

B E R I C H T
über den
JAHRESABSCHLUSS
zum 31. Dezember 2012
Stadt Schwäbisch Hall
Eigenbetrieb Touristik und Marketing
Am Markt 9
74523 Schwäbisch Hall

HANK  **und PARTNER**

Wirtschaftsprüfer | Steuerberater | Rechtsbeistand

Hagenbacher Ring 127
74523 Schwäbisch Hall
Tel.: 0791/95031-0
Fax: 0791/95031-11

Bilanz zum 31. Dezember 2012

	31.12.2012	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2011
	EUR	EUR	EUR	EUR
AKTIVA				PASSIVA
A. Anlagevermögen				
I. Sachanlagen				
1. Technische Anlagen und Maschinen	11.216,00			300.000,00
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	130.435,00			9.147.311,80
Summe Sachanlagen				-8.658.642,37
Summe Anlagevermögen	141.651,00			-171.268,00
II. Umlaufvermögen				617.400,83
I. Vorräte				
1. Fertige Erzeugnisse und Waren	48.452,89			30.834,00
Summe Vorräte				30.834,00
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	80.767,95			92.963,74
2. Forderungen gegen Gesellschafter	15.302,50			86.584,02
3. Sonstige Vermögensgegenstände	13.618,49			349.072,34
Summe Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				528.620,10
III. Schecks, Kassenbestand, Bundesbank- und Postguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten				
Summe Umlaufvermögen	109.688,94			34.315,00
C. Aktive Rechnungsabgrenzung				
Summe AKTIVA	2.343,19	2.075,93	2.075,93	14.072,00
	<u>1.195.032,18</u>	<u>1.211.169,93</u>	<u>1.211.169,93</u>	<u>1.195.032,18</u>
				<u>1.211.169,93</u>
B. Anlagevermögen				
I. Gezeichnetes Kapital				300.000,00
II. Kapitalrücklage				10.047.311,80
III. Gewinnvortrag / Verlustvortrag				-8.829.910,97
IV. Jahresfehlbetrag				-916.584,62
Summe Eigenkapital	141.651,00			600.816,21
B. Rückstellungen				
1. Sonstige Rückstellungen	141.651,00			29.008,00
Summe Rückstellungen				29.008,00
C. Verbindlichkeiten				
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	48.452,89			93.971,46
2. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern				113.817,44
3. Sonstige Verbindlichkeiten				343.347,07
Summe Verbindlichkeiten				551.135,97
D. Passive Rechnungsabgrenzung				
Summe PASSIVA	<u>1.195.032,18</u>	<u>1.211.169,93</u>	<u>1.211.169,93</u>	<u>1.195.032,18</u>

**Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit
 vom 01. Januar 2012 bis 31. Dezember 2012**

	<u>2012</u> <u>EUR</u>	<u>2012</u> <u>EUR</u>	<u>2011</u> <u>EUR</u>
1. Umsatzerlöse	1.083.096,41		1.169.215,84
2. Sonstige betriebliche Erträge	16.453,86		870.438,64
Summe betriebliche Erträge		1.099.550,27	2.039.654,48
3. Materialaufwand			
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	-330.313,91		-378.929,97
b) Aufwendungen für bezo- gene Leistungen	-309.408,80		-377.989,27
Summe Materialaufwand		-639.722,71	-756.919,24
ROHERGEBNIS		459.827,56	1.282.735,24
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	-570.029,41		-546.395,55
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Alters- versorgung und für Unter- stützung	-157.221,53		-156.422,35
Summe Personalaufwand		-727.250,94	-702.817,90
5. Abschreibungen			
a) auf immaterielle Vermö- gensgegenstände des An- lagevermögens und Sachanlagen sowie auf aktivierte Aufwendungen für die Ingangsetzung und Erweiterung des Ge- schäftsbetriebs	-37.074,71		-30.371,05
Summe Abschreibungen		-37.074,71	-30.371,05
6. Sonstige betriebliche Auf- wendungen		-617.242,01	-731.783,28
Summe betriebliche Aufwen- dungen (außer Materialauf- wand)		-1.381.567,66	-1.464.972,23
Zwischensumme		-921.740,10	-182.236,99
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		4.729,25	10.485,65
8. Zinsen und ähnliche Aufwen- dungen		-53,85	-65,95
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		-917.064,70	-171.817,29
10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		480,08	549,29
11. Jahresfehlbetrag		-916.584,62	-171.268,00

