gesellschaft organisiert werden oder an der die Gesellschaft als Kooperationspartner beteiligt ist. Die Erlöse und die Aufwendungen zur Durchführung dieser Veranstaltungen sind im Wirtschaftsplan 2018 enthalten und bergen insofern kein besonderes finanzielles Risiko, sollten die Sicherheitsauflagen bei Festen, Märkten und Sonderveranstaltungen durch die Genehmigungsbehörden nicht weiter verschärft werden. Gegebenenfalls daraus resultierende Kostenerhöhungen müssten durch Einsparungen bei der Veranstaltungsorganisation oder durch Einführung einer Sicherheitsgebühr refinanziert werden. Der Abschluss von Miet- und Pachtverträgen mit mittelfristigen Laufzeiten für Veranstaltungen auf der Theresienwiese (Volksfest, Weihnachtscircus, Flohmärkte) gewährleistet Planungssicherheit bei der Kalkulation der Erlöse aus der Vermietung des Festplatzes. Der Betrieb der Veranstaltungsstätten Harmonie, Bürgerhaus Böckingen, Alte Kelter Sontheim und Schießhaus birgt auf der Aufwandsseite insofern ein Risiko, als dass ein zu erwartender Anstieg der Energiekosten zu höheren Belastungen führen könnte, die im Wirtschaftsplan 2018 zwar im Planwert berücksichtigt, aber in ihrer letztendlichen Höhe noch nicht abzusehen sind. Die Erlöse aus der Vermietung der Veranstaltungsstätten werden in Höhe des Planwerts aus dem Wirtschaftsplan 2018 aller Voraussicht nach vollumfänglich erzielt werden können.

Die Finanzierung der Mehraufwendungen zur weiteren Umsetzung des Markenprozesses Heilbronn ist durch die projektbezogene Mittelzuwendung der Stadt Heilbronn im Jahr 2018 in Höhe von TEUR 100,0 gedeckt.

Beim Ausblick auf die weitere Entwicklung der Tourismuskennzahlen wird ein moderater Anstieg der Gästeankünfte und Gästeübernachtungen im Jahr 2018 erwartet.

Mit Beginn des Dauerkartenverkaufs für die Bundesgartenschau 2019 in Heilbronn ab April 2018 wurde das Mitarbeiterteam in der Tourist-Information personell um eine Vollzeitstelle aufgestockt. Die höheren Personalaufwendungen werden durch Provisionserlöse aus der Dauerkartenpersonalisierung vollumfänglich gedeckt sein.

Ausrichtung und Ziele für das Geschäftsjahr 2018:

- a) die Marke Heilbronn mit Leben erfüllen und sympathisch erlebbar machen
- b) Vermarktung und Verkauf der touristischen Produkte – insbesondere für Gruppen
- c) Synergien zwischen der Gesellschaft und Handel/ Gastronomie nutzen
- d) Vorbereitung „Neckarfest 2.0“ für das Jahr 2020
- e) weitere Gewinnung von Sponsoren und Partnern
- f) die „Stadt im Aufbruch“ über die Grenzen hinaus platzieren
- g) die BUGA Heilbronn 2019 touristisch und für das Image der Stadt positiv nutzen
- h) Positionierung der Gesellschaft als zentrale Service- und Vermarktungsstelle der Stadt Heilbronn

Der genehmigte Wirtschaftsplan 2017/2018 gibt der Gesellschaft Planungssicherheit in der Finanz- und Vermögensplanung für das Jahr 2018 und weist einen Jahresfehlbetrag in Höhe von TEUR 3.008,7 aus. Die im Jahr 2018 anstehende Erstellung und Genehmigung des Wirtschaftsplans 2019/2020 wird der Gesellschaft mittelfristige Planungssicherheit in der Finanz- und Vermögensplanung geben, da der Wirtschaftsplan 2019/2020 bis in das Jahr 2023 reicht und im Wesentlichen alle Risiken aus den im Gesellschaftsvertrag festgeschriebenen Zielen und Zwecken der Gesellschaft abdeckt.

4. CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

4.1. Chancenbericht

Der im Wirtschaftsplan 2017/2018 ausgewiesene Jahresfehlbetrag für das Geschäftsjahr 2018 in Höhe von TEUR 3.008,7 wird gemäß dem Gesellschaftsvertrag von den Gesellschaftern getragen. Der Jahresfehlbetrag 2018 wird auch durch die wirtschaftliche Betätigung in der Durchführung von Messen, Festen und Märkten sowie der Vermarktung von Werbeflächen zur bestmöglichen Finanzierung der Aufgaben aller Voraussicht nach auf Dauer nicht nachhaltig reduziert werden können. Folglich sehen wir aufgrund des Gesellschaftszwecks und der Erlössituation der Gesellschaft keine besonderen Chancen. Die Gesellschaft wird dennoch bestrebt sein, durch geeignete Maßnahmen die Erlössituation nachhaltig zu verbessern und die Aufwendungen aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit durch solides Wirtschaften nachhaltig zu begrenzen.

4.2. Risikobericht

Ziel des Risikomanagementsystems ist die Erkennung, Bewertung und Steuerung der wesentlichen Risiken, um den Fortbestand der Gesellschaft sicherzustellen. Die Elemente des Risikomanagementsystems bei der Gesellschaft bestehen im Wesentlichen aus der strategischen und operativen Planung der Kostenrechnung. Das monatliche Berichtswesen liefert umfangreiche und aktuelle Informationen über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage und damit die wirtschaftliche Situation der Gesellschaft. Das implementierte Risikomanagementsystem ermöglicht die frühzeitige Erkennung von Risiken, die den Bestand des Unternehmens gefährden können. Demnach bestehen im Geschäftsjahr 2018 keine bestandsgefährdenden Risiken, sofern die Gesellschafter auch künftig ihre Verpflichtungen nach dem Gesellschaftsvertrag zur Übernahme des Jahresfehlbetrags erfüllen. Anhaltspunkte, dass dies nicht der Fall sein könnte, liegen der Gesellschaft nicht vor und sind auch nicht erkennbar. Zweifel an der Fortführung der Gesellschaft bestehen somit nicht. Risiken für das Umlauf- und Anlagevermögen der Gesellschaft waren im abgelaufenen Geschäftsjahr 2017 keine gegeben und bestehen auch für das lau-

fende Geschäftsjahr 2018 nicht. Aus dem im Gesellschaftsvertrag festgeschriebenen Zweck und Gegenstand der Gesellschaft wird auch auf absehbare Zeit kein ausgeglichenes Ergebnis zu erwarten sein bzw. werden keine Gewinne erwirtschaftet werden können. Die Personal- und Personalgestellungskosten stellen auch im Jahr 2018 den größten Aufwandsposten dar. Die Verhandlungen der Tarifpartner zum Abschluss eines neuen Tarifvertrags für den öffentlichen Dienst (TVöD) mit Wirkung ab dem 01. März 2018 sind aktuell noch nicht beendet. Ein höherer Abschluss als die im Wirtschaftsplan 2017/2018 kalkulierten linearen Gehaltssteigerungen von zwei Prozentpunkten würde einen deutlichen Anstieg der Personal- und Personalgestellungskosten nach sich ziehen, deren Finanzierung nicht gesichert wäre. Insofern besteht diesbezüglich ein Personalkostenrisiko in derzeit nicht absehbarer Höhe. Durch die im Jahr 2019 stattfindende Bundesgartenschau in Heilbronn ist weiterhin eine Zurückhaltung langjähriger Sponsoren bei der Unterstützung von Projekten der Gesellschaft zu verspüren mit der Folge, dass die im Wirtschaftsplan 2017/2018 prognostizierten Erlöse aus Sponsoring und Werbekostenzuschüsse möglicherweise nicht vollumfänglich erzielt werden können.

