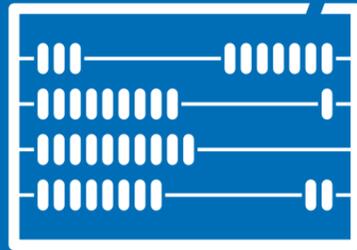


# Geschäftsbericht 2024



H

N



## Inhaltsverzeichnis

<b>04</b>	<b>Bericht des Aufsichtsrats zum Jahresabschluss und Lagebericht 2024</b>
<b>05</b>	<b>Heilbronn Marketing GmbH</b>
05	Unsere Vision & Struktur
06	Unsere Mission
07	Narrativ & Zielgruppen
<b>09</b>	<b>Geschäftsbereich Tourismus</b>
10	Schwerpunkte 2024 im Tourismus
12	Schwerpunkte 2024 im MICE und Tourismus
<b>13</b>	<b>Geschäftsbereich City Management</b>
14	Schwerpunkte 2024 im City Management
<b>15</b>	<b>Geschäftsbereich Event</b>
16	Schwerpunkte 2024 im Bereich Event
<b>17</b>	<b>Geschäftsbereich Marketing &amp; Kommunikation</b>
18	Schwerpunkte 2024 im Bereich Marketing & Kommunikation
<b>20</b>	<b>Lagebericht der Heilbronn Marketing GmbH</b>
<b>27</b>	<b>Jahresabschluss 2024</b>
27	Bilanz
28	Gewinn-und-Verlust-Rechnung
29	Entwicklung des Anlagevermögens
<b>30</b>	<b>Anhang zum Jahresabschluss 31.12.2024</b>
<b>39</b>	<b>Feststellung Jahresabschluss 2024</b>
<b>40</b>	<b>Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers</b>

# Bericht des Aufsichtsrats

zum Jahresabschluss und Lagebericht 2024

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 2024 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 in Form von Berichten und Einzelvorlagen unterrichtet worden ist. Soweit erforderlich hat der Aufsichtsrat auf der Basis detaillierter Beschlussvorlagen und nach eingehender Beratung seine Entscheidungen zu Geschäftsvorgängen getroffen.

Mit großer Erleichterung stellt der Aufsichtsrat fest, dass sämtliche Veranstaltungen der HMG reibungslos und erfolgreich abgelaufen sind. Der Anschlag auf dem Magdeburger Weihnachtsmarkt wie auch das Attentat in der Fußgängerzone von Mannheim haben verdeutlicht, wie anfällig öffentliche Veranstaltungen ungeachtet hoher Sicherheitsmaßnahmen sein können. Umso mehr freut es, dass der Wachstumskurs im Tourismus weiter anhält. Wenn annähernd 550.000 Hotel-Übernachtungen im Jahr registriert werden und damit seit der Neuausrichtung der HMG im Jahr 2014 nahezu eine Verdoppelung der Übernachtungszahlen, so unterstreicht das den Wert eines professionellen Stadtmarketings im Einklang mit der hohen Dynamik in der Stadt, allen voran durch das Zentrum für Künstliche Intelligenz und dem Bildungscampus.

Aber auch die übrigen Aufgaben der HMG sind nicht weniger anspruchsvoll. Bei allem steht die Verbesserung der innerstädtischen Attraktivität besonders im Fokus, eine Kernaufgabe, bei der Handel, Gastronomie und Dienstleistungen gleichermaßen gefordert sind. Die HMG bietet hier im Verbund mit der Wirtschaftsförderung eine ideale Plattform des Austausches und der Zusammenarbeit.

Der vorliegende Jahresabschluss zum 31.12.2024 der Heilbronn Marketing GmbH, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang und Lagebericht sind von der bestellten Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ellenberger + Dürr GmbH & Co. KG, Neckarsulm, geprüft worden. Es wurde festgestellt, dass die Geschäftsführung und der Aufsichtsrat ihren nach Gesetz und Gesellschaftsvertrag obliegenden Verpflichtungen vollumfänglich nachgekommen sind.

Bei der Jahresabschlussprüfung 2024 wurden auch Feststellun-

gen zur Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung getroffen und zwar zu den wirtschaftlichen Verhältnissen im Sinne von § 53 Abs. 1 Haushaltsgrundsätzegesetz und zu dem EU-Beihilferecht gemäß dem von der Stadt Heilbronn erlassenen Betrauungsakt, beruhend auf dem Beschluss der EU-Kommission vom 20.12.2011 über die Anwendung von Artikel 106 Abs. 2 AEUV zur Absicherung von Ausgleichszahlungen für die Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse.

Die Prüfung hat gemäß § 322 Abs.3 S.1 HGB zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt. Der Bestätigungsvermerk wurde von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ellenberger + Dürr GmbH & Co. KG, 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 Ellenberger + Dürr GmbH & Co. KG, Neckarsulm, testierte Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2024 wird gebilligt.

Der Gesellschafterversammlung wird empfohlen, den Jahresabschluss zum 31.12.2024 festzustellen, den Jahresfehlbetrag für das Geschäftsjahr 2024 in Höhe von EUR 4.817.808,39 mit der Kapitalrücklage zu verrechnen sowie dem Geschäftsführer Herrn Steffen Schoch und dem Aufsichtsrat für das Geschäftsjahr 2024 Entlastung zu erteilen.

Der Aufsichtsrat dankt der Geschäftsführung sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die im Berichtsjahr 2024 geleistete Arbeit und für ihren unermüdlichen Einsatz unter schwierigen Rahmenbedingungen.



Heilbronn, den 13. Mai 2025

**Harry Mergel**  
Oberbürgermeister  
und Aufsichtsratsvorsitzender  
der Heilbronn Marketing GmbH

# Heilbronn Marketing GmbH

UNSERE VISION UND STRUKTUR

## UNSERE VISION

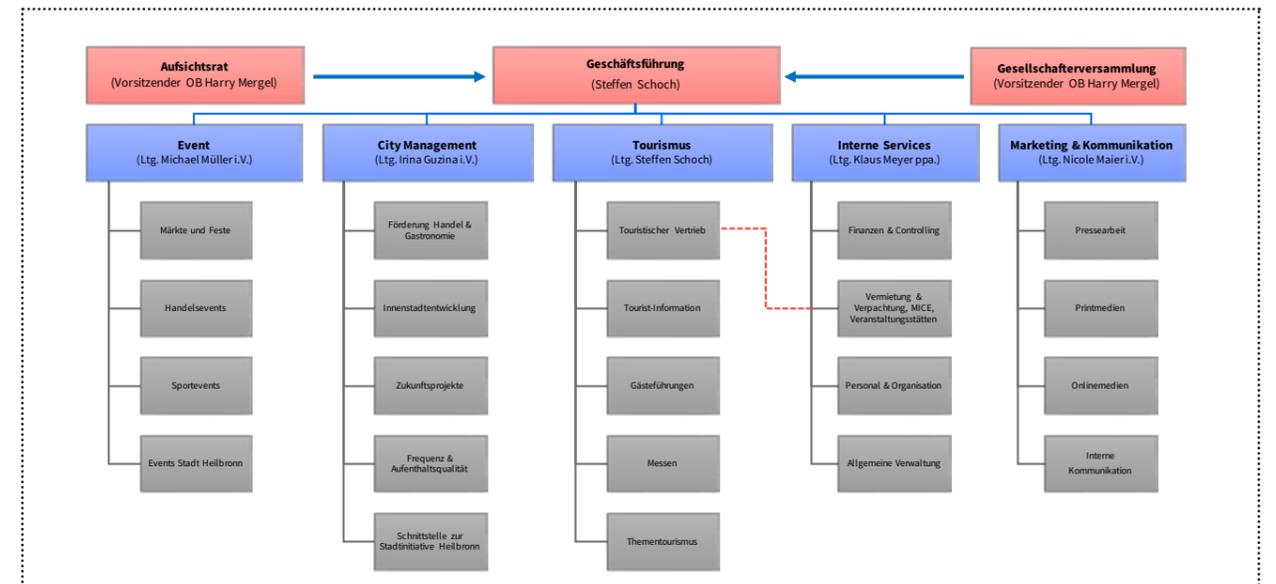
Wir wollen innerhalb Heilbronns der **Impulsgeber**, zentrale **Ansprechpartner** und **Dienstleister** für Stadtmarketing sein, indem wir uns als Teil eines Kommunikationsteams verstehen und Heilbronn mit unserem Beitrag zum **Vorreiter** innerhalb vergleichbarer Städte in Deutschland entwickeln.

Die Heilbronn Marketing GmbH trägt dazu bei, die **Attraktivität Heilbronns** als Oberzentrum im Norden Baden-Württembergs zu steigern, **Anziehungs- und Bindungskraft** zu stärken sowie Heilbronn auf dem **Weg zur Wissensstadt** aktiv zu begleiten.

## UNSERE STRUKTUR

Die Heilbronn Marketing GmbH arbeitet auf Grundlage einer klar strukturierten 5-Säulen-Organisation, die alle zentralen Aufgabenbereiche zur **Stärkung und Entwicklung des Standortes Heilbronn** umfasst. Die Geschäftsbereiche Event, City Management, Tourismus, Interne Services sowie Marketing & Kommunikation **bilden gemeinsam ein starkes Fundament**.

Jede Säule übernimmt dabei **spezifische Aufgaben** – von der Planung und Durchführung städtischer Veranstaltungen über die Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, der Förderung des Tourismus bis hin zur internen Organisation und der strategischen Außendarstellung Heilbronns. Im Zusammenspiel sorgen die fünf Geschäftsbereiche für eine **effektive, zielgerichtete und lebendige Stadtvermarktung** – für Bürgerinnen, Besucherinnen und Partner gleichermaßen.



HEILBRONN MARKETING GMBH: UNSERE MISSION

„Wir kommunizieren Heilbronn nach innen und außen und verstehen dabei das Stadtmarketing als ganzheitliches, gesamtstädtisches Konzept, das die unterschiedlichen Akteure vernetzt, dabei die Attraktivität der Stadt erhöht, Besucher und Kunden generiert und an die Stadt bindet.“



WIR SIND DIE STADTEXPERTEN



HEILBRONN MARKETING GMBH: NARRATIV

**Wein und Wissen am Neckar.** Heilbronn steht für einen Dreiklang, der in dieser Form einzigartig ist: als älteste Weinstadt Württembergs verbinden wir gelebte Tradition mit Weingenuß und Authentizität.