Lagebericht 2012

Die Hauptaufgabe der TM liegt in der Vermarktung der Stadt. Die Aktivitäten der TM sind zum einen darauf fokussiert, Schwäbisch Hall regional, überregional und international noch bekannter zu machen, die Innenstadt in ihrer Attraktivität zu stärken, Stadtfeste und weitere Veranstaltungen zu organisieren und durchzuführen sowie die Höhepunkte im Geschehen der Stadt zu kommunizieren und zu bewerben. Zum anderen ist die TM mit ihrer Tourist Information erste Anlauf- und Kontaktstelle für Einheimische und Gäste. Sie bietet individuelle und pauschale Programme und Dienstleistungen an, die den Aufenthalt in der Stadt zu einem besonderen Erlebnis machen.

Die Abteilung **Touristik** kann auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken. Die Zahl der Übernachtungen stieg im Vergleich zum Vorjahr um 8,9 Prozent auf 214.761. Erwähnenswert ist auch die Steigerung der Übernachtungszahlen bei den Auslandsgästen um 16,6 Prozent. Durch zahlreiche Angebote wie bspw. „Schwäbisch Hall is(s)t gut“ - ein kulinarischer Streifzug durch Schwäbisch Hall oder die Weihnachtspauschale zur Haller Weihnacht konnten bei den Pauschal- und Gruppenreisen 4.339 Gäste (+11 Prozent) nach Schwäbisch Hall gelockt werden und ein Umsatz von 343.967,82 € (- 3,8 Prozent) erzielt werden. Beim Umsatz machen sich die zunehmenden Tagestouristen bemerkbar.

Besonders erwähnenswert sind in diesem Jahr 1.895 vermittelte Stadtführungen und einem Zuwachs von 38 Prozent. Vor allem die thematischen und kostümierten Stadtführungen spielen eine zusehends größere Rolle. Führungen wie „Eine Siedersmagd plaudert aus dem Nähkästchen“ oder „Kleine Morde unter Hallern“ wurden sehr gut angenommen. Die zunehmende Bekanntheit des Weihnachtsmarktes auf dem Marktplatz und den damit angebotenen Nachtwächterführungen hat ebenfalls zu diesem guten Ergebnis beigetragen.

Für das Jahr 2013 hat sich die TM eine ganz besondere Stadtführung „Mit dem Sieder durch die Stadt“ ausgedacht. Ein echter Salzsieder führt in historischer Siederstracht durch die Stadt. Höhepunkt ist ein Besuch in dem ansonsten nicht öffentlich zugänglichen Haalamt. Im Kartenkontor konnte mit 71.387 verkauften Karten und einem Umsatz von 1.706.373,69 € das Ergebnis vom Vorjahr wieder um 10,6 Prozent gesteigert werden und an den Top-Zahlen von 2010 angeknüpft werden. Positiv bemerkbar macht sich hier die Möglichkeit, direkt über das Internet online Platz genau Freilichtspielkarten zu buchen und auszudrucken. Aufgrund der Deckelung der Provision der Freilichtspiele konnten jedoch trotz des guten Verkaufs keine Mehreinnahmen generiert werden bzw. die gestiegenen Personal- und Sachkosten schlugen sich im Gesamtergebnis negativ nieder.

Durch eine verbesserte Warenpräsentation konnten die Verkaufszahlen der Souvenirs um 48,9 Prozent gesteigert werden und Mehreinnahmen in Höhe von 10.673 € generiert werden. Die Kooperationen mit Hohenlohe und Schwäbisch Hall Tourismus, der Arbeitsgemeinschaft Burgenstraße und der Regio Stuttgart e.V. machen sich positiv im Sinne einer überregionalen Tourismus- und Imagewerbung bemerkbar.

Die organisierten grossen Stadtfeste „Kuchen- und Brunnenfest“, „Jakobimarkt“, „Sommerachtsfest“ und „Freundschaftstag“ hatten durch günstige Witterungsbedingungen alle regen Zulauf.

Die Aktivitäten des **Stadtmarketing** fokussieren sich auf eine Steigerung der Innenstadtraktivität und die Vermarktung von Schwäbisch Hall als Handelsstandort.