5. RISIKOBERICHT BEZÜGLICH FINANZINSTRUMENTE

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

Heilbronn, den 23. März 2018

gez.
Steffen Schoch
Geschäftsführer

Bericht Geschäftsbereiche

VORBEMERKUNG

Die Heilbronn Marketing GmbH setzt das im Oktober 2015 im Aufsichtsrat verabschiedete Konzept „Strategiepapier Heilbronn Marketing 2016–2020“ in Bezug auf Struktur und Neuausrichtung mit Nachdruck um.

Dazu zählen insbesondere Maßnahmen zur Schaffung effizienter Strukturen und Abläufe, die Einbindung der HMG in den städtischen Markenentwicklungs- und Kommunikationsprozess, die Zentralisierung des Bereichs Marketing als Stabsstelle und interner Dienstleister sowie die Übernahme neuer Aufgaben im Rahmen der Gesamtvermarktung der Stadt Heilbronn und ihrer Tochter- und Beteiligungsgesellschaften.

Nach außen hin gut wahrnehmbar sind die Veränderungen bei den Events. Viele wurden inhaltlich überdacht, neu konzipiert und der Marke Heilbronn angepasst. Neue und gleich erfolgreiche Formate sind beispielsweise der Abendmarkt auf dem Marktplatz und der Weinsommer an der Neckarbrücke, welche neue Publikumsgruppen ansprechen. Die weiterentwickelten Handelsevents erfahren ebenso besten Zuspruch wie auch die in die Zukunft ausgerichteten Traditionsveranstaltungen mit neuen Angeboten und modernem Programm. Große Herausforderung bei allen Events sind vor allem die Erfüllung der Sicherheitsauflagen.

Im Bereich City Management wurde die Kommunikation mit dem Handel und der Gastronomie intensiviert, um erfolgreich Maßnahmen zu dessen Förderung sowie der Aufenthaltsqualität umzusetzen. Zugleich ist das City Management bei den strategischen Ausrichtungsprozessen der Innenstadt aktiv beteiligt.

Insbesondere im touristischen Bereich konnten im Jahr 2017 wichtige Meilensteine gemeistert werden. So wurden Kontakte zu den überregionalen und insbesondere im Zusammenhang mit der touristischen Vermarktung der Bundesgartenschau Heilbronn 2019 wichtigen Touristikpartnern, Verbänden der Bustouristik und Gruppenreiseveranstalter ausgebaut als auch das regionale Netzwerk im Umkreis von ca. 100 Kilometer um Heilbronn gefestigt.

Die Veranstaltungsstätten liegen mit der Belegungsstatistik auf Vorjahresniveau – die Wirtschaftlichkeit im Betrieb konnte weiter gesteigert werden.

STABSBEREICH MARKETING

Werbung und Marketing

Die Heilbronn Marketing GmbH hatte einen wichtigen Part bei der Erstellung der umfangreichen und professionellen empirischen Markenanalyse und auch bei der Erarbeitung und Umsetzung eines gemeinsamen Corporate Designs für Heilbronn. Die HMG ist in diesem Zusammenhang Mitglied des eigens gegründeten Markenbeirats zur Reflexion der Markenführung. Mit der klar ausgebildeten Marke Heilbronn verhelfen wir unserer Stadt zu einer eindeutigen Identität mit typischen Charaktereigenschaften. Dabei konzentrieren wir uns auf die Werte und Kompetenzen, die konkret und ursächlich etwas mit Heilbronn zu tun haben. Es geht darum, was wir in das „Schaufenster Heilbronn“ stellen und wodurch wir uns von anderen Städten unterscheiden.

Im Marketing entwickeln und steuern wir die Marke Heilbronn strategisch. Wir sind Dienstleister für die Stadt Heilbronn und für 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.

Nach der öffentlichen Vorstellung der neuen Marke Heilbronn und des neuen Corporate Designs im Juli 2017 war die zweite Jahreshälfte stark von dessen Umsetzung geprägt. Dabei wurden wir grafisch unterstützt durch die Heilbronner Werbeagentur Projekt X, welche sich in einem Wettbewerb durchgesetzt hatte.

Sämtliche Printprodukte wurden inhaltlich neu konzipiert und zielgruppengerecht aufbereitet. Insbesondere die touristischen Produkte wurden in enger Kooperation mit der BUGA GmbH erarbeitet und entsprechen nun den nationalen Standards der Branche. Weiter wurden die Keyvisuals für sämtliche Events entwickelt und sowohl kommunikative als auch grafische Verknüpfungen mit dem Handel geschaffen. Der Veranstaltungskalender „Heilbronn erleben“ als zentrales Informationsmedium ist in seiner übersichtlichen Darstellung sehr gut gelungen. Neu ist, dass sich sämtliche städtischen Kulturinstitute (Musikschule, Theater, Stadtarchiv, Stadtbibliothek, Schul-, Kultur- und Sportamt, u. a.) darin aufmerksamkeitsstark präsentieren.

Neu entstanden sind beispielsweise:

- Imagebroschüre
- Geschäftsausstattung
- Veranstaltungskalender
- Reise- und Erlebnisplaner 2018
- Unterkunftsverzeichnis 2018
- Stadtführungen 2018
- Weinerlebnisse 2018
- Messestand und Rollups
- Diverse Werbemittel
- Image- und Themenanzeigen
- Sponsoreninformationen
- Konzept Gestaltung Tourist-Information

Überall erfahren wir sehr positiven Zuspruch auf die neu erarbeiteten Medien.



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Im Jahr 2017 wurde konsequent weiter am Ziel der Ausweitung der Öffentlichkeitsarbeit über die Grenzen der Region hinaus gearbeitet. Hierfür wurde erstmals ein professionelles Adressdaten-Portal für Journalistenkontakte genutzt (Meltwater). Veranstaltungen und Themen, die überregional relevant sind, konnten so erstmals 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, sind der Ausbau und die Modernisierung des Presse-Bildarchivs ein kontinuierlicher Prozess, der auch weiterhin fortgesetzt werden muss. Durch einen

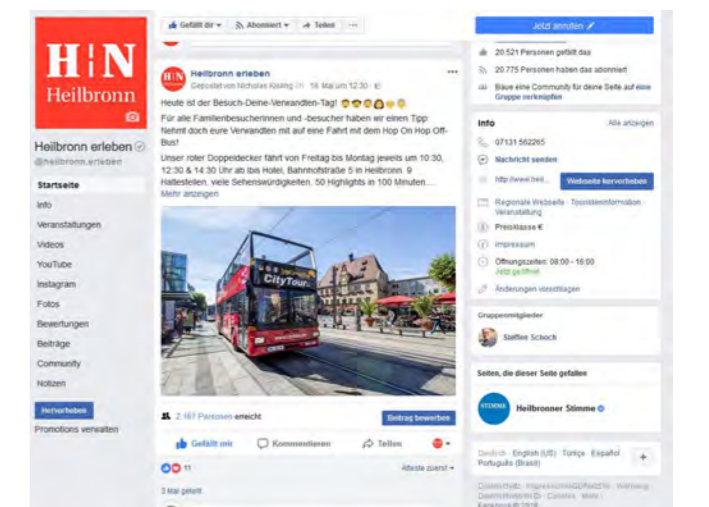
Aufruf nach Heilbronn-Models in der Tageszeitung Heilbronner Stimme liegt Heilbronn Marketing seit Sommer 2017 ein Pool von rund 150 Heilbronnern vor, die für emotionale und moderne Bilder zur Verfügung stehen.

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 von der Pressestelle koordiniert. Die Kooperation mit touristischen Partnern wie der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg oder der Touristikgemeinschaft Heilbronner Land wurde auf Ebene der Pressearbeit weiter ausgebaut.

Internet und Social Media

Für die Internetseite der Gesellschaft, www.heilbronn-marketing.de, steht eine Fusionierung mit der städtischen Website und damit auch ein grundlegender Relaunch an. Die Planung für diese umfangreiche Umgestaltung wurde im Jahr 2017 vorgenommen und wird 2018 zum Tragen kommen.