Gleichzeitig entwickeln wir uns mit Bildungscampus, IPAI und der experimenta zu einem führenden Standort für Wissen, Bildung und Künstliche Intelligenz. Als grüne Großstadt direkt am Neckar vereint Heilbronn Lebensqualität, Nachhaltigkeit und urbane Dynamik auf kurzen Wegen.

Diese Verbindung von Herkunft, Fortschritt und Lebensnähe macht Heilbronn zu einer Stadt in Bewegung – und zu einer Destination mit Strahlkraft weit über die Region hinaus. Denn: Heilbronn bewegt!



AM NECKAR

WEIN UND WISSEN



**FOKUS AUF HEILBRONNS STÄRKEN**  
im Bereich Event, Tourismus und in der Kommunikation

## HEILBRONN MARKETING GMBH: ZIELGRUPPEN

**Zukunftsorientierte Zielgruppenansprache mit Sinus-Milieus.** Wir stimmen unsere Marketingstrategien präzise auf die Bedürfnisse der Personas ab, da diese wertvolle Einblicke in deren unterschiedliche Lebenswelten und eine differenzierte und gezielte Ansprache ermöglichen. Durch die Konzentration auf bestimmte Sinus-Milieus können wir unsere Marketingmaßnahmen stets passgenau und effektiv gestalten, um die jeweiligen Zielgruppen optimal zu erreichen und zu begeistern.



**Die Postmateriellen:**  
Andrea, 45 & Silke, 47

Die Postmateriellen legen Wert auf Selbstverwirklichung, Toleranz, Umweltschutz und soziales Engagement. Sie leben bewusst, kulturell interessiert und konsumiert nachhaltig – Qualität und ethische Aspekte stehen über Quantität. Mit hohem Bildungsniveau und ausreichend Einkommen streben sie nach persönlicher und gesellschaftlicher Weiterentwicklung. Freizeit wird bevorzugt mit Kultur, Natur und authentischen Erlebnissen verbracht.



**Die Adaptiv-pragmatischen:**  
Marcus, 39 & Laura, 35

Das adaptiv-pragmatische Milieu ist flexibel, sicherheitsorientiert und strebt nach sozialem Aufstieg – mit einem starken Fokus auf Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Es ist technikaffin, preisbewusst und legt Wert auf langlebige, praktische Produkte. Medien und Reisen werden digital geplant, mit Blick auf Nachhaltigkeit, Familienfreundlichkeit und Authentizität. Freizeit wird aktiv, sozial und oft im digitalen Raum oder mit der Familie verbracht.



**Die Expeditiven:**  
Niels, 29 & Anna, 27

Die Expeditiven sind urban, mobil und immer auf der Suche nach neuen Erfahrungen – getrieben von Selbstverwirklichung, Freiheit und kultureller Vielfalt. Kreativ, technologieaffin und oft freiberuflich tätig, leben Expeditiv zwischen Abenteuerlust und Nachhaltigkeitsbewusstsein. Sie konsumieren trendbewusst, aber selektiv, und bewegen sich sicher in digitalen Medienwelten. Ihre Freizeit ist geprägt von Reisen, Festivals, Outdoor-Erlebnissen und kreativen Events.

## GESCHÄFTSBEREICH TOURISMUS

**„Im Geschäftsbereich Tourismus entwickeln wir innovative Produkte und vermarkten Heilbronn als Reisedestination sowohl im Inland als auch im Ausland.“**



**Wir fungieren als verlässlicher Partner für die Tourismusbranche und bieten interessierten Reisenden als Experte für Heilbronn Beratung, Angebote und Buchungsmöglichkeiten an. Durch unsere Maßnahmen tragen wir dazu bei, die Marke Heilbronn zu stärken, ihre Bekanntheit zu steigern und den Erfolg der touristischen Angebote der aufstrebenden Stadt zu fördern.**

SCHWERPUNKTE 2024 IM TOURISMUS

**Heilbronn verbindet Wein, Wissen und den Neckar zu einer einzigartigen Mischung aus Genuss, Innovation und Lebensqualität.**

Die Stadt zeigt sich klug, weltoffen, geschichtsbewusst und grün – mit einer dynamischen Haltung und einem klaren Bekenntnis zu Nachhaltigkeit und Authentizität. Fazit: Heilbronn bewegt – mit Herz, Verstand und Innovationsgeist.

Wir vermarkten Heilbronn als die Stadt, die sie ist: kreativ, innovativ und sympathisch. In Heilbronn begegnen sich Wein und Wissen und dabei ist die Stadt weltoffen, naturverbunden und entspannt. Unser Ziel ist es, dass Gäste hier Weinkultur, Wissens- und Kulturorte aus allen Epochen und das Flair einer grünen Großstadt erleben.



**UNSERE MARKENSTRATEGIE**

**So wollen wir wahrgenommen werden**

- ☑ kreativ und innovativ
- ☑ weltoffen und sympathisch
- ☑ naturverbunden, gastfreundlich und entspannt
- ☑ als die Stadt, in der sich Wein und Wissen begegnen

**Das wollen wir unseren Gästen bieten**

- ☑ Weinerlebnisse
- ☑ Wissens- und Kultur-Orte aus allen Epochen: von Kilianskirche bis KI
- ☑ das Erlebnis einer grünen Großstadt



Quelle: Tourismus Leitbild Heilbronn, Plazy 2024

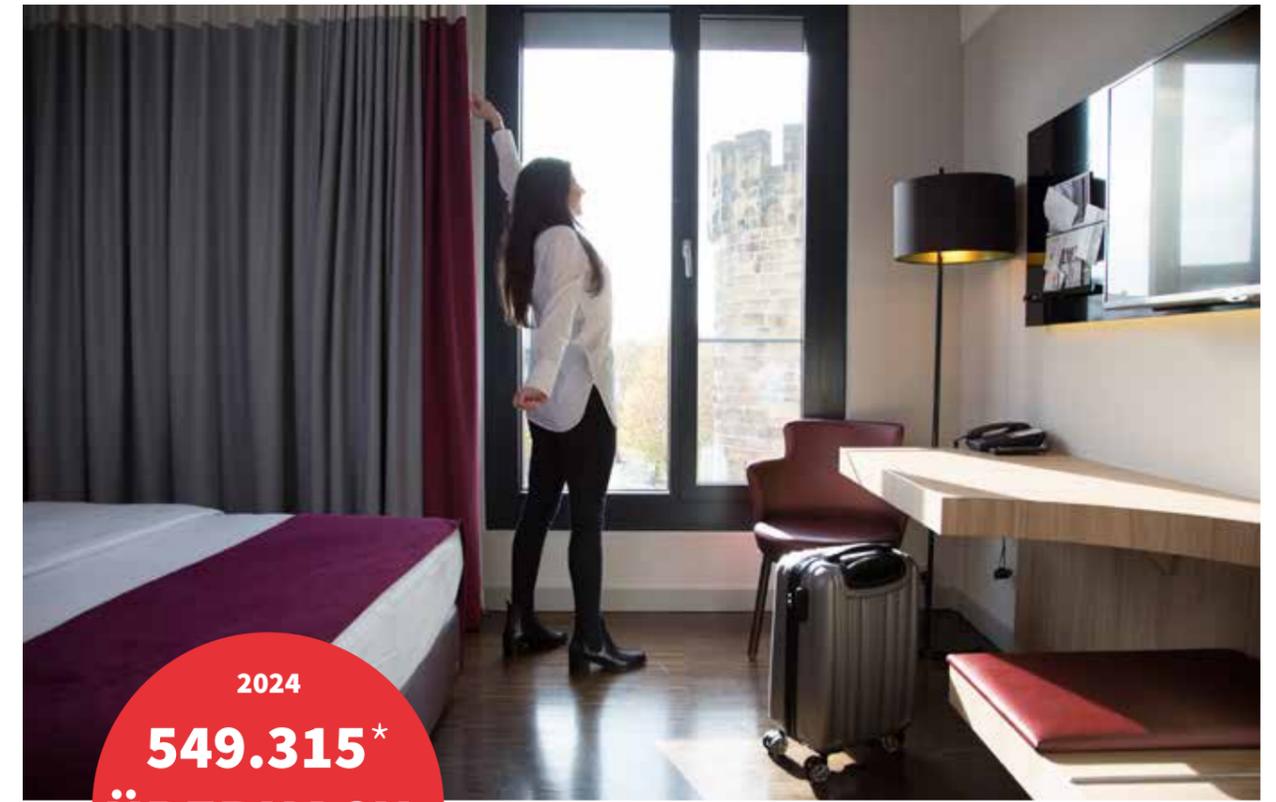
**DIE PRINZIPIEN UNSERER MARKE**

<p><b>Prinzip 1</b> <b>Inspirieren!</b></p> <p>Wir schaffen positive Emotionen: „Heilbronn bewegt.“</p>	<p><b>Prinzip 2</b> <b>Erzählen!</b></p> <p>Wir denken in Geschichten: „Heilbronn muss man erzählen.“</p>	<p><b>Prinzip 3</b> <b>Überraschen!</b></p> <p>Wir bieten „Leuchttürme“ und „Trüffel“: Bei uns können Gäste zu Entdeckern werden.</p>
---	---	---

SCHWERPUNKTE 2024 IM TOURISMUS

**Die Tourismuszahlen zeigen Heilbronn auf starkem Wachstumskurs.**

Heilbronn verzeichnet 2024 mit über einer halben Million Übernachtungen einen neuen Rekord und das stärkste Wachstum aller kreisfreien Städte in Baden-Württemberg (+15,4 %).



**2024**

**549.315\***

**ÜBERNACHTUNGEN**

\*Quelle: StaLa Ba.-Wü.