Neben der Geschäftsbesorgung für den Verein „Schwäbisch Hall aktiv“ wurden die verkaufsoffenen Sonntage wie Haller Frühling, Haller Herbst, die „Shopping Night“, und die Haller Weihnacht organisiert. Eines der größten Projekte im Jahr 2012 war die Grillmeisterschaft. Beginnend mit einer Stadtgrillmeisterschaft auf dem Gelände der Löwenbrauerei Schwäbisch

Hall fand zwei Wochen später die Internationale Deutsche Grillmeisterschaft in Schwäbisch Hall statt. Die Veranstaltung wurde das erste Mal in der Stadt ausgetragen und von der TM in Kooperation mit der German Barbecue Association (GBA) und der Metzgerinnung Schwäbisch Hall organisiert. Ca. 40 Teams traten in verschiedenen Kategorien gegeneinander an und bewiesen, dass grillen nicht nur brutzeln ist, sondern hohe Kunst sein kann. Tausende Besucherinnen und Besucher aus ganz Deutschland wurden nach Schwäbisch Hall gelockt und sprechen noch heute von dem gelungenen Event.

Ein weiteres Highlight war der zweite Weihnachtsmarkt auf dem Marktplatz in Schwäbisch Hall. Vom 29.11. - 22.12.2012 wurde der Marktplatz zum Treffpunkt der Bürgerinnen und Bürger, aber auch für Gäste aus nah und fern. 30 Anbieterinnen und Anbieter boten ihre Waren feil. Der Markt wurde in diesem Jahr sehr gut besucht. In den kommenden Jahren ist eine sukzessive Ausweitung des Marktes geplant.

Ziel ist es, die kommenden Jahre zu nutzen, um weitere gemeinsame Aktionen und Werbemaßnahmen umzusetzen und das gewachsene Zusammengehörigkeitsgefühl unter den Gewerbetreibenden zu festigen sowie den Kundenzulauf zu binden und nachhaltig zu steigern. Hierzu haben sich aktive Händlerinnen und Händler sowie Gastronomen und Hotels zu einem neuen Vermarktungskonzept bekannt, das die TM entwickelt hat. Für einen finanziellen Beitrag zwischen 1 bis 5 Euro pro Tag können die Gewerbetreibenden bei der Planung aktiv mitbestimmen und von den Vorteilen profitieren. Mit der Unterstützung von 44 Betrieben konnten so zusätzliche gemeinsame Aktionen wie die Rabatt-Tage, Anzeigen im Mini-Markt oder ein Postkartenheft zu Weihnachten umgesetzt werden. Mit individuell zugeschnittenen Vorzügen für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer konnte das Vertrauen und Zusammengehörigkeitsgefühl weiter ausgebaut werden, so dass im nächsten Jahr mit einer Steigerung der Teilnehmerzahl zu rechnen ist. Mit einem geringen Kostenaufwand und einem gezielten Einsatz von Marketingmaßnahmen kann es so gelingen, Schwäbisch Hall als Einkaufsstadt zu positionieren.

Die Vermietung der Veranstaltungsräume Neubau und Hospitalkirche bewegte sich auf dem Niveau des Vorjahres. Beide Räumlichkeiten waren an ca. 100 Tagen vermietet. Die Personalkosten konnten seit der Auflösung der Dienstleistungsvereinbarung mit der GWG und der Übernahme des Hausmeisters sowie durch energieeffiziente Maßnahmen um 40.000 € gesenkt werden. Trotz dieser Einsparungen und der zufriedenstellenden Belegung entstand, bedingt durch hohe Betriebs- und Instandhaltungskosten, eine Unterdeckung in Höhe von 90.000 €. Dieses Defizit soll durch eine Anpassung der Gebühren und Nebenkosten im kommenden Jahr reduziert werden.

Schwäbisch Hall als Marke hat die Hochschule Heilbronn, Campus Künzelsau unter die Lupe genommen. Die Studie soll in den Leitbildprozess integriert werden, das im Jahr 2013 erarbeitet wird. Ergebnisziel ist die Schaffung und Umsetzung einer Marke Schwäbisch Hall.

Janine Leonberger
(Betriebsleiterin)