Die crossmediale Arbeit im Bereich Social Media wurde 2017 durch eine Masterthesis grundlegend analysiert und weiter professionalisiert. Die Kanäle Facebook, Instagram und in begrenztem Maße auch YouTube haben sich für die Belange der Heilbronn Marketing GmbH als sinnvoll erwiesen. Die Bespielung dieser Kanäle ist laut Social-Media-Experten im Vergleich zu anderen Städten vergleichbarer Größe vorbildlich.



GESCHÄFTSBEREICH EVENT



Feste/Veranstaltungen/Märkte	Termin 2017	Feste/Veranstaltungen/Märkte	Termin 2017
Nightshopping	07.01.	Heilbronner Weinsommer	03.-31.08. (jeweils donnerstags)
Heilbronner Pferdemarkt	25.-27.02.	Italienischer Markt	31.08.-02.09.
17. Heilbronner Trollinger-Marathon	07.05.	47. Heilbronner Weindorf	07.-17.09.
Klassik Open Air	25.05.-27.05.	20. Weinlesefest Heilbronn	23.09.
Heilbronner Abendmarkt	04.05.-27.07. (jeweils donnerstags)	Hafen-(Töpfer)-Markt	29.09.-01.10.
Magie der Stimmen mit verkaufsoffenem Sonntag	28.05.	Jazz & Einkauf mit verkaufsoffenem Sonntag	08.10.
Natürlich Mobil	18.06.	Blumenschmuck Preisverleihung	22.11.
Cityflohmarkt	24.06.	48. Heilbronner Weihnachtsmarkt	28.11.-21.12.
Heilbronner Rosenmarkt	01.-02.07.	Weihnachts-Nightshopping	02.12.
61. Heilbronner Kinderfest	08.07.	Silvestertanz in der Harmonie	31.12.
Heilbronn bewegt sich (konzipiert als verkaufsoffener Sonntag, umgesetzt als „normaler“ Samstag in Verbindung mit der Drachenbootregatta)	27.07.	Wochenmarkt auf dem Marktplatz	Dienstag, Donnerstag, Samstag jeweils 7-13 Uhr
91. Heilbronner Volksfest	28.07.-06.08.	Marktstände in Klingenberg und Böckingen	jeden Samstag
Heilbronner Inselnacht (Festveranstaltung zum 125-jährigen Jubiläum des Verkehrsvereins)	29.07.		

Eine der zentralen Aufgaben der Heilbronn Marketing GmbH ist es, die Heilbronner Innenstadt attraktiver zu machen und die Aufenthaltsqualität sowie die Leistungsfähigkeit der City zu erhalten und weiter zu verbessern. Mit frequenzstarken Handels- und Sportveranstaltungen, aber auch mit den traditionsreichen Märkten und Festen, die weit in die Region und darüber hinaus strahlen, wird dieses Ziel maßgeblich unterstützt und erreicht. Es wurden die Inhalte und Programme für die Events der kommenden Jahre erarbeitet und der Erneuerungsprozess im Rahmen der finanziellen und personellen Möglichkeiten sukzessive, aber sehr konsequent vorangetrieben. Die HMG trägt seit 2015 für sämtliche handelsrelevante Veranstaltungen wie Nightshoppings und verkaufsoffene Sonntage das volle finanzielle Risiko aus der Veranstaltungsorganisation.

Optisch wurden die Veranstaltungen vereinheitlicht unter dem Dach der Marke Heilbronn und nach überregionaler, regionaler und lokaler Bedeutung geclustert. Dadurch konnten auch konsequent die wirkungsvollsten Werbe- und Kommunikationskanäle ausgewählt werden. Analog wurden die Teilnahmemöglichkeiten für Partner und Sponsoren professionell aufbereitet und auf Sponsoreninformationen dargestellt. Bei sämtlichen Events in der Innenstadt wird zusammen mit dem Geschäftsbereich City-Management ein Handelsbezug hergestellt, und es werden alle Händler (Mitglieder und Nichtmitglieder der Stadtinitiative) mit niederschweligen Teilnahmemöglichkeiten einbezogen.

Nachfolgend haben wir den Fokus auf einzelne Formate gelegt, welche die Bandbreite und Vielfältigkeit der Veranstaltungen veranschaulichen sollen:

- Der traditionell im Februar stattfindende Pferdemarkt war mit mehr als 125.000 Gästen wieder ein Besuchermagnet.
- Zum 17. Trollinger-Marathon hatten sich 7.798 Läufer (Marathon, Halbmarathon, Staffelmara-

- thon, Halbmarathon, Staffelmara-
- thon, Nordic Walking, Kinder-, Jugend-, Schülerläufe) angemeldet. 6.497 Läufer gingen an den Start, und 6.424 Läufer erreichten das Ziel im Frankenstadion, was einer Finisherquote von 98,9 Prozent entsprach.
- Und auch die Innenstadt war bei Magie der Stimmen bei sommerlichen Temperaturen gut besucht.
- Der Wertwiesenpark befand sich beim Kinderfest wieder fest in Kinderhand. Das bunte Programm lockte viele Familien zu den zahlreichen Spiel-, Sport-, Bastel- und Bewegungsangeboten.
- Mit 7.706 Teilnehmer in Viererteams konnte beim 9. STIMME-Firmenlauf die Bestmarke aus dem Vorjahr nochmals übertroffen werden.
- Das Heilbronner Volksfest auf der Theresienwiese gewinnt wieder neue Besucherzielgruppen, wobei ein Drohanruf am Auftaktwochenende zunächst die Besucher zurückhielt. Dennoch ging das Fest mit mehr als 200.000 Besuchern erfolgreich zu Ende.
- Trotz Regen und kühleren Temperaturen war das Weindorf mit neuen Wein- und Speisenständen besucherstark. Eine von der Hochschule durchgeführte Befragung gab durchweg gute Noten.
- Bei schönem Herbstwetter konnte das traditionelle Weinlesefest am Wartberg gefeiert werden.
- Und auch der Hafenmarkt in der Sülmerstraße mit vielen teilnehmenden Töpfern erfreute sich großer Beliebtheit.
- Jazz & Einkauf verwandelte die Innenstadt in eine große Open-Air-Festival-Bühne, und Entertainer Tom Gaebel begeisterte die Massen beim begleitenden verkaufsoffenen Sonntag des Heilbronner Einzelhandels.
- Der auf dem Markt- und Kiliansplatz sowie in den Fußgängerzonen durchgeführte Weihnachtsmarkt verwandelte die Innenstadt wiederholt in eine vorweihnachtliche Welt.
- Und auch die über 700 Besucher des Silvesterballs in der Harmonie tanzten und feierten zufrieden ins neue Jahr.



Auch in seiner 2. Auflage wurde der Abendmarkt auf dem Marktplatz gut angenommen, und der erstmalig abgehaltene Weinsommer auf der Neckarbühne mit abwechslungsreicher Livemusik, leichten Sommerweinen und gastronomischen Köstlichkeiten sorgte für eine tolle Atmosphäre.



GESCHÄFTSBEREICH CITY MANAGEMENT

Zum 01. April 2015 hatte die Gesellschaft das operative City-Management von der stadtinitiative Heilbronn e. V. übernommen. Nach einer etwa zehnmonatigen Vakanz ab August 2016 wurde die Leitung des Geschäftsbereichs City-Management zum 01. Juli 2017 neu besetzt. In diesem Zuge wurde der Aufgabenbereich in enger Abstimmung mit der Stabsstelle Wirtschaftsförderung der Stadt Heilbronn und der stadtinitiative Heilbronn e. V. mit neuen Schwerpunkten versehen, und es wurden vielfältige Maßnahmen und Aktivitäten zur Förderung des Handels gestartet. Ein wichtiger Ansprechpartner ist zudem die Bauverwaltung, weshalb wir regelmäßig an den Amtsleiterunden im Dezernat IV teilnehmen.