**+ 31,2 %**  
im Vergleich  
zum BUGA-Jahr  
2019

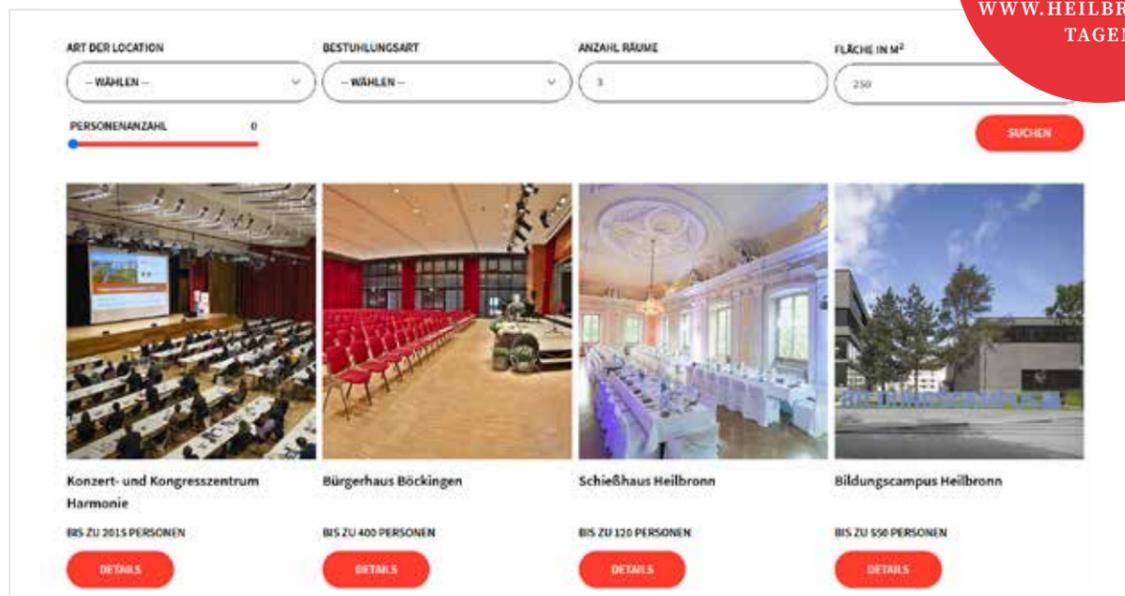
Besonders dynamisch ist der **internationale Tourismus**: Mit **46.917 Ankünften und 123.881 Übernachtungen** aus dem Ausland verzeichnet Heilbronn einen Zuwachs von 32,5 % und liegt damit weit über dem Landesdurchschnitt von 6,2 %. Gründe für den Boom sind der Ausbau hochwertiger Unterkünfte, die Entwicklung rund um den Campus und das KI-Zentrum. Im Auslandsmarketing liegt der Fokus weiterhin auf der Schweiz – dem wichtigsten Herkunftsmarkt in Baden-Württemberg.

SCHWERPUNKTE 2024 IM MICE UND TOURISMUS

**Zur Stärkung des MICE-Bereichs und zur besseren Positionierung Heilbronn als attraktiver Standort** für Tagungen, Kongresse und Events wurde das Convention Bureau gezielt weiterentwickelt. Im Fokus stand dabei die verbesserte Sichtbarkeit und Auffindbarkeit von Event- und Tagungslocations – sowohl digital als auch im Printbereich.



Eine umfassende Erweiterung der Website bietet Veranstaltungsplanern eine benutzerfreundliche Übersicht über moderne, vielseitige Locations in Heilbronn. Ergänzend dazu wurde auch das Printmaterial überarbeitet, um das Angebot klarer, ansprechender und zielgruppengerecht zu präsentieren.

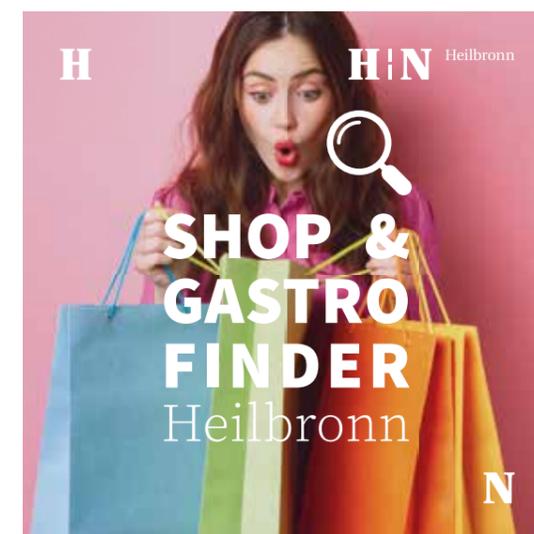


GESCHÄFTSBEREICH CITY MANAGEMENT

**Im City Management vernetzen wir die vielfältigen Interessen unterschiedlicher Akteure und sind Schnittstelle** zwischen Verwaltung, Politik und Handel. Als Stadtexperten mit übergreifendem Blick arbeiten wir an den strategischen Ausrichtungen der Innenstadt mit und setzen wichtige Impulse für Multifunktionalität und Transformation.



**„Im City Management sind wir Ansprechpartner für Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister.“**



Dabei besteht unser primäres Ziel darin, die **Innenstadt zu beleben** sowie **Frequenzen** und Aufenthaltsqualität zu schaffen. Ferner bringt das City Managements Eventformate in die Innenstadt, die die **Fußgängerzonen bunter gestalten und für Aufenthaltsqualität sorgen**, wie zum Beispiel mit einem Straßenkunst-Festival. Zudem werden bei der Heilbronn Marketing GmbH die überregional bedeutenden Veranstaltungen organisiert, die teils die anlassgebenden Events für die **verkaufsoffenen Sonntage** sind. Sie stärken somit Heilbronn als Einkaufsmetropole.



Das City Management bietet für die digitale Sichtbarkeit des Innenstadtangebots die Plattform „**Shop-und Gastrofinder**“ an. Diese bildet mit aktuell über 700 Einträgen das Einkaufs- und Gastroangebot Heilbronn nahezu vollständig ab.

SCHWERPUNKTE 2024 IM CITY MANAGEMENT



Straßenkunst-Festival „KulturSamstag“



StadtLesen

Zusammen mit der Stadt Heilbronn wird über den Masterplan, die Stadtkonzeption, das Gesprächsforum und einem stetig weiterentwickelten Angebot die Innenstadt zukunfts-

fähig gestaltet. Die **Aufenthaltsqualität und Besucherfrequenz** sollen durch eine Mischung aus etablierten Eventformaten und dezentralen Micro-Events gezielt gesteigert werden.

**9,2 MIO.\*  
PASSANTEN**  
in der Fleiner Straße  
2024  
\*Quelle: hystreet



WeinVilla on Tour



Magie der Stimmen mit SonntagsShopping

GESCHÄFTSBEREICH EVENT

Im Bereich Event sind wir Fachleute für die **Planung, Durchführung und Weiterentwicklung** der traditionellen Heilbronner Events und entwickeln neue Formate, die zukunftsweisend für Heilbronn sind, wie z.B. das Heilbronner Lichterfest, Kultur am Fluss und das Straßenkunst-Festival.

**159  
AKTIONSTAGE**



Eventreihe mit TEAL.



Jazz & Einkauf

**35  
EVENT  
FORMATE**

„Wir sind die Veranstaltungsexperten für Heilbronn.“

SCHWERPUNKTE 2024 IM BEREICH EVENT

Unser Ziel ist es, mit **überregional bedeutenden und markenrelevanten Veranstaltungen** auf Heilbronn aufmerksam zu machen, Frequenz in der Innenstadt zu schaffen und Heilbronn als Oberzentrum weiterhin zu stärken.

Wir bieten Unternehmen eine Plattform, ihre Angebote für ein breitgefächertes Publikum sichtbar zu machen.

**150  
MARKT  
TAGE**



Heilbronner Pferdemarkt

**Unser umfangreiches Eventangebot** zog 2024 rund drei Millionen anlassbezogene Besucher in die Innenstadt.



Heilbronner Trollinger Marathon



Heilbronner Weindorf

GESCHÄFTSBEREICH MARKETING & KOMMUNIKATION



**Im Geschäftsbereich Marketing & Kommunikation sind wir Teil des Kommunikationsteams der Stadt** und unterstützen die Entwicklung und Steuerung der Marke Heilbronn strategisch.

Als Spezialisten für **Heilbronn-Kampagnen** positionieren wir Heilbronn regional, national und zukünftig verstärkt auch international und tragen unsere Botschaften über geeignete Medienkanäle bestmöglich an die Zielgruppen heran.

**„Wir sind strategischer Partner und Dienstleister für die Stadt Heilbronn und alle Geschäftsbereiche der Heilbronn Marketing GmbH.“**

**WIRKUNGSVOLLER CONTENT  
EMOTIONALE BILDER**



**FOKUS AUF STORYTELLING**



SCHWERPUNKTE 2024 IM BEREICH MARKETING & KOMMUNIKATION

Unsere Marketingmaterialien setzen die dynamische Entwicklung der Stadt **wirkungsvoll in Szene** – zeitgemäß, informativ und mit Blick fürs Wesentliche.

**FOLLOWER 2024**

- 29.520 | +2 %
- 3 Kanäle:
- heilbronn.erleben 24.900 | +28 %
- heilbronner.weindorf 1.957 | +35 %
- visit.heilbronn 1.823 | +138 %

**FOKUS AUF ONLINE & SOCIAL MEDIA**



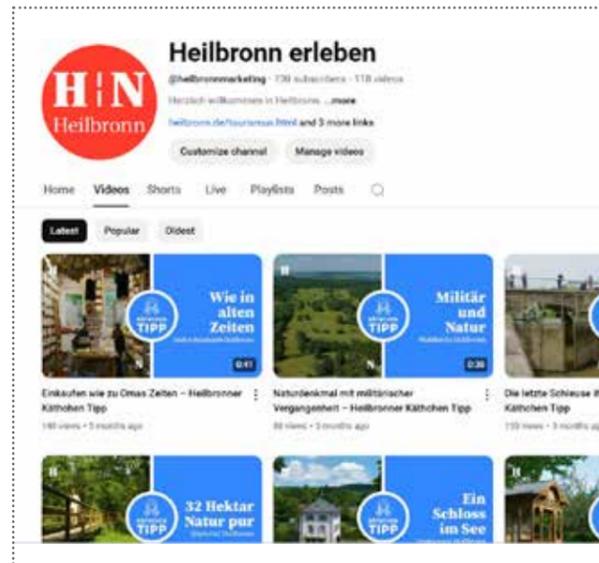
**ZUSAMMENARBEIT MIT BLOGGERN & INFLUENCERN**

**ENTWICKLUNG IN RICHTUNG BEWEGTBILD**

**UMFANGREICHE PRESSEARBEIT**



**ZEITGEMÄSSER MARKETING- UND MEDIENMIX**



# Lagebericht

der Heilbronn Marketing GmbH  
für das Geschäftsjahr 2024 gemäß § 289 HGB

## 1. GRUNDLAGEN DES UNTERNEHMENS

### 1.1. Geschäftsmodell des Unternehmens

Die zentrale Aufgabe des Unternehmens ist die Erstellung, Durchführung und Förderung eines ganzheitlichen Stadtmarketings für Heilbronn. Hierzu zählt besonders

- 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 des Einzelhandelsstandorts Heilbronn sowie dessen Bedeutung als regionales Oberzentrum, u. a. durch bessere Profilierung und Positionierung der Stadt gegenüber Wettbewerbern
- die Koordination und Abstimmung der touristischen Vermarktung mit regional übergreifenden Tourismuseinrichtungen.