Das City Management beschäftigt sich mit strategischen Projekten zur Förderung des Handels und der Gastronomie. Es entwickelt Maßnahmen zur Bindung der Studierenden, zur Erhöhung der Kundenfrequenz und der innerstädtischen Aufenthaltsqualität und setzt diese beispielsweise durch die Einrichtung eines freien WLAN-Netzes, die Verlosung von Studentenfahrrädern im Rahmen einer Erstwohnsitzkampagne oder mit der Erarbeitung einer Ausschreibung für einen ganzjährig gastronomisch nutzbaren Pavillon als architektonisches Pendant zur experimenta um.

Beim Dialog „Zukunft Innenstadt“ der Heilbronner Stimme haben wir Position zur Entwicklung des innerstädtischen Handels

bezogen und waren eingebunden in den Arbeitskreis Innenstadt unter der Leitung des Ersten Bürgermeisters der Stadt Heilbronn.

Zusammen mit unseren Partnern haben wir Ideen zur Vernetzung der Innenstadt mit dem Bundesgartenschau-Gelände entwickelt (Transportsysteme, Leitsysteme, Medien, Bonussystem, Grünprojekte, Pavillon: Aufbruch.Heilbronn – im Forum Bundesgartenschau, u. a.).

Mit dem Aufbau einer Datenbank „Handel und Gastronomie“ wurden wichtige Grundlagen für die Intensivierung der Kommunikation mit unseren Zielgruppen geschaffen.

Beteiligt war das City Management auch am strategisch wichtigen Ausrichtungsprozesses für die Heilbronner Innenstadt, wie der Weiterentwicklung des Märkte- und Zentrenkonzepts und des Masterplans. Darüber hinaus vertreten wir die Interessen des Handels und der Innenstadt in diversen Gremien wie beispielsweise der Kulturkonzeption Heilbronn, dem Arbeitskreis Neckar, dem Runden Tisch der Hochschule u. v. m.

Auch die Installation und Weiterentwicklung der Weihnachtsbeleuchtung in den Fußgängerzonen und auf der Allee wird durch die Heilbronn Marketing verantwortet.

GESCHÄFTSBEREICH TOURISMUS

Reiseangebote

Als Konsequenz des Markenprozesses der Stadt Heilbronn wurden auch die touristischen Angebote zielgruppenorientiert weiterentwickelt. Schwerpunkte sind die Angebote zum Thema „Wein“ und „Neckar/Landschaft“. Das Thema Architektur/Städtebau wurde ebenfalls aufgenommen, um das sich derzeit schnell wandelnde Stadtbild in Gästeführungen zu kommunizieren. Alle innerstädtischen Führungen binden das Stadtmodell auf der Inselspitze mit ein. Im Rahmen eines Tourismuskonzepts mit externen Partnern sollten konkrete Ziele, Strategien und Visionen für den Heilbronn-Tourismus erarbeitet werden.

Touristischer Vertrieb

Im Berichtsjahr ist die Gesellschaft mit Nachdruck in den touristischen Vertrieb eingestiegen und hat sich insbesondere für das Gruppenreisegeschäft neue Partner und Zielgruppen erschlossen. Dazu wurde gemeinsam mit dem Paketreiseveranstalter STB Reisen in Kehl eine Kooperation eingegangen, um professionell über ein Buchungstool unter der Marke Getyourgroup dieses Marktsegment zur Bundesgartenschau effizient abdecken zu können. Als neue Vermarktungsschiene wurde der Event- und Tagungsbereich erfolgreich etabliert und das B2B-Geschäft in der Region angestoßen.

Tourist-Information Heilbronn

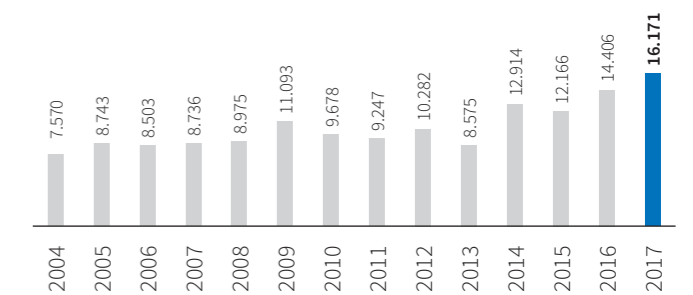
Die Tourist-Information, Kaiserstraße 17, ist zentrale Informations- und Servicestelle für Gäste und Bürger. Neben dem Souvenirverkauf, dem Ticketverkauf für regionale und überregionale Veranstaltungen und dem Vertrieb touristischer Angebote werden Hotelzimmer über das Online-Reservierungsportal DIRS21 vermittelt. Über die Systeme CTS Eventim, Easy Ticket und Reservix sowie über das Onlineportal für das Theaterschiff erfolgt der Kartenverkauf via Internet. Die Zertifizierung der Tourist-Information mit der i-Marke des Deutschen Tourismus Verbandes (DTV) wurde im Jahr 2016 verlängert. Insbesondere im Hinblick auf die Bundesgartenschau wurde das Leistungsspektrum hinsichtlich Souvenirs und Gestaltung modernisiert und ausgebaut.

Stadtführungen und Hop-on-/Hop-off-Bus

Die Anzahl der gebuchten Stadtführungen und Tagesprogramme ist mit 18.616 Teilnehmern (VJ: 17.656) weiter gestiegen. Einen erheblichen Anteil hatten die gebuchten Fahrten im Hop-on-/Hop-off-Bus ab August 2017 mit rund 4.000 Gästen. Der Trend bei den Stadtführungen selbst geht eher zu kleineren Gruppen, was auch in der Summe der teilnehmenden Personen sichtbar wurde. Die allgemeinen Trends in Richtung Spezialisierung und Thematisierung wurden aufgegriffen und neue Produkte lanciert. Derzeit stehen der Gesellschaft über 50 geprüfte Stadtführer zur



Verfügung, welche auch sämtliche Führungen auf der Bundesgartenschau 2019 abwickeln und dazu speziell geschult werden.



Teilnehmerentwicklung der Stadtführungen

Messen und Workshops

An folgenden Messen, Workshops und Präsentationen hat die Gesellschaft im Jahr teilgenommen:

- CMT Stuttgart vom 14. Januar bis 22. Januar 2017 (Gemeinschaftsstand mit Bundesgartenschau)
- Internationale Tourismusbörse ITB vom 08. März bis 12. März 2017 in Berlin (Kooperation mit Bundesgartenschau und experimenta)
- Jahrestagung der VPR (Internationaler Verband der Paketer) in Toulouse/Frankreich vom 06. April bis 09. April 2017
- RDA Friedrichshafen vom 20. April bis 21. April 2017 (Kooperation mit Gütegemeinschaft Buskomfort)
- Regionaltag „Bürgerinitiative pro Region“ in Kilsheim am 18. Juni 2017 (Kooperation mit Bundesgartenschau und experimenta)
- RDA Köln vom 04. Juli bis 05. Juli 2017 (Kooperation mit Gütegemeinschaft Buskomfort)
- WBO Fellbach vom 16. November bis 17. November 2017 (Gemeinschaftsstand mit Bundesgartenschau)

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

GESCHÄFTSBEREICH TOURISMUS

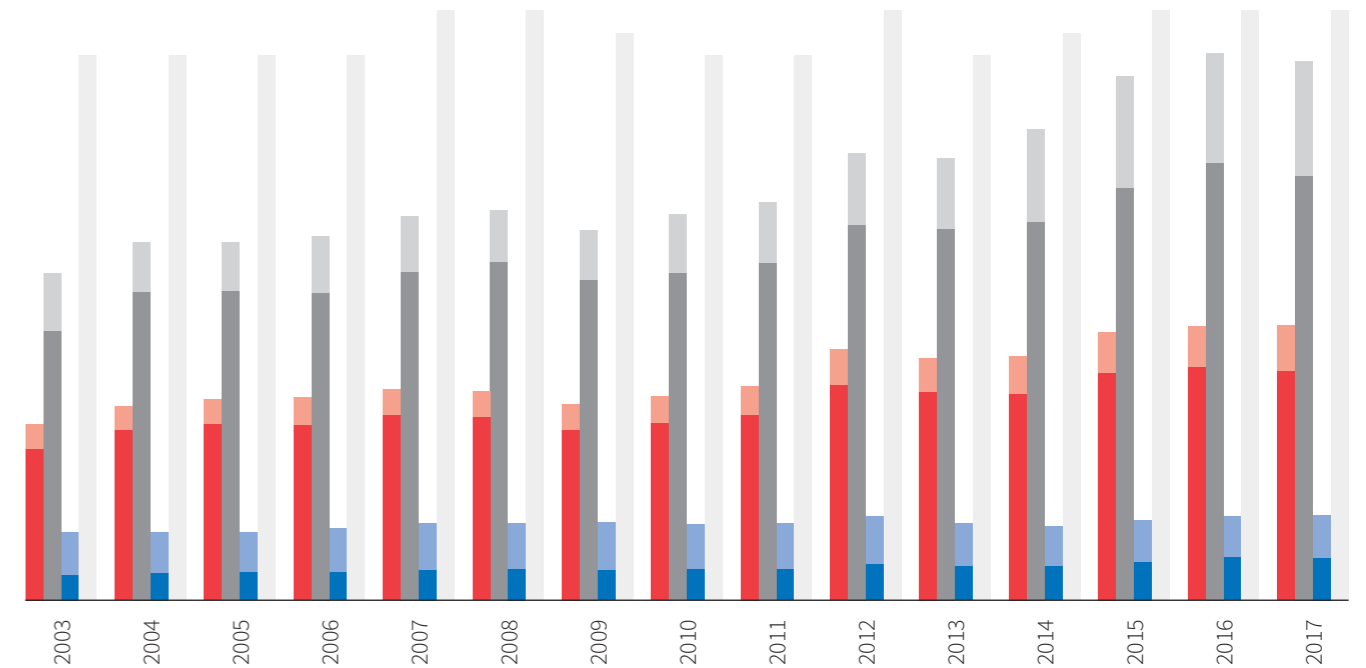
Tourismusstatistik 2017

Mit 341.102 Übernachtungen bei 174.456 Gästeankünften konnte für Heilbronn bei den Tourismuskennzahlen im Jahr 2017 das hohe Niveau des Vorjahres nahezu gehalten werden. Gegenüber dem Vorjahr 2016, als 346.311 Übernachtungen mit 173.702 Gästeankünften in Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen und sonstigen gewerblichen Betrieben registriert wurden, war 2017 bei unverändert hoher Auslastung der angebotenen Betten (2017 = 50,1 %; -0,3 % gegenüber VJ 2016) und einer gleichgebliebenen durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 2,0 Tagen bei den Gäs-

teübernachtungen ein leichter Rückgang (absolut -5.209 Übernachtungen, prozentual -1,5 %) und bei den Gästeankünften ein leichter Zuwachs (absolut +754 Ankünfte, prozentual +0,4 %) zu verzeichnen. Es standen Heilbronn 1.929 Betten (VJ: 1.928) in 26 Betrieben (VJ: 26) zur Verfügung. Der Anteil ausländischer Gästeankünfte ist um 12,3 Prozent auf 29.460 gestiegen (VJ: 26.234).

Anhand der Tourismuskennzahlen 2017 für die Stadt Heilbronn wird deutlich, wie wichtig die sich noch im Bau oder in Planung befindenden Hotelprojekte für die Stadt sind.

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 %				
2003	111.476	20,0	15.646	22,5	207.307	21,8	36.899	43,3	1,9	37,3	1.558	24
2004	122.810	10,2	15.327	-2,0	226.636	9,3	31.258	-15,3	1,8	40,3	1.559	24
2005	127.461	3,8	16.175	5,5	226.631	0	30.929	-1,1	1,8	40,4	1.564	24
2006	128.462	0,8	17.795	10,0	230.313	1,6	35.796	15,7	1,8	38,9	1.646	24
2007	133.967	4,3	16.911	-5,0	242.985	5,5	34.938	-2,4	1,8	39,4	1.768	26
2008	132.236	-1,3	16.629	-1,7	247.026	1,7	33.230	-4,9	1,9	40,7	1.752	26
2009	123.794	-6,4	15.891	-4,4	234.463	-5,1	31.584	-5,0	1,9	38,1	1.787	25
2010	129.207	4,4	17.121	7,7	244.371	4,2	37.342	18,2	1,9	40,0	1.749	24
2011	135.653	5,0	18.332	7,1	251.971	3,1	38.666	3,5	1,9	40,0	1.753	24
2012	159.003	17,2	23.066	25,8	283.352	12,5	45.779	18,4	1,8	42,2	1.930	26
2013	152.900	-3,8	21.089	-8,6	279.907	-1,2	44.655	-2,5	1,8	43,6	1.766	24
2014	154.560	1,1	23.896	13,3	298.454	6,6	58.854	31,8	1,9	46,0	1.685	25
2015	169.738	9,8	25.860	8,2	331.716	11,1	70.590	19,9	2,0	47,9	1.836	26
2016	173.702	2,3	26.234	1,4	346.311	4,4	69.294	-1,8	2,2	50,4	1.928	26
2017	174.456	0,4	29.460	12,3	341.102	-1,5	72.299	4,3	2,0	50,1	1.929	26



Tourismusstatistik Heilbronn im 15-Jahres-Vergleich

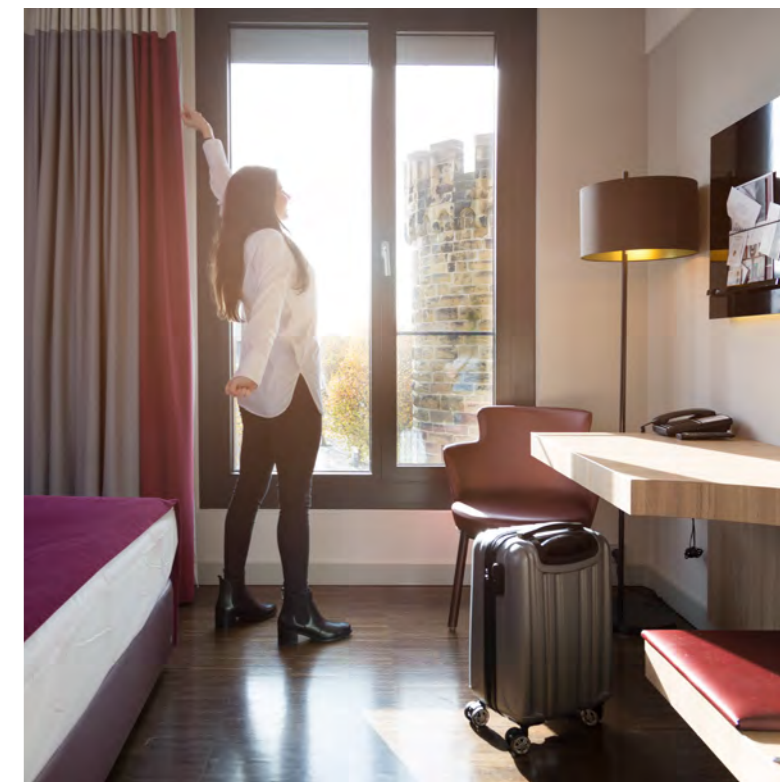
■ Ankünfte ■ Übernachtungen ■ Ø-liche Auslastung ■ Anzahl Betriebe
 ■ Anteil Auslandsgäste ■ Anteil Auslandsgäste ■ Anzahl Betten

Mitgliedschaften der Gesellschaft und Gremienarbeit

Die Mitgliedschaften in touristisch ausgerichteten Vereinen, Verbänden, Arbeitskreisen und Organisationen eröffnen der Gesellschaft regionale, überregionale, nationale und internationale Vermarktungswege und Möglichkeiten zur Kooperation. Die Geschäftsführung ist mit Stimmrecht im Vorstand Die Burgenstraße e.V. und in der Touristikgemeinschaft HeilbronnerLand e.V. vertreten.