### 1.2. Ziele und Strategien

Die Heilbronn Marketing ist eine sogenannte Public-Private-Partnership-Gesellschaft mit dem Ziel, die gemeinsamen Interessen der Gesellschafter

- Stadt Heilbronn
- Wir für Heilbronn e.V.
- stadtinitiative Heilbronn e. V.
- Gesellschaft zur Förderung des Gastgewerbes Baden-Württemberg mbH
- Landesverband der Schausteller und Marktkaufleute Baden-Württemberg e. V.

im Rahmen der Unternehmensziele zusammenzufassen und somit die wesentlichen Leistungsträger aus den Bereichen Marketing, Information und Tourismus mit einzubeziehen. Das Unternehmen versteht sich als Dienstleistungsgesellschaft, in der die Marketing-, Tourismus- und Veranstaltungsaktivitäten der Stadt Heilbronn gebündelt werden. Die HMG trägt dazu bei, die Attraktivität Heilbronn als Oberzentrum im Norden Baden-Württembergs zu steigern, Anziehungs- und Bindungskraft zu stärken sowie Heilbronn auf dem Weg zur Wissensstadt aktiv zu begleiten.

Wir wollen innerhalb Heilbronn Impulsgeber, zentraler Ansprechpartner und Dienstleister für Stadtmarketing sein, indem wir uns als Teil des städtischen Kommunikationsteams verstehen und Heilbronn mit unserem Beitrag zum Vorreiter innerhalb vergleichbarer Städte in Deutschland entwickeln. 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 Fünf-Säulen-Modell mit den Geschäftsbereichen Tourismus, Event, City Management, Marketing & Kommunikation sowie Interne Services, denen jeweils Geschäftsbereichsleiter vorstehen.

## 2. WIRTSCHAFTSBERICHT

### 2.1. Geschäftsverlauf

Das Bruttoinlandsprodukt in Deutschland ist in 2024 im Vergleich zum Vorjahr um 0,2 % (Quelle: Statistisches Bundesamt) gesunken, bedingt vor allem durch die unbefriedigende Auftragslage der Unternehmen und die damit verbundene fehlende Güternachfrage. Das weiterhin relativ hohe Leitzinsniveau zur Bekämpfung der Inflation sowie der inflationsbedingte Kaufkraftverlust haben ebenfalls dazu beigetragen. Hinzu kommt das zurückhaltende Konsumverhalten der Verbraucher. Wenngleich Reallöhne in 2024 gestiegen sind, so zeigt sich eine große Verunsicherung und Skepsis, besonders im Konsum von Artikeln, die nicht den täglichen Bedarf betreffen.

Dennoch konstatiert das Statistische Bundesamt für den deutschen Einzelhandel in 2024 nach zwei schwierigen Jahren wieder eine positive Tendenz mit einem realen Umsatzplus von 1,3 %. Die Digitalisierung und der Online-Handel blieben zentrale Wachstumstreiber, während der Druck auf den stationären Handel zur Anpassung an die veränderten Konsumgewohnheiten weiter zunehme.

Heilbronn bildet hier keine Ausnahme. Wenngleich die Frequenzzählmessungen in der Fleiner Straße als Haupteinkaufsstraße im Jahresdurchschnitt stabile Besucherzahlen nachweisen, so ist die Stimmung bei den Händlern und Gastronomen eher verhalten.

## 2. WIRTSCHAFTSBERICHT

Führende Wirtschaftsforschungsinstitute erwarten für 2025 keine signifikanten Steigerungsraten (dpa, 10.04.25).

Im Tourismus dagegen ist Heilbronn auf starkem Wachstumskurs. Noch nie kamen so viele Reisende nach Heilbronn wie im Geschäftsjahr 2024. Erstmals übernachteten mehr als eine halbe Million Menschen, d. h. mit einem Plus von 15,4 % bei den Übernachtungen ist das der höchste Zuwachs in einer kreisfreien Stadt in Baden-Württemberg. Maßgeblich für diesen Rekordwert ist neben den Entwicklungen am Bildungscampus und im Zusammenhang mit dem Zentrum für Künstliche Intelligenz vor allem der in den letzten Jahren realisierte qualitativ hochwertige Ausbau der Übernachtungsangebote in der Innenstadt. Das hat auch zu einer positiven Entwicklung des Freizeittourismus geführt. Der hohe Anteil an Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland ist die logische Konsequenz der dynamischen Entwicklung in Heilbronn und bisheriger Höchstwert in der Tourismusgeschichte der Stadt. Mit beachtlichen 46.917 Gästeankünften und 123.881 Gästeübernachtungen entspricht das einem Wachstum von 32,5 % bei den Ankünften bzw. 12,9 % bei den Übernachtungen und damit jeweils das Dreifache des Durchschnittswerts sämtlicher kreisfreien Städte im Land Baden-Württemberg (Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg). In Baden-Württemberg ist die Schweiz das wichtigste Herkunftsland im Tourismus. 2,8 Millionen Übernachtungen macht dieser Markt landesweit aus. Auch in Heilbronn liegt der Schwerpunkt im Auslandsmarketing auf der Schweiz.

Ungeachtet der anspruchsvollen Rahmenbedingungen hat die HMG ihre Aktivitäten im Berichtsjahr vollumfänglich und erfolgreich durchgeführt. Mit den rund 35 sowohl traditionellen als auch neuartigen Eventformaten ist es ihr gelungen, in Summe rund 3 Mio. Besucher verschiedenster Kulturkreise anlassbezogen in die Innenstadt zu locken. So ist auch die Auslastung der Veranstaltungsstätten annähernd auf Vor-Corona-Niveau. Daneben steht besonders die Begleitung der Transformation der Heilbronner Innenstadt im Fokus. Die Kommunikationswege wurden nachgeschärft, die digitalen Medien verstärkt und damit die Kommunikationsreichweite nachhaltig vergrößert.

### 2.2. Lage: Darstellung, Analyse, Beurteilung

#### 2.2.1. Ertragslage

Der ausgewiesene Jahresfehlbetrag 2024 ist mit 4.818 TEUR rund 130 TEUR niedriger als im Planansatz von 4.946 TEUR budgetiert (+3 %).

in TEUR	IST 2024	Vergleich zum Planansatz 2024
Umsatzerlöse / sonstige betriebliche Erträge	3.220,9	+340,4
Personal- und Personalgestellungskosten	-3.591,3	+58,7
Materialaufwand / sonstige betriebl. Aufw. / Afa / Zinsergebnis / sonstige Steuern	-4.447,4	-270,9
<b>Jahresfehlbetrag</b>	<b>-4.817,8</b>	<b>+128,2</b>

Die realisierten **Umsatzerlöse** einschl. der sonstigen betrieblichen Erträge liegen deutlich über dem Planansatz (+340,4 TEUR). Maßgeblichen Anteil daran haben

- die Feste bzw. Veranstaltungen mit einem Umsatzplus von insgesamt rund 115 TEUR, davon beim Weindorf (+65 TEUR) und Lichterfest (+22 TEUR)
- die Veranstaltungsstätten (+ rd. 52 TEUR)
- die Märkte, besonders Weihnachts- und Pferdemarkt (+43 TEUR)
- die Nachfrage nach touristischen Angeboten zu Stadtführungen, Weinwanderungen und Individualreisen sowie die Erlöse aus den elektronischen Ticketsystemen (rd. 50 TEUR)

2. WIRTSCHAFTSBERICHT

Unabhängig vom Jahresfehlbetrag in Höhe von 4.817,8 TEUR ändert sich das Eigenkapital von 50 TEUR nicht, da die Gesellschafter per Vertrag zur Verlustübernahme verpflichtet sind.

**2.3. Finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren**

**2.3.1. Finanzierungsmittel und Finanzierungsbedarf**

Die Finanzierungsmittel 2024 setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2024
Einlagen Gesellschafter Stadt Heilbronn	4.798,3
Einlagen sonstige Gesellschafter	19,5
<b>Summe Finanzierungsmittel</b>	<b>4.817,8</b>

Der Jahresfehlbetrag wird mit der Kapitalrücklage verrechnet, d. h. es erfolgt eine Entnahme aus der Kapitalrücklage zur Verlustverrechnung. Im Vorgriff auf die Übernahme der zu erwartenden Verluste hat der Gesellschafter Stadt Heilbronn unterjährig Einlagen in Höhe von TEUR 4.900 geleistet, so dass per Stichtag ein Betrag von 101.691,61 Euro zurückzuzahlen ist.

**2.3.2. Leistungsdaten Tourismus und Veranstaltungen**

Leistungsdaten	2024	2023
Übernachtungen*	549.315	476.899
Gästeankünfte*	258.602	213.058
Bettenauslastung*	44,60%	45,0 %
Schlafgelegenheiten (Betten)*	3.418	2.999
Ø-liche Aufenthaltsdauer*	2,1 Tage	2,2 Tage
Teilnehmer an Stadtführungen	12.430	8.582
Teilnehmer an Reiseprogrammen	3.981	3.079
Fahrgäste Hop-On-Hop-Off-Bus	2.198	2.960
Teilnehmer beim Trollinger Marathon	7.242	5.559
Veranstaltungsbesucher Harmonie	141.732	112.923
Veranstaltungsbesucher Bürgerhaus Böckingen	12.688	9.147
Veranstaltungsbesucher Schießhaus	4.680	4.528
Veranstaltungsbesucher Alte Kelter Sontheim	820	412
Kundenbesuche Tourist-Information	52.382	49.906
Zugriffe auf Homepage	945.590	885.752
Facebook-Abonnenten	27.572	27.567
Instagram Follower	24.963	19.509

\*Quellen: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, eigene Erhebungen

2. WIRTSCHAFTSBERICHT

in TEUR	IST 2024	Vergleich zum Planansatz 2024
Feste / Veranstaltungen	917,4	+114,9
Märkte	341,7	+42,7
Veranstaltungsstätten	1.171,2	+52,3
Sonstige Erlöse (inkl. RSt.-Auflösung)	114,6	+59,6
Festplätze / Vermietung von Plätzen	246,6	-13,4
Touristik	296,1	+86,5
Werbung / Marketing	133,3	-2,2
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>3.221,9</b>	<b>+340,4</b>

Bei den Personalkosten sind infolge unbesetzter Stellen rd. 60 TEUR eingespart worden.