Mitgliedschaften bei:

- E.V.V.C. – Europäischer Verband der Veranstaltungszentren e. V.
- Marketingkreis Städte der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW)
- Die Burgenstraße e. V.
- Touristikgemeinschaft HeilbronnerLand e. V. (über Stadt Heilbronn)
- gbk e. V., Gütegemeinschaft Buskomfort (touristisches Mitglied)
- Koordinierungsstelle Wein & Tourismus Heilbronn
- Arbeitskreis Weintourismus Württemberg
- Arbeitskreise Neckartal-Radweg und Kocher-Jagst-Radweg



GESCHÄFTSBEREICH INTERNE SERVICES

In Summe konnten die von der Gesellschaft betreuten Veranstaltungsstätten inklusive des Festplatzes Theresienwiese mindestens 500.000 Besucher an 672 Veranstaltungstagen zählen. Damit sind die Auslastung und auch der Ertrag weiter gestiegen.

Konzert- und Kongresszentrum Harmonie

Mit 162.490 Besuchern (VJ: 168.125) und 288 Veranstaltungen (VJ: 305) hatte die Harmonie im vergangenen Jahr eine gleichbleibend gute Auslastung. Das Veranstaltungsportfolio im Maybach-Saal und im Heuss-Saal reichte von festlichen Bällen über Messen, Kongresse, Ausstellungen und Hauptversammlungen renommierter Unternehmen bis hin zu Konzerten nationaler und internationaler Künstler und Orchester wie zum Beispiel 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

Leicht steigend waren die Besucherzahlen im Bürgerhaus Böckingen mit 16.330 Besuchern und 160 Veranstaltungen. Es eignet sich als Stadtteilzentrum ideal zur Durchführung von Vereins- und Familienfeiern, Märkten, Seminaren, Prüfungen und Fachvorträgen. Gastronomisch wird das Bürgerhaus Böckingen durch den Gastronomen Klaus Möhle bewirtschaftet.

Schießhaus

Das Schießhaus mit seinem Rokokosaal bildet den idealen Rahmen für klassische Konzerte, repräsentative Anlässe, Familienfeiern, Preisverleihungen, Seminare und Ausstellungen. Um die repräsentative Gesamtwirkung zu erhalten, ist eine Sanierung der Brunnenanlage vor dem Haupteingang in den Fokus zu nehmen. Sollte eine Sanierung nicht möglich sein, so wäre zumindest eine Einhausung anzustreben und der Vorplatz insgesamt gärtnerisch aufzuwerten.

Alte Kelter Sontheim

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

Festplatz Theresienwiese

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

Personal

Im Jahr 2017 sind insgesamt knapp 2.400 Überstunden angefallen (im Vergleich zum Vorjahr 2016 ein Anstieg von 300 Überstunden). Umgerechnet ergibt dies ca. 1,5 Vollzeitstellen. Dies verdeutlicht, dass der aktuelle Personalstand der Gesellschaft mit 60 Mitarbeitenden (VJ: 59) unverändert eine strukturelle Unterbesetzung aufweist und die Gesellschaft weiterhin mit engen personellen Ressourcen arbeitet, welche insbesondere im Bereich Touristik während der Bundesgartenschau temporär erweitert werden müssen.

Bilanz

zum 31. Dezember 2017

Aktiva in EUR**A. Anlagevermögen**

I. Immaterielle Vermögensgegenstände
entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten

31.12.2017	31.12.2016
1.840,00	248,00

II. Sachanlagen
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung

94.708,00	97.615,00
-----------	-----------

B. Umlaufvermögen

I. Vorräte
fertige Erzeugnisse und Waren

33.486,79	41.151,97
-----------	-----------

II. Forderungen und sonstige Vermögensbestände
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
2. Forderungen gegenüber Gesellschaftern
3. Sonstige Vermögensgegenstände

107.644,34	132.555,40
22.528,79	24.675,78
33.457,99	29.457,76
163.631,12	186.688,94

III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben,
Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks

1.010.242,18	923.579,52
--------------	------------

C. Rechnungsabgrenzungsposten

7.952,14	500,00
----------	--------

1.311.860,23	1.249.783,43
--------------	--------------

Passiva in EUR**A. Eigenkapital**

Gezeichnetes Kapital

50.000,00	50.000,00
-----------	-----------

B. Rückstellungen

1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen
2. Sonstige Rückstellungen

218.146,00	215.513,00
200.000,00	174.600,00

418.146,00	390.113,00
------------	------------

C. Verbindlichkeiten

1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern
4. Sonstige Verbindlichkeiten

64.179,00	71.753,24
447.750,67	380.207,29
27.804,37	86.052,82
224.296,36	228.008,73

764.030,40	766.022,08
------------	------------

D. Rechnungsabgrenzungsposten

79.683,83	43.648,35
-----------	-----------

1.311.860,23	1.249.783,43
--------------	--------------

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

vom 01.01. bis 31.12.2017 <small>in EUR</small>	31.12.2017	31.12.2016
1. Umsatzerlöse	2.765.879,96	3.029.022,49
2. Sonstige betriebliche Erträge	17.646,32	43.566,21
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Ware	59.383,12	95.872,31
b) Personalgestellung durch Stadt Heilbronn	708.002,82	793.407,92
	767.385,94	889.280,23
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	1.601.753,54	1.381.832,72
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersvorsorge und für Unterstützung davon für Altersversorgung EUR 141.071,63 (Vorjahr EUR 134.279,76)	462.477,10	405.396,31
	2.064.230,64	1.787.229,03
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	31.226,88	32.239,24
6. Sonstige betrieblichen Aufwendungen	2.854.723,87	3.017.595,49
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.075,52	1.433,00
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	9.459,81	8.015,29
9. Ergebnis nach Steuern	-2.942.425,34	- 2.660.327,58
10. Sonstige Steuern	365,00	365,00
11. Jahresfehlbetrag	2.942.790,34	2.660.692,58
12. Entnahme aus der Kapitalrücklage	2.942.790,34	2.660.692,58
13. Bilanzgewinn	0,00	0,00

Entwicklung des Anlagevermögens

vom 01.01.2017 bis 31.12.2017

in EUR	Buchwert 01.01.17	Zugang 2017	Abgang 2017	Abschreibung 2017	Buchwert 31.12.17
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
EDV-Software	248,00	2.064,00	0,00	472,00	1.840,00
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	248,00	2.064,00	0,00	472,00	1.840,00
II. Sachanlagen					
Betriebs- und Geschäftsausstattung					
a) EDV-Einrichtung, Hardware	1.375,00	0,00	0,00	609,00	766,00
b) Betriebs- und Geschäftsausstattung	18.971,00	3.095,94	0,00	6.426,94	15.640,00
c) Büroeinrichtung	2.386,00	0,00	0,00	340,00	2.046,00
d) Anlagevermögen BgA „Märkte“	3.028,00	4.290,00	0,00	521,00	6.797,00
e) Ausstattung Käthchenhaus	173,00	2.478,99	0,00	157,99	2.494,00
f) Investitionen Marrahaus	69.786,00	2.692,48	0,00	5.988,48	66.490,00
g) Informationstafeln	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00
h) Messesystem	603,00	0,00	0,00	129,00	474,00
i) Geringwertige Wirtschaftsgüter	0,00	15.290,47	0,00	15.290,47	0,00
j) Sammelposten gem. § 6 Abs. 2a EStG	1.292,00	0,00	0,00	1.292,00	0,00
Summe Sachanlagen	97.615,00	27.847,88	0,00	30.754,88	94.708,00
Summe Anlagevermögen	97.863,00	29.911,88	0,00	31.226,88	96.548,00

Anhang zum Jahresabschluss

31. Dezember 2017

Allgemeine Angaben zum Jahresabschluss

Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2017 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 Verlust-Rechnung 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 Verlust-Rechnung einheitlich im Anhang ausgewiesen.