Im Berichtsjahr sind einschließlich der städtischen Mitarbeiter 59 Arbeitnehmer (Vorjahr 61) in der Gesellschaft beschäftigt. Das entspricht 48 VZÄ gemäß Stellenplan. Der Rückgang resultiert aus dem altersbedingten Ausscheiden zweier langjährig beschäftigter städtischer Fachkräfte, für die bereits im Vorjahr eine qualifizierte Nachfolge eingearbeitet worden ist.

Im **sonstigen betrieblichen Aufwand einschließlich sonstiger Steuern** sind insgesamt rd. 270 TEUR zusätzlich ausgegeben worden, davon entfallen allein auf die großen Veranstaltungen Lichterfest, Weindorf und Weihnachtsmarkt rd. 120 TEUR, unter anderem aufgrund erhöhter Energiekosten und GEMA-Gebühren (siehe Pkt. 4 „Risiken“). Zudem wurden insgesamt rd. 67 TEUR mehr für Sicherheitsauflagen ausgegeben.

Die steuerliche Außerprüfung für die Jahre 2015 - 2020 ist weitgehend abgeschlossen. Für Umsatzsteuer-Nachzahlungen sind rd. 140 TEUR zurückgestellt worden.

**2.2.2. Finanzlage**

Die Finanzlage der Gesellschaft entwickelte sich im Geschäftsjahr 2024 wie folgt:

in TEUR	2024	2023
Finanzmittelfonds Jahresanfang	1.295	1.137
+ Cashflow aus		
• laufender Geschäftstätigkeit	-4.567	4.415
• Investitionstätigkeit	-45	-34
• Finanzierungstätigkeit	4.908	4.607
<b>Finanzmittelfonds Jahresende</b>	<b>1.591</b>	<b>1.295</b>

Der Finanzmittelfonds zum Bilanzstichtag besteht aus den bilanzierten flüssigen Mitteln in Höhe von TEUR 1.591.

Die Liquiditätslage der Gesellschaft ist aufgrund der unterjährigen Einzahlungen des Gesellschafters Stadt Heilbronn auf den zu erwartenden Verlust sowie der nach § 4 des Gesellschaftsvertrages vom 17. Dezember 2014 festgesetzten vollständigen Verlustausgleichsverpflichtung aller Gesellschafter gesichert. Somit ist die Gesellschaft stets in der Lage, ihren finanziellen Verpflichtungen nachzukommen.

**2.2.3. Vermögenslage**

Das aktive Vermögen bestimmt sich zu 79,7 % durch den Bestand an liquiden Mitteln (1.591 TEUR), während das Anlagevermögen (70 TEUR) sowie die Vorratsbestände in Form von Souvenirartikeln und Einkaufsgutscheinen (39 TEUR) im Wert eine untergeordnete Rolle einnehmen. Die Forderungen in Höhe von 275 TEUR sind gegenüber dem Vorjahr um rd. 65 TEUR gestiegen, da auch die Gesamtleistung gegenüber dem Vorjahr weiter angestiegen sind. Im Berichtsjahr ist eine Forderung im Wert von 5.460 Euro zu 100 % wertberichtigt worden. Die Pauschalwertberichtigungen auf Forderungen wurde entsprechend angepasst.

Das Gesamtvermögen beläuft sich auf 1.997 TEUR, davon sind 50 TEUR Eigenmittel. Die Fremdmittel in Höhe von 1.947 TEUR sind im Vorjahresvergleich um 362 TEUR gestiegen, maßgeblich bedingt durch einen Anstieg bei den Rückstellungen (+274 TEUR) sowie den Verbindlichkeiten gegenüber dem Gesellschafter (+151 TEUR).

## 2. WIRTSCHAFTSBERICHT

### 2.4. Gesamtaussage

Ungeachtet der ungünstigen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen (siehe Pkt. 2.1) ist es der HMG gelungen, die gesteckten Ziele in nahezu allen Geschäftsbereichen zu erreichen oder sogar deutlich zu übertreffen. Inflationsbedingte Sachkostensteigerungen wie auch tarifpolitische Personalkostenanstiege konnten damit ausgeglichen werden, indem neue Sponsoren gewonnen und Preisanpassungen erfolgreich am Markt platziert wurden.

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 wie folgt ausgeglichen:

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

## 3. AUSBLICK

### 3.1. Rahmenbedingungen

Die letztjährigen Tarifabschlüsse vieler Branchen haben den Arbeitnehmer zwar deutliche Lohnzuwächse beschert, die Konsumbereitschaft ist aber dennoch verhalten, da vielfach die Sorge über einen zunehmenden Arbeitsplatzabbau besteht. Diese Zurückhaltung spüren vor allem Gastronomie und Einzelhandel in den Innenstädten. Um das Publikum dennoch in die Innenstädte zu locken, bedarf es seitens des Stadtmarketings immer größerer Anstrengungen und der Entwicklung neuer attraktiver Formate und Maßnahmen, die möglichst viele Interessengruppen erreichen und die Angebote der Innenstädte zum Arbeiten, Aufhalten, Austauschen und Konsumieren zu kommunizieren.

## 3. AUSBLICK

Ein ganz anderes Bild liefert derzeit die Tourismus-Branche. Der Tourismusverband wie auch das Hotelgewerbe rechnen mit erneut steigenden Buchungszahlen.

Eine große Herausforderung bleibt der Personalmangel, der mittlerweile alle Branchen erfasst hat. Dennoch ist es der Heilbronn Marketing GmbH gelungen, vakante Stellen im kaufmännischen wie im technischen Bereich zu besetzen.

### 3.2. Aktivitäten und Projekte in 2025

Spätestens seit den Anschlägen von Magdeburg und Mannheim im Dezember 2024 bzw. März 2025 hat die Sicherheitsdiskussion bei öffentlichen Veranstaltungen eine neue Dimension erreicht. Die Auflagen der Behörden wurden nochmal erheblich verschärft mit der Folge, dass in Teilen die Durchführbarkeit der Events hinterfragt werden muss – nicht zuletzt aufgrund des erheblichen finanziellen Mehraufwands für die Sicherheit.

Ungeachtet dessen plant die HMG im Geschäftsbereich **Event** neben den zahlreichen traditionellen Veranstaltungen, u. a. Pferdemarkt, Weindorf, Weihnachtsmarkt, in diesem Jahr zusätzlich umfangreiche Unterstützungsleistungen, z. B. anlässlich der Special Olympics Landesspiele oder zu den Jubiläumsfeierlichkeiten des 800-jährigen Deutschordens. Der beliebte Hafenmarkt wird ausgeweitet zu einem Kunsthandwerkermarkt. Beim Trollinger Marathon zeichnet sich ein neuer Teilnehmer-Rekord von insgesamt fast 9.500 Läufern ab.

Bei allen rd. 35 Veranstaltungen steht des Thema Nachhaltigkeit immer mehr im Fokus, nicht zuletzt durch die Entscheidung der Stadt Heilbronn für eine erneute Bewerbung zum Wettbewerb um die European Green Capital 2027, nachdem die Stadt unerwartet den 2. Platz beim letztjährigen EGC-Wettbewerb erreicht hat.

Das **City Management** steht für die Stärkung der Zusammenarbeit zwischen Handel, Gastronomie, Dienstleistung, Immobilienigentümer sowie städtischer Wirtschaftsförderung mit dem Ziel einer prosperierenden Innenstadtentwicklung. Ihr obliegt es, die Interessenlagen der Akteure in Einklang mit den o. g. Events zu bringen, aber auch neue Formate zu kreieren. Beispielhaft dafür steht die neue Veranstaltungsreihe „Genuss nach Ladenschluss – Wein Villa on Tour“, die den Blick auf die schönen aber oftmals verborgenen Schätze der Stadt lenken

## 3. AUSBLICK

und das vielfältige Angebot des Handels präsentieren soll. Das gleiche Ziel jedoch im größeren Rahmen verfolgt die City Dinner Tour. Gemeinsam mit der IHK, Wirtschaftsförderung und stadtinitiativ Heilbronn e. V. wird ca. 100 Teilnehmern aus der Region Heilbronn-Franken anhand ausgewählter Geschäfte die Vielfalt des Einzelhandels präsentiert.

Zudem pflegt das City Management einen aktiven Austausch mit dem fachspezifischen Netzwerk vor allem über den Bundesverband der Stadtmarketingorganisationen (bcsd). Die Tagungen liefern viele Good-Practice-Beispiele, die sukzessive in die Prozesse der HMG und in Formate wie beispielsweise den monatlich stattfindenden Innenstadt-Club – ein Netzwerk von Händlern, Gastronomen und Dienstleistern – mit einfließen. Wünschenswert wäre es, dass das bcsd-Angebot auch von den städtischen Ämtern wahrgenommen werden würde, um von einem bundesweiten Input direkt zu profitieren.

Im **Tourismus** sind die Ziele nicht weniger ambitioniert. Nachdem im vergangenen Jahr die Übernachtungszahlen einen neuen Rekordwert von 549.300 erreicht haben (+15,5 %), ist die Frage nach einem weiteren Potential berechtigt. Die Stadt Heilbronn ist gekennzeichnet von einer hohen Dynamik, besonders durch die Entwicklung am Bildungscampus und im Zusammenhang mit dem Zentrum für Künstliche Intelligenz. Nach einem guten Start im Jahr 2025 rechnen wir aufgrund der spezifischen Entwicklungen in Heilbronn im Zusammenhang mit Campus und IPAI und der zunehmenden Wahrnehmung als touristische Destination mit einem Wachstum von rund 5 % bei den Übernachtungen auf rund 575.000.

Mit dem Start des neuen Käthchen–Cabrio-Schiffs der Reederei Weisse Flotte Heidelberg hat der Tourismus ein weiteres Highlight in der Stadt. Das moderne Schiff ist ein Blickfang auf dem Neckar und zudem aufgrund seiner schlanken Bauweise in der Lage, mitten durch die Innenstadt und durch die handbetriebene König-Wilhelm-Schleuse zu fahren.

Gemeinsam mit dem Städtekreis der TMBW werden Projekte vor allem zur Steigerung der digitalen Reichweite durchgeführt. Zudem wird in touristischen Roadshows gemeinsam mit weiteren lokalen Partnern wie THE RÄGION HOTELS, Science Center experimenta, Freizeitpark Tripsdrill und Bildungscampus in Darmstadt, Würzburg und Karlsruhe für Heilbronn geworben.

Die gestiegenen Besucherzahlen in den **Veranstaltungsstätten**, allen voran in der Harmonie (+26 %), bestätigen den eingeschlagenen Weg einer gezielten Vermarktung in der Tagungswirtschafts-Branche (MICE).

Die zentrale Aufgabe im Geschäftsbereich **Marketing und Kommunikation** ist die wirksame Vermarktung der Aktivitäten im Event, City Management und Tourismus, und zwar sowohl in Print als auch in digitaler Form, d. h. auf der Homepage und in den sozialen Medien. Touristische Broschüren werden neu aufgelegt, teilweise sogar mehrsprachig. Außerdem werden in Kooperation mit dem TMBW-Städtekreis sowie regionalen Tourismusorganisationen (HeilbronnerLand, Kraichgau-Stromberg) Presereisen angeboten, um in den nationalen wie internationalen Fachblättern Aufmerksamkeit zu erzielen.

### 3.3. Budgetvorgaben

Die Stadt Heilbronn hat für das laufende Geschäftsjahr einen maximalen Jahresfehlbetrag von 5.350 TEUR (Vorjahr: 4.946 TEUR) gebilligt, was nominal einem Zuwachs von rund 8 %, real jedoch angesichts der gestiegenen Sach- und Personalkosten eher dem Vorjahresetat entspricht. Es bedarf erheblicher Anstrengungen, um das Leistungsniveau des Vorjahres halten zu können. Für Investitionen, vornehmlich in die Betriebs- und Geschäftsausstattung, sind wie bisher rd. 20 TEUR vorgesehen.

### 3.4. Personal

Die Gesamtzahl der Beschäftigten soll ungeachtet der steigenden Anforderungen und Anzahl an Aktivitäten konstant bleiben. Grundlage ist der Stellenplan vom 29.10.2024. Altersbedingte Abgänge sollen durch qualifizierte Fachkräfte ersetzt werden, was sich besonders im technischen Bereich als zunehmend schwierig herausstellt. Auffällig ist es, dass sich viele Quereinsteiger auf Stellenausschreibungen bei der Heilbronn Marketing GmbH bewerben und offenbar die Attraktivität und Sicherheit im öffentlichen Dienst suchen.

Die Tarifparteien haben sich vor wenigen Wochen auf einen neuen Tarifvertrag für die Jahre 2025 und 2026 geeinigt. Im Kern sind Lohnerhöhungen von rund 3 % vorgesehen. Für die HMG impliziert der Tarifabschluss Mehrkosten im Personalaufwand von ca. 150 TEUR.

## 4. RISIKOBERICHT

Die Gesellschafter der Heilbronn Marketing GmbH, insbesondere die Stadt Heilbronn, haben sich per Gesellschaftsvertrag verpflichtet, die jährlichen Verluste der Gesellschaft zu tragen. Insofern besteht kein bestandsgefährdendes Risiko für die Gesellschaft. Es gibt auch keine Zweifel an der Fortführung der Gesellschaft in seiner aktuellen Form. Vielmehr tragen alle Gesellschafter ausnahmslos die Unternehmenspolitik sowie ihre Ziele mit.

Ungeachtet dessen verfügt die Gesellschaft über ein Risikomanagementsystem zur Erkennung, Bewertung und Steuerung der wesentlichen Risiken, um die Geschäftsleitung rechtzeitig über drohende Verluste zu informieren und entsprechende Gegenmaßnahmen einleiten zu können. Die Elemente des Systems bestehen im Wesentlichen aus einem strategischen und operativen Controlling auf Basis der Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung. Das monatliche Berichtswesen liefert umfangreiche und aktuelle Informationen über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, und damit die wirtschaftliche Situation der Gesellschaft.

Wie unter Pkt. 3.2 genannt, wird seit den Anschlägen von Magdeburg und Mannheim die Sicherheitslage bei öffentlichen Veranstaltungen, Festen und Märkten völlig neu bewertet. Die Szenarien und Auflagen von Polizei und kommunalen Ordnungsdiensten führen zur massiven Ausweitung der Sicherheitsmaßnahmen. Sämtliche HMG-Veranstaltungen stehen aktuell auf dem Prüfstand angesichts der signifikant geänderten Kostenstruktur. Ein zukünftiger Verzicht einzelner Veranstaltungen ist nicht ausgeschlossen.

Ebenfalls um das Vielfache gestiegen sind die GEMA-Gebühren. Das wurde besonders deutlich bei der letztjährigen Abrechnung des Käthchen-Weihnachtsmarktes. Berechnete die GEMA bisher für die musikalischen Aufführungen auf der Bühne und zur musikalischen Untermauerung auf dem Kiliansplatz rd. 10 TEUR so wurden jetzt nach Änderung der Gebührensätze rd. 46 TEUR berechnet. In Abstimmung mit der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing in Deutschland (bcSD) läuft derzeit ein Einspruchsverfahren gegen die GEMA.

Die beispielhaft aufgezeigten Kostensteigerungen lassen sich jedoch nicht mit steigenden Preisen an die Marktbesucher kompensieren. Wenn traditionelle Händler und Kaufleute ob der eigenen hohen Personalkosten und rückläufiger Umsätze nach Jahrzehnten auf eine Präsenz bei Stadtfesten verzichten, so scheint der Preisbogen offensichtlich ausgereizt und sogar die Event-Formate müssen hinterfragt werden.

Die IT-Systeme der HMG sind im März 2025 gehackt worden. Sämtliche Systeme konnten innerhalb weniger Tage mittels Datensicherungen rekonstruiert werden und laufen wieder einwandfrei. Die Firewall-Parameter sind gehärtet worden, die Belegschaft wurde sensibilisiert. Nach Einschätzung der zuständigen Sicherheitsbehörden sei jedoch das Risiko des Datenmissbrauchs eher gering. Ungeachtet dessen sind sowohl der Landesdatenschutzbeauftragte wie auch sämtliche Kunden und Lieferanten informiert worden.

Die Gesellschaft besitzt keine Derivate, Risiken können somit aus derartigen Finanzgeschäften nicht abgeleitet werden.

Die vorgenannten Ereignisse verdeutlichen die hohe Abhängigkeit der Gesellschaft von Entwicklungen des öffentlichen Lebens. Erlösschmälerungen und Kostensteigerungen durch veränderte Vorgaben sind nicht selten. Gleichwohl ist es das Ziel, den genehmigten finanziellen Rahmen nicht zu überschreiten. Gegebenenfalls werden Projekte gekürzt, eingestellt oder auf das Folgejahr verschoben soweit das möglich ist. Vor diesem Hintergrund wird eine signifikante Abweichung des geplanten Jahresfehlbetrags von 5.350 TEUR nicht erwartet.

Heilbronn, den 16. Mai 2025

gez.

Steffen Schoch  
Geschäftsführer

# Bilanz

zum 31. Dezember 2024

## Aktiva in EUR

### A. Anlagevermögen

I. Immaterielle Vermögensgegenstände  
entgeltlich erworbene Software

16,00 1.082,00

II. Sachanlagen

andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung

70.135,00 64.659,00

### B. Umlaufvermögen

I. Vorräte

fertige Erzeugnisse und Waren

38.627,31 53.036,23

II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

256.612,30 188.908,07

2. Forderungen gegenüber Gesellschaftern

18.263,49 19.500,00

3. Sonstige Vermögensgegenstände

8.172,39 11.184,02

283.048,18 219.592,09

III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben,

Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks

1.590.889,94 1.294.799,39

### C. Rechnungsabgrenzungsposten

14.047,02 2.037,65

1.996.763,45 1.635.206,36

## Passiva in EUR

### A. Eigenkapital

Gezeichnetes Kapital

50.000,00 50.000,00

### B. Rückstellungen

1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

242.360,00 250.125,00

2. Steuerrückstellungen

174.000,00 33.000,00

3. sonstige Rückstellungen

597.043,73 456.235,00

1.013.403,73 739.360,00

### C. Verbindlichkeiten

1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

11.315,00 18.867,00

2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

497.444,87 566.463,35

3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern

173.728,96 22.499,73

4. Sonstige Verbindlichkeiten

224.712,54 203.355,43

907.201,37 811.185,51

### D. Rechnungsabgrenzungsposten

26.158,35 34.660,85

1.996.763,45 1.635.206,36

# Gewinn-und-Verlust-Rechnung

vom 01.01. bis 31.12.2024 in EUR

	31.12.2024	31.12.2023
<b>1. Umsatzerlöse</b>	3.207.885,10	2.815.881,97
<b>2. sonstige betriebliche Erträge</b>	12.991,79	239.361,89
<b>3. Materialaufwand</b>		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	118.644,54	120.588,41
b) Personalgestellung Stadt Heilbronn	348.583,69	492.647,61
	<b>467.228,23</b>	<b>613.236,02</b>
<b>4. Personalaufwand</b>		
a) Löhne und Gehälter	2.450.514,01	2.218.362,46
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung davon für Altersversorgung EUR 164.335,08 (Vj.: EUR 184.977,20)	792.232,56	806.374,55
	<b>3.242.746,57</b>	<b>3.024.737,01</b>
<b>5. Abschreibungen</b>		
auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	42.898,60	39.187,32
<b>6. sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	4.142.388,17	3.980.502,24
<b>7. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge</b>	2.321,37	767,78
<b>8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen</b>	4.735,08	4.719,76
<b>9. Ergebnis nach Steuern</b>	-4.676.798,39	-4.606.370,71
<b>10. sonstige Steuern</b>	141.010,00	5.266,91
<b>11. Jahresfehlbetrag</b>	-4.817.808,39	-4.611.637,62
<b>12. Entnahmen aus der Kapitalrücklage</b>	4.817.808,39	4.611.637,62
<b>13. Bilanzgewinn</b>	0,00	0,00

# Entwicklung des Anlagevermögens

vom 01.01. bis 31.12.2024

in EUR	Buchwert 01.01.24	Zugang 2024	Abgang 2024	Abschreibung 2024	Buchwert 31.12.24
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>					
EDV-Software	1.082,00			1.066,00	16,00
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	<b>1.082,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.066,00</b>	<b>16,00</b>
<b>II. Sachanlagen</b>					
1. Betriebs- und Geschäftsausstattung					
a) EDV-Einrichtung, Hardware	5.031,00	7.362,00	0,00	2.902,00	9.491,00
b) Betriebs- und Geschäftsausstattung	24.929,00	9.655,40	1,00	6.742,40	27.841,00
c) Büroeinrichtung	280,00	1.903,04	0,00	188,04	1.995,00
d) Anlagevermögen BgA „Märkte“	813,00	0,00	0,00	476,00	337,00
e) Ausstattung Käthchenhaus	876,00	0,00	0,00	248,00	628,00
f) Investitionen Marrahaus	31.696,00	0,00	0,00	5.645,00	26.051,00
g) Informationstafeln	1.033,00	0,00	0,00	157,00	876,00
h) Messesystem	1,00	2.965,00	0,00	50,00	2.916,00
i) Geringwertige Wirtschaftsgüter	0,00	25.424,16	0,00	25.424,16	0,00
2. geleistete Anzahlungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Summe Sachanlagen	64.659,00	47.309,60	1,00	41.832,60	70.135,00
<b>Summe Anlagevermögen</b>	<b>65.741,00</b>	<b>47.309,60</b>	<b>1,00</b>	<b>42.898,60</b>	<b>70.151,00</b>

# Anhang zum Jahresabschluss

31. Dezember 2024

## Allgemeine Angaben zum Jahresabschluss

Der Jahresabschluss zum 31.12.2024 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 31.12.2023 wurde am 12.09.2024 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 27.09.2024 im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht. Zudem wurde die öffentliche Bekanntmachung in der Stadtzeitung Heilbronn vom 02.10.2024 und durch Auslage zur Einsichtnahme in den Geschäftsräumen der Tourist-Information vom 04.10. bis 11.10.2024 publiziert.

## Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren unverändert die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden maßgebend:

Erworbene **immaterielle Vermögensgegenstände** des Anlagevermögens wurden zu Anschaffungskosten angesetzt und, sofern sie der Abnutzung unterlagen, um planmäßige Abschreibungen vermindert.

Das **Sachanlagevermögen** wurde zu Anschaffungskosten angesetzt und, soweit abnutzbar, um planmäßige Abschreibungen vermindert. Die planmäßigen Abschreibungen wurden nach der voraussichtlichen Nutzungsdauer der Vermögensgegenstände linear vorgenommen. Bewegliche Gegenstände des Anlagevermögens bis zu einem Wert von EUR 800,00 werden im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben, wobei aus Vereinfachungsgründen

in der Entwicklung des Anlagevermögens (Anlagenspiegel) im Jahr des Zugangs ein Abgang unterstellt wird.

Die **Vorräte** wurden zu Anschaffungskosten angesetzt und, sofern ein entsprechender Sachverhalt vorlag, auf den niedrigeren Marktpreis am Abschlussstichtag abgeschrieben. Soweit ein Marktpreis nicht feststellbar war, wurden sie auf den niedrigeren beizulegenden Wert abgeschrieben.

Die **Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände** wurden grundsätzlich mit dem Nennbetrag angesetzt. Das allgemeine Kreditrisiko bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wurde durch eine Pauschalwertberichtigung berücksichtigt. Die **Guthaben bei Kreditinstituten** werden zu Nennwerten bewertet.

Die **Rückstellungen für Pensionen und ähnlichen Verpflichtungen** werden wie im Vorjahr nach dem Teilwertverfahren unter Verwendung der „Richttafeln 2018 G“ (VJ: Richttafeln 2018 G) bewertet. Für die Abzinsung wurde der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer Laufzeit von 15 Jahren von 1,9 % (VJ: 1,82 %) 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 -2 (VJ: TEUR 2). Dieser Unterschiedsbetrag ist für die Ausschüttung nach § 285 Nr. 28 HGB gesperrt.

Die **Steuerrückstellungen und 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	2024	2023
entgeltlich erworbene Software	16,00	1.082,00

### II. Sachanlagen

in EUR	2024	2023
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	70.135,00	64.659,00

## B. UMLAUFVERMÖGEN

### I. Vorräte

in EUR	2024	2023
Bestand Souvenirartikel	38.627,31	53.036,23

Die Bestandsaufnahme wurde durch erweiterte Stichtagsinventur unter Teilnahme des Wirtschaftsprüfers am 3. Januar 2024 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	2024	2023
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	246.102,30	193.058,07
Einzelwertberichtigung auf Forderungen	-6.010,00	-750,00
Pauschalwertberichtigung Forderung	-4.500,00	-3.400,00
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	<b>256.612,30</b>	188.908,07

Eine Forderung ist in voller Höhe wertberichtigt worden. Pauschalwertberichtigungen wurden in zulässigem Umfang vorgenommen. Die Forderungen sind in einer Saldenliste nachgewiesen.

### 2. Forderungen gegenüber Gesellschaftern

in EUR	2024	2023
stadtnitiative Heilbronn e. V.	8.500,00	8.500,00
Wir für Heilbronn e. V.	4.763,49	6.000,00
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	<b>18.263,49</b>	19.500,00

Die **Forderungen** entstanden durch ausstehende Einlagen in die Kapitalrücklage für das Geschäftsjahr 2024 und durch Verrechnungen aus dem Liefer- und Leistungsverkehr.

**3. Sonstige Vermögensgegenstände**

in EUR	2024	2023
Debitorische Kreditoren	2.947,28	614,27
Geldtransit	2.075,42	3.104,37
Sonstige	1.529,60	2.094,75
Verrechnungskonto Gutscheine Stadtinitiative	400,00	5.030,00
Körperschaftsteuerrückforderung	630,09	200,63
Gutscheine Stadt Heilbronn	100,00	140,00
<b>Sonstige Vermögensgegenstände</b>	<b>7.682,39</b>	<b>11.184,02</b>

**III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten**

in EUR	2024	2023
Kreissparkasse Konto 79017	1.250.361,85	992.940,79
Kreissparkasse Konto 15010810	146.875,82	145.610,72
Kreissparkasse Konto 79031	188.748,55	144.440,26
Kreissparkasse Konto 10159233	574,81	5.378,11
Kasse	564,94	2.355,50
PayPal-Konto	1.029,73	1.590,15
Kasse Harmonie	1.061,17	1.260,31
Handkasse Buchhaltung	1.368,10	1.169,30
Kasse Bürgerhaus Böckingen	304,97	54,25
<b>Kassenbestand/Guthaben bei Kreditinstituten</b>	<b>1.590.889,94</b>	<b>1.294.799,39</b>

**C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN**

in EUR	2024	2023
<b>Aktive Rechnungsabgrenzung</b>	<b>14.047,02</b>	2.037,65

**D. Summe AKTIVA**

in EUR	2024	2023
<b>Summe AKTIVA</b>	<b>1.996.763,45</b>	1.635.206,36

# Erläuterungen

zu einzelnen Posten der Bilanz – PASSIVA

**A. EIGENKAPITAL****I. Gezeichnetes Kapital**

in EUR	2024	2023
<b>Gezeichnetes Kapital</b>	<b>50.000,00</b>	50.000,00

Das zum Nennwert angesetzte **gezeichnete Kapital** ist voll einbezahlt.

Die **Kapitalrücklage** hat sich im Berichtsjahr wie folgt entwickelt:

in EUR	2024	2023
Stand Kapitalrücklage zum 01.01.2024	0,00	
Zuführung Berichtsjahr	4.817.808,39	
Auflösung Berichtsjahr	-4.817.808,39	
<b>Stand Kapitalrücklage zum 31.12.2024</b>	<b>0,00</b>	

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

in EUR	2024	2023
<b>Pensionsrückstellung</b>	<b>242.360,00</b>	250.125,00

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

**2. Steuerrückstellungen**

in EUR	2024	2023
<b>Umsatzsteuer</b>	<b>174.000,00</b>	33.000,00

**3. Sonstige Rückstellungen**

in EUR	2024	2023
<b>Sonstige</b>	<b>262.087,07</b>	235.035,00
Urlaubs- und Gleitzeitguthaben	139.700,00	131.000,00
Unterlassene Instandhaltung	134.453,95	29.600,00
Betriebskostenabrechnungen	36.502,71	33.300,00
Abschluss- und Prüfungskosten	18.500,00	16.000,00
Aufbewahrung	5.800,00	5.800,00
sonstige Personalkosten	0,00	5.500,00
<b>Sonstige Rückstellungen</b>	<b>597.043,73</b>	456.235,00

Sämtliche Rückstellungen wurden im Wege vorsichtiger kaufmännischer Schätzung gebildet. Die Urlaubs- und Gleitzeit-Rückstellungen für Mitarbeiter der Gesellschaft enthalten Zuschläge für Sozialabgaben und sind demnach zu Vollkosten bewertet. Die Rückstellungen für Betriebskostenabrechnungen wurden für erwartete Wasser-, Strom-, Fernwärme- und Gaskosten für das abgelaufene Geschäftsjahr gebildet. In Höhe der zu erwartenden Kosten für die Erstellung des Jahresabschlusses und die Ausfertigung der Steuererklärungen des Berichtszeitraumes war eine Rückstellung zu bilden. Die sonstigen Rückstellungen beinhalten zudem Rückstellungen für Altersteilzeitverpflichtungen und für drohende Verluste.

**C. VERBINDLICHKEITEN**

Sämtliche Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

**1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten**

in EUR	2024	2023
<b>Kreissparkasse Heilbronn Darlehen</b>	<b>11.315,00</b>	18.867,00

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

**2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen**

in EUR	2024	2023
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	<b>497.444,87</b>	566.463,35

**3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern**

in EUR	2024	2023
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	140.587,98	58.518,28
Rückzahlungsanspruch aus Überzahlungen Stadt Heilbronn	101.691,61	7.862,38
Darlehen neue Tourist-Information	13.881,95	18.324,95
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-42.269,05	-11.281,00
Umsatzsteuerverrechnung Berichtsjahr	-40.163,53	-50.924,88
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	<b>173.728,96</b>	22.499,73

Die **Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern** enthalten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 140 (VJ: 58).

**4. Sonstige Verbindlichkeiten**

in EUR	2024	2023
Eigene Gutscheine	79.908,32	77.977,55
erhaltene Kautionen	49.250,00	3.000,00
VK Gutscheine Stadt HN für Studierende	36.850,25	23.420,00
Lohn- und Kirchensteuer	36.113,83	36.204,57
Kreditkartenabrechnung	14.062,26	13.969,53

soziale Sicherheit	3.073,95	1.975,06
VK Sparkmünzen/ Stadt Heilbronn	1.062,95	0,00
VK Theaterschiff	1.197,00	3.932,00
VK Kommissionsware	1.334,30	798,30
Sonstige	1.073,10	0,00
VK Kartenvorverkauf	602,90	8.273,00
Kreditorische Debitoren	183,68	42,00
Stadtwerke Fahrscheine	0,00	11.327,10
Koordinierungsstelle Wein & Tourismus	0,00	22.436,32
Sonstige Verbindlichkeiten	<b>224.712,54</b>	203.355,43

Die **Sonstigen Verbindlichkeiten** enthalten Verbindlichkeiten aus Steuern in Höhe von TEUR 36 (VJ: TEUR 36) sowie Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit in Höhe von TEUR 3 (VJ: TEUR 2).