Vorjahresabschluss

Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2016 wurde am 27. September 2017 von der Gesellschafterversammlung genehmigt und damit festgestellt. Er bildete die Grundlage für das Rechnungswesen und den Jahresabschluss des abgelaufenen Geschäftsjahres. Dem Geschäftsführer Steffen Schoch sowie dem Aufsichtsrat wurde Entlastung erteilt. Der Vorjahresabschluss wurde am 05. Oktober 2017 im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht. Zudem wurde die öffentliche Bekanntmachung in der Stadtzeitung Heilbronn vom 12. Oktober 2017 und durch Auslage zur Einsichtnahme in den Geschäftsräumen der Tourist-Information vom 13. Oktober bis 20. Oktober 2017 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 410,00 werden im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben, wobei aus Vereinfachungsgründen in der Entwicklung des Anlagevermögens (Anlagenspiegel) im Jahr des Zugangs ein Abgang unterstellt wird. Für Zugänge von EUR 150,00 bis EUR 1.000,00 bis 2012 wurde ein Sammelposten gebildet. Die Abschreibung des Sammelpostens erfolgt über fünf Jahre. 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 sonstige 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 ähnliche Verpflichtungen werden wie im Vorjahr nach dem Teilwertverfahren unter Verwendung der „Richttafeln 2005 G“ bewertet. Für die Abzinsung wurde der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer Laufzeit von 15 Jahren von 3,68 Prozent (Vorjahr: 4,01 %) der vergangenen zehn Jahre herangezogen. Erwartete Rentensteigerungen wurden mit 1,5 Prozent (Vorjahr 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 24. 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	2017	2016
EDV-Software	1.840,00	248,00

II. Sachanlagen

in EUR	2017	2016
Betriebs- und Geschäftsausstattung	94.708,00	97.615,00

B. UMLAUFVERMÖGEN

I. Vorräte

in EUR	2017	2016
Bestand Souvenirartikel	33.486,79	41.151,97

Die Bestandsaufnahme wurde durch erweiterte Stichtagsinventur unter Teilnahme des Wirtschaftsprüfers am 03. Januar 2018 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	2017	2016
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	109.744,34	134.855,40
Pauschalwertberichtigung Forderung	-2.100,00	-2.300,00
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	107.644,34	132.555,40

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

2. Forderungen gegenüber Gesellschaftern

in EUR	2017	2016
Verkehrsverein Heilbronn e. V.	5.691,90	6.000,00
stadinitiative Heilbronn e. V.	11.836,89	13.675,78
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	22.528,79	24.675,78

Die **Forderungen** entstanden durch ausstehende Einlagen in die Kapitalrücklage für das Geschäftsjahr 2017 und durch Verrechnungen aus dem Liefer- und Leistungsverkehr. Die Forderungen gegenüber Gesellschaftern enthalten TEUR 3 (VJ: TEUR 5) aus Lieferungen und Leistungen.

3. Sonstige Vermögensgegenstände

in EUR	2017	2016
Sonstige	14.422,22	23.497,86
Geldtransit EC-Karten	9.016,91	5.245,38
VK Ausgleichswerk Vorverkauf	4.923,86	0,00
Debitorische Kreditoren	2.500,53	0,00
Geldtransit	2.200,00	0,00
Durchlaufende Posten	195,00	0,00
Forderungen gegenüber Personal Lohn und Gehalt	0,00	82,33
Körperschaftsteuer-rückforderung	0,00	12,19
VK Festhalle Harmonie	99,47	500,00
Gutscheine Stadt Heilbronn	100,00	100,00
Gutscheine VHS	0,00	20,00
Sonstige Vermögensgegenstände	33.457,99	29.457,76

Die Position „**Sonstige**“ umfasst in erster Linie Forderungen aus Betriebskostenabrechnungen.

III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten

in EUR	2017	2016
Kreissparkasse Konto 79017	936.916,22	181.144,83
Kreissparkasse Konto 15010810	284,22	699.284,22
Kreissparkasse Konto 79031	52.174,51	27.196,62
Kreissparkasse Konto 10159233	11.959,82	5.472,92
Kreissparkasse Konto 57170	18,27	0,00
Kasse Tourist Information	7.517,67	9.660,40
Handkassen	1.371,47	820,53
Kassenbestand/Guthaben bei Kreditinstituten	1.010.242,18	923.579,52

C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

in EUR	2017	2016
Aktive Rechnungsabgrenzung	7.952,14	500,00

D. Summe AKTIVA

in EUR	2017	2016
Summe AKTIVA	1.311.860,23	1.249.783,43

Erläuterungen

zu einzelnen Posten der Bilanz – PASSIVA

A. EIGENKAPITAL**I. Gezeichnetes Kapital**

in EUR	2017	2016
Gezeichnetes Kapital	50.000,00	50.000,00

Das zum Nennwert angesetzte gezeichnete Kapital ist voll einbezahlt.

Die Kapitalrücklage hat sich im Berichtsjahr wie folgt entwickelt:

Stand Kapitalrücklage zum 01.01.2017	0,00
Zuführung Berichtsjahr	2.942.790,34
Auflösung Berichtsjahr	-2.942.790,34
Stand Kapitalrücklage zum 31.12.2017	0,00

B. RÜCKSTELLUNGEN**1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen**

in EUR	2017	2016
Pensionsrückstellung	218.146,00	215.513,00

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	2017	2016
Sonstige Rückstellungen	27.600,00	28.100,00
Urlaubs- und Gleitzeitguthaben	140.800,00	116.100,00
sonstige Personalkosten	1.500,00	1.300,00
Rückstellungen für Abschluss und Prüfung	14.000,00	13.500,00
Betriebskostenabrechnungen	16.100,00	15.600,00
Sonstige Rückstellungen	200.000,00	174.600,00

Sämtliche Rückstellungen wurden im Zuge vorsichtiger kaufmännischer Schätzung gebildet. Die Urlaubs- und Gleitzeitrückstellungen für Mitarbeiter der Gesellschaft enthalten Zuschläge für Sozialabgaben und sind demnach zu Vollkosten bewertet. Die Rückstellungen für Betriebskostenabrechnungen wurden für erwartete Strom-, Wasser-, Fernwärme- und Gaskosten für das Geschäftsjahr 2017 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	2017	2016
Kreissparkasse Darlehen	64.179,00	71.731,00
Kreissparkasse Konto 57170	0,00	22,24
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	64.179,00	71.753,24

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	2017	2016
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	447.750,67	380.207,29

3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern

in EUR	2017	2016
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	27.804,37	86.052,82

Die Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern bestehen gegenüber der Gesellschafterin Stadt Heilbronn. Enthalten sind Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 64 (VJ: TEUR 72), Darlehensverbindlichkeiten in Höhe von TEUR 47 (VJ: 64), Verbindlichkeiten aus der Rückzahlung der Verlustabdeckung durch die Stadt HN in Höhe von TEUR 1 (VJ: TEUR 3), Umsatzsteuerforderungen als Organgesellschaft in Höhe von TEUR 64 (VJ: 37) sowie Forderungen aus Betriebskostenabrechnungen in Höhe von TEUR 20 (VJ: TEUR 16).

4. Sonstige Verbindlichkeiten

in EUR	2017	2016
VK Kartenvorverkauf	126.758,90	153.011,80
Koordinierungsstelle		
Wein & Tourismus	18.949,03	13.598,19
Sonstige	5.641,16	10.758,70
Stadtwerke Fahrscheine	28.506,00	23.592,60
Lohn- und Kirchensteuer	34.615,21	24.134,54
Kreditorische Debitoren	498,13	17,23
Kreditkartenabrechnung	1.453,25	0,00
Soziale Sicherheit	4.077,68	1.519,16
Erhaltene Kautionen	500,00	700,00
Ticketverkauf FlixBus, Berlin Linienbus, HopOn/HopOff Bus	3.297,00	676,51
Sonstige Verbindlichkeiten	224.296,36	228.008,73

Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten Verbindlichkeiten aus Steuern in Höhe von TEUR 35 (VJ: TEUR 24) sowie Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit in Höhe von TEUR 4 (VJ: TEUR 2).