**D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN**

in EUR	2024	2023
Passive Rechnungsabgrenzung	<b>26.158,35</b>	34.660,85

**E. SUMME PASSIVA**

in EUR	2024	2023
Summe PASSIVA	<b>1.996.763,45</b>	1.635.206,36

**5. Sonstige Angaben****Haftungsverhältnisse**

Zum Bilanzstichtag bestanden keine Haftungsverhältnisse im Sinne § 251 HGB.

**Sonstige finanzielle Verpflichtungen**

Zum Bilanzstichtag bestehen folgende sonstige finanzielle Verpflichtungen:

in TEUR

Verpflichtungen aus	< 1 Jahr	2-5 Jahre	> 5 Jahre	Gesamt
Mietverträgen	301	607	758	1.666
Leasing	131	187	10	328
Übrige	25	0	0	25
Altersversorgung	0	0	0	0
Summe	<b>457</b>	<b>794</b>	<b>768</b>	<b>2.019</b>

**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:

- 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 31.12.2024: EUR 13.881,95

# Erläuterungen

## Gewinn-und-Verlust-Rechnung

### 1. Umsatzerlöse

in EUR	2024	2023
Veranstaltungsstätten	1.171.342,70	787.531,07
Feste/Veranstaltungen	917.360,97	913.462,04
Festplätze	246.600,52	237.572,50
Touristik	296.054,99	270.536,38
Märkte	341.679,75	356.053,36
Werbung/Marketing	133.269,80	156.496,66
Sonstige (Verwaltung, Stadt-/Wein-/Tourismusmarketing)	101.576,37	94.229,96
<b>Summe Umsatzerlöse</b>	<b>3.207.885,10</b>	<b>2.815.881,97</b>

### 2. Sonstige betriebliche Erträge

in EUR	2024	2023
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	11.967,01	239.019,93
Erlöse aus Sachanlageverkäufen	552,77	0,00
Sonstige	443,58	321,73
Erträge aus abgeschriebenen Forderungen	28,43	20,23
<b>Sonstige betriebliche Erträge</b>	<b>12.991,79</b>	<b>239.361,89</b>

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind TEUR 13 (VJ: TEUR 239) periodenfremde Erträge enthalten. Diese betreffen im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen.

### 3. Materialaufwand

#### a) Aufwand für bezogene Waren

in EUR	2024	2023
Wareneinkauf/Souvenirs	104.584,72	135.247,25
Erhaltene Skonti	-349,10	-40,93
Bestandsveränderungen	14.408,92	-14.617,91
<b>Aufwand für bezogene Waren</b>	<b>118.644,54</b>	<b>120.588,41</b>

#### b) Personalstellung durch Stadt Heilbronn

in EUR	2024	2023
Personalgestellungskosten	348.583,69	492.647,61

### 4. Personalaufwand

#### a) Löhne und Gehälter

in EUR	2024	2023
Löhne und Gehälter	2.393.473,28	2.156.097,07
Aushilfslöhne/-gehälter	45.610,09	59.604,02
Ersätze Personalamt	9.400,00	0,00
Sonstige	949,90	1.527,33
Vermögenswirksame Leistungen	1.080,74	1.134,04
<b>Personalaufwand</b>	<b>2.450.514,01</b>	<b>2.218.362,46</b>

#### b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung

in EUR	2024	2023
Sozialversicherung	489.308,85	448.734,41
Beiträge Zusatzversorgung	190.202,91	172.047,96
Freiwillige soziale Leistung	59.918,37	147.162,02
Aufwendungen für Altersversorg.	30.591,70	31.801,30
Beiträge Unfallversicherung	21.630,73	6.048,86
Beiträge KAV	580,00	580,00
<b>Soziale Abgaben</b>	<b>792.232,56</b>	<b>806.374,55</b>

In den sozialen Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung sind TEUR 221 (VJ: TEUR 204) Aufwendungen für Altersversorgung enthalten.

#### 5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen

in EUR	2024	2023
Sofortabschreibung GWG	25.424,16	20.778,97
Betriebs- und Geschäftsausstattung	16.408,44	15.865,35
immaterielle Vermögensgegenstände	1.066,00	2.543,00
<b>Summe Abschreibungen</b>	<b>42.898,60</b>	<b>39.187,32</b>

### 6. Sonstige betriebliche Aufwendungen

in EUR	2024	2023
Veranstaltungsstätten	1.000.178,11	818.675,68
Festplätze	81.803,51	65.909,22
Märkte	468.257,90	404.856,36
Feste/Veranstaltungen	1.180.976,71	1.169.564,19
Touristik	234.582,97	203.948,26
Stadt-/Wein-/Tourismusmarketing / City Management	278.215,27	289.275,02
Werbung	307.487,35	374.642,80
Verwaltung	590.886,35	653.630,71
<b>Summe sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	<b>4.142.388,17</b>	<b>3.980.502,24</b>

### 7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge

in EUR	2024	2023
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.321,37	767,78

### 8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen

in EUR	2024	2023
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	4.735,08	4.719,76

In den sonstigen Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Aufwendungen i. H. von TEUR 5 (VJ: TEUR 5) aus der Abzinsung von Pensionsrückstellungen enthalten.

### 9. Ergebnis nach Steuern

in EUR	2024	2023
Ergebnis nach Steuern	-4.676.798,39	-4.606.370,71

**10. Sonstige Steuern**

in EUR	2024	2023
Umsatzsteuer	141.000,00	5.256,91
Kfz-Steuern	10,00	10,00
<b>Summe Sonstige Steuern</b>	<b>141.010,00</b>	5.266,91

**11. Jahresfehlbetrag**

in EUR	2024	2023
Jahresfehlbetrag	-4.817.808,34	-4.611.637,62

**12. Entnahme aus der Kapitalrücklage**

in EUR	2024	2023
Entnahme aus der Kapitalrücklage	4.817.808,34	4.611.637,62

**13. Bilanzgewinn**

in EUR	2024	2023
Bilanzgewinn	0,00	0,00

**Geschäftsführung**

Die Geschäftsführung setzt sich wie folgt zusammen:

Herr Steffen Schoch, Dipl.-Betriebswirt, Talheim.

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

**Aufsichtsrat**

Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats im Berichtsjahr bzw. zum Bilanzstichtag ist in der Rubrik „Rechtliche Verhältnisse der Heilbronn Marketing GmbH“ dargestellt. Die gesamte im Berichtsjahr gezahlte Aufwandsentschädigung betrug TEUR 2 (VJ: TEUR 2). Im Geschäftsjahr 2024 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 56 (VJ: 55) eigene Mitarbeiter (davon 20 in Teilzeit, VJ: 20) beschäftigt. Weitere durchschnittlich 3 (VJ: 6) Mitarbeiter (davon 2 in Teilzeit, VJ: 3) wurden von der Stadt Heilbronn im Rahmen der Personalgestellung überlassen.

Heilbronn, den 16. Mai 2025

gez.

Steffen Schoch

Geschäftsführer

# Feststellung

Jahresabschluss 31. Dezember 2024

in EUR	2024
<b>1. Bilanzsumme</b>	
Davon entfallen auf der <b>Aktivseite</b> auf	<b>1.996.763,45</b>
a) das Anlagevermögen	70.151,00
b) das Umlaufvermögen	1.912.565,43
c) die Rechnungsabgrenzungsposten	14.047,02
Davon entfallen auf der <b>Passivseite</b> auf	
a) das Eigenkapital	50.000,00
b) die Rückstellungen	1.013.403,73
c) die Verbindlichkeiten	907.201,97
d) die Rechnungsabgrenzungsposten	26.158,35
<b>2. Jahresfehlbetrag</b>	
in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung	<b>-4.817.808,39</b>
<b>3. Entnahmen aus der Kapitalrücklage</b>	<b>4.817.808,39</b>
<b>4. Bilanzgewinn</b>	<b>0,00</b>

**Ergebnisverwendung:**

Die Geschäftsführung schlägt vor, den Jahresfehlbetrag für das Geschäftsjahr 2024 von **EUR 4.817.808,39** mit der Kapitalrücklage zu verrechnen, d. h. es wird eine entsprechende Entnahme aus der Kapitalrücklage zur Verlustverrechnung vorgenommen.

Heilbronn, den 16. Mai 2025

gez.

Steffen Schoch

Geschäftsführer

# Bestätigungsvermerk

des unabhängigen Abschlussprüfers

Nach dem abschließenden Ergebnis der Prüfung hat die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ellenberger + Dürr GmbH & Co. KG, Neckarsulm, am 16. Mai 2025 dem Jahresabschluss der Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn, zum 31. Dezember 2024 und dem Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2024 den folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt, der an dieser Stelle wiedergegeben wird:

## „An die Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn

### Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss der Heilbronn Marketing GmbH, Heilbronn, – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2024 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2024 bis 31. Dezember 2024 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 2024 bis zum 31. Dezember 2024 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2024 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2024 bis 31. Dezember 2024 und
- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

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

### Grundlage für die Prüfungsurteile

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

Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

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

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (d.h. Manipulationen der Rechnungslegung und Vermögensschädigungen) oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern

einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern den 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 falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern 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 dolosen Handlungen oder Irrtümern 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 falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern, 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 eine aus dolosen Handlungen resultierende wesentliche falsche Darstellung nicht aufgedeckt wird, ist höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- erlangen wir ein Verständnis von den für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollen und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit der internen Kontrollen der Gesellschaft bzw. dieser Vorkehrungen und Maßnahmen 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 16. Mai 2025

Ellenberger + Dürr GmbH & Co. KG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft

gez.

Andreas Dürr  
Wirtschaftsprüfer“.



#### IMPRESSUM

##### Herausgeber

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

##### Fotos

Jürgen Häffner, Stadt Heilbronn, Peter Wieler,  
Jannik Schramm, Fotoatelier M/Terzo Algeri, Maya Baum,  
Sebastian Donath, Christoph Düpper, freiraum photos/Ulla  
Kühnle, Jana Kay, TEAL/Florian Kunde, Nasse-Design

##### Auflage

05|2025