D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

in EUR	2017	2016
Passive Rechnungsabgrenzung	79.683,83	43.648,35

E. SUMME PASSIVA

in EUR	2017	2016
Summe PASSIVA	1.311.860,23	1.249.783,43

Haftungsverhältnisse

Zum Bilanzstichtag bestanden keine Haftungsverhältnisse im Sinne § 251 HGB.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen zum Bilanzstichtag

in TEUR				
Verpflichtungen aus	< 1 Jahr	2-5 Jahre	> 5 Jahre	Gesamt
Mietverträgen	236,00	348,00	696,00	1.280,00
Leasing	96,00	107,00	0,00	203,00
Übrige	18,00	0,00	0,00	18,00
Summe	350,00	455,00	696,00	1.501,00

Angaben nach § 285 Nr. 21 HGB

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

- zur Finanzierung der Einrichtung der Tourist Information vom 09.04.2001
 - zur Finanzierung der Vermögenspläne 2000 und 2001 vom 27.04.2004
- Stand der Darlehen zum 31.12.2017: EUR 46.895,19.

Erläuterungen

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

1. Umsatzerlöse

Gliederung der Umsatzerlöse in EUR	2017	2016
Erlöse Veranstaltungsstätten	830.793,40	791.421,53
Erlöse Festplätze	235.584,69	216.716,07
Erlöse Märkte	382.554,09	397.308,11
Erlöse Feste/Veranstaltungen	829.317,28	1.113.986,04
Erlöse Touristik	208.512,72	206.418,33
Erlöse Stadt-/Wein-/Tourismusmarketing	91.113,42	102.777,54
Erlöse Verwaltung und Sonstige	188.004,36	200.394,87
Summe Umsatzerlöse	2.765.879,96	3.029.022,49

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

2. Sonstige betriebliche Erträge

in EUR	2017	2016
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	17.075,93	36.272,14
Erträge aus der Herabsetzung der Pauschalwertberichtigung auf Forderungen	200,00	100,00
Erträge aus abgeschriebenen Forderungen	26,97	32,30
Erlöse aus Sachanlageverkäufen	342,86	6.912,84
Sonstige	0,56	248,93
Sonstige betriebliche Erträge	17.646,32	43.566,21

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind TEUR 17 (VJ: TEUR 44) periodenfremde Erträge enthalten. Diese betreffen im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen.

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

in EUR	2017	2016
Wareneinkauf/Souvenirs	58.383,81	95.156,28
Erhaltene Skonti	-6.665,87	-5.576,53
Bestandsveränderungen	7.665,18	6.292,56
Aufwand für bezogene Waren	59.383,12	95.872,31

b) Personalgestellung durch Stadt Heilbronn

in EUR	2017	2016
Personalgestellungskosten	708.002,82	793.407,92

4. Personalaufwand

in EUR	2017	2016
Löhne und Gehälter	1.601.753,54	1.381.832,72
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung; davon für Altersversorgung EUR 141.071,63 (Vorjahr EUR 134.279,76)	462.477,10	405.396,31
Personalaufwendungen	2.064.230,64	1.787.229,03

5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen

in EUR	2017	2016
Betriebs- und Geschäftsausstattung	14.172,41	13.715,04
Sofortabschreibung GWG	15.290,47	16.234,20
Sammelposten	1.292,00	1.638,00
Immaterielle Vermögensgegenstände	472,00	652,00
Summe Abschreibungen	31.226,88	32.239,24

6. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Gliederung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen in EUR	2017	2016
Aufwendungen Veranstaltungenstätten	628.231,23	621.726,83
Aufwendungen Festplätze	45.740,58	39.780,98
Aufwendungen Märkte	294.928,72	314.483,69
Aufwendungen Feste/Veranstaltungen	794.435,39	1.148.174,01
Aufwendungen Touristik	124.692,00	98.443,63
Aufwendungen Stadt-/Wein-/Tourismuskmarketing	329.648,93	244.938,25
Aufwendungen Werbung	245.865,49	199.161,44
Aufwendungen Verwaltung	391.181,53	350.886,66
Summe sonstige betriebliche Aufwendungen	2.854.723,87	3.017.595,49

7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge

in EUR	2017	2016
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.075,72	1.443,00

8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen

in EUR	2017	2016
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	9.459,81	8.015,29

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

9. Ergebnis nach Steuern

in EUR	2017	2016
Ergebnis nach Steuern	-2.942.425,34	-2.660.327,58

10. Sonstige Steuern

in EUR	2017	2016
Kfz-Steuer	365,00	365,00
Sonstige Steuern	365,00	365,00

11. Jahresfehlbetrag

in EUR	2017	2016
Jahresfehlbetrag	2.942.790,34	2.660.692,58

12. Entnahme aus der Kapitalrücklage

in EUR	2017	2016
Entnahme aus der Kapitalrücklage	2.942.790,34	2.660.692,58

13. Bilanzgewinn

in EUR	2017	2016
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 3). Im Geschäftsjahr 2017 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 49 (VJ: 45) eigene Mitarbeiter (davon 16 in Teilzeit, VJ: 16) im Namen der Gesellschaft beschäftigt. Weitere durchschnittlich 11 (VJ: 14) Mitarbeiter (davon 4 in Teilzeit, VJ: 5) wurden von der Stadt Heilbronn im Rahmen der Personalgestellung überlassen.

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Stichtag (Nachtragsbericht)

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

Heilbronn, den 23. März 2018

gez.
Steffen Schoch
Geschäftsführer

Feststellung

Jahresabschluss 31. Dezember 2017

in EUR	2017
1. Bilanzsumme	1.311.860,23
Davon entfallen auf der Aktivseite auf	
a) das Anlagevermögen	96.548,00
b) das Umlaufvermögen	1.207.360,09
c) die Rechnungsabgrenzungsposten	7.952,14
Davon entfallen auf der Passivseite auf	
a) das Eigenkapital	50.000,00
b) die Rückstellungen	418.146,00
c) die Verbindlichkeiten	764.030,40
d) die Rechnungsabgrenzungsposten	79.683,83
2. Jahresfehlbetrag	2.942.790,34
in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung	
3. Entnahme aus der Kapitalrücklage	-2.942.790,34
4. Bilanzgewinn	0,00

Ergebnisverwendung:

Die Geschäftsführung schlägt vor, den Jahresfehlbetrag für das Geschäftsjahr 2017 von **EUR 2.942.790,34** mit der Kapitalrücklage zu verrechnen, d. h., es wird eine entsprechende Entnahme aus der Kapitalrücklage zur Verlustverrechnung vorgenommen.

Heilbronn, den 23. März 2018

gez.
Steffen Schoch
Geschäftsführer

Bestätigungsvermerk

des Abschlussprüfers

Nach dem Ergebnis der Prüfung hat die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Lehleiter + Partner GmbH, Neckarsulm, am 15. Mai 2018 dem Jahresabschluss der Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn, zum 31. Dezember 2017 und dem Lagebericht für das Geschäftsjahr 2017 den folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt, der an dieser Stelle wiedergegeben wird:

An die Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn:

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlust-Rechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und – ergänzenden Bestimmungen des Gesellschaftsvertrags – liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden.

Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Wir gewinnen ein Verständnis vom dem für die Abschlussprüfung relevanten internen Kontrollsystem, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit des internen Kontrollsystems der Gesellschaft abzugeben.

Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen des Gesellschaftsvertrags und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den gesetzlichen Vorschriften, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Neckarsulm, den 15. Mai 2018

Lehleiter + Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez.

Michael Humm

Wirtschaftsprüfer



IMPRESSUM

Herausgeber

Heilbronn Marketing GmbH

Kirchbrunnenstraße 3

74072 Heilbronn

Fotos

Archiv Heilbronn Marketing GmbH

Grafik

PROJEKT X GmbH, Heilbronn

www.projekt-x.de

Druck

Schweikert Druck, Obersulm

www.druck-schweikert.de

Auflage

06|2018

N

