

Testat

des Jahresabschlusses

zum 31. Dezember 2019

und

des Lageberichts

für das Geschäftsjahr

2019

der

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

Halle (Saale)

Ausfertigung 1/1

Henschke und Partner mbB
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

Töpferplan 1
06108 Halle (Saale)

Inhaltsverzeichnis

Bilanz zum 31. Dezember 2019

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 01.01.2019 bis 31.12.2019

Anhang

Lagebericht

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

HANDELSBILANZ

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH
Halle (Saale)

zum

31. Dezember 2019

AKTIVA

PASSIVA

	Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro		Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro
A. Anlagevermögen				A. Eigenkapital			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				I. Gezeichnetes Kapital		25.000,00	25.000,00
1. geleistete Anzahlungen		0,00	0,00	II. Gewinnvortrag		76.446,53	112.160,15
II. Sachanlagen				III. Jahresüberschuss		57.780,21	35.713,62-
1. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		34.479,00	33.789,00	B. Rückstellungen			
III. Finanzanlagen				1. sonstige Rückstellungen		50.856,00	62.674,26
1. Genossenschaftsanteile		250,00	250,00	C. Verbindlichkeiten			
B. Umlaufvermögen				1. erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	0,00		106.261,45
I. Vorräte				- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr Euro 0,00 (Euro 106.261,45)			
1. fertige Erzeugnisse und Waren		21.378,98	21.677,11	2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	230.578,70		112.660,19
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr Euro 230.578,70 (Euro 112.660,19)			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	129.785,83		106.421,45	3. sonstige Verbindlichkeiten	<u>39.371,27</u>	269.949,97	146.059,47
2. sonstige Vermögensgegenstände	<u>72.898,06</u>	202.683,89	14.044,20	- davon aus Steuern Euro 28.857,96 (Euro 35.480,03)			
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks		213.607,23	344.887,79	- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit Euro 3.138,30 (Euro 2.390,18)			
Übertrag		472.399,10	521.069,55	Übertrag		480.032,71	529.101,90

HANDELSBILANZ

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH Halle (Saale)

zum

31. Dezember 2019

AKTIVA

PASSIVA

	Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro		Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro
Übertrag		472.399,10	521.069,55	Übertrag		480.032,71	529.101,90
C. Rechnungsabgrenzungsposten		7.633,61	8.032,35	- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr Euro 39.371,27 (Euro 146.059,47)			
		<u>480.032,71</u>	<u>529.101,90</u>			<u>480.032,71</u>	<u>529.101,90</u>
		<u><u>480.032,71</u></u>	<u><u>529.101,90</u></u>			<u><u>480.032,71</u></u>	<u><u>529.101,90</u></u>

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG vom 01.01.2019 bis 31.12.2019

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH
Halle (Saale)

	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro
1. Umsatzerlöse	<u>1.390.370,77</u>	<u>832.309,72</u>
2. Gesamtleistung	1.390.370,77	832.309,72
3. sonstige betriebliche Erträge		
a) Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	3.228,71	633,60
b) übrige sonstige betriebliche Erträge	<u>1.578.385,32</u>	<u>1.305.993,41</u>
	1.581.614,03	1.306.627,01
4. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	87.985,06	81.989,98
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>358.544,55</u>	<u>196.915,99</u>
	446.529,61	278.905,97
5. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	907.794,08	738.691,54
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	<u>204.220,41</u>	<u>163.278,09</u>
	1.112.014,49	901.969,63
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	25.563,23	14.954,71
7. sonstige betriebliche Aufwendungen		
a) Raumkosten	83.338,58	82.439,44
b) Versicherungen, Beiträge und Abgaben	9.376,61	10.542,10
c) Reparaturen und Instandhaltungen	15.746,81	919,48
d) Fahrzeugkosten	10.905,25	19.077,23
e) Werbe- und Reisekosten	1.070.933,65	694.402,65
f) Kosten der Warenabgabe	58,40	57,12
g) verschiedene betriebliche Kosten	137.711,37	164.745,61
h) Verluste aus Wertminderungen oder aus dem Abgang von Gegenständen des Umlaufvermögens und Einstellungen in die Wertberichtigung zu Forderungen	99,00	121,00
i) übrige sonstige betriebliche Aufwendungen	<u>1.101,45</u>	<u>5.890,16</u>
	1.329.271,12	978.194,79
8. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	7,70	7,74
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen - davon Zinsaufwendungen aus der Abzinsung von Rückstellungen Euro 144,74 (Euro 228,69)	144,74	228,69
10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	<u>0,46-</u>	<u>0,00</u>
11. Ergebnis nach Steuern	58.469,77	35.309,32-
12. sonstige Steuern	689,56	404,30
13. Jahresüberschuss	<u>57.780,21</u>	<u>35.713,62-</u>

Anhang

Die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH mit Sitz in Halle (Saale) ist beim Amtsgericht Stendal unter HRB 214694 eingetragen.

Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2019 ist nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) und des GmbH-Gesetzes (GmbHG) aufgestellt. Gemäß KVG-LSA sind die Vorschriften für große Kapitalgesellschaften zu beachten.

1. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Bilanzierung und die Bewertung erfolgten nach den Bestimmungen der §§ 246 bis 256 HGB sowie § 42 GmbHG.

Das Anlagevermögen ist mit den Anschaffungs- oder Herstellungskosten unter Berücksichtigung von Anschaffungskostenminderungen und unter Abzug von objektbezogen gewährten Zuschüssen angesetzt. Die planmäßigen Abschreibungen sind nach der linearen Abschreibungsmethode errechnet. Die Zugänge des Geschäftsjahres sind zeitanteilig abgeschrieben worden.

Geringwertige Wirtschaftsgüter des Anlagevermögens mit Anschaffungskosten netto unter Euro 800,00 werden im Jahr des Zugangs in voller Höhe abgeschrieben und als Abgang verbucht.

Die Finanzanlagen (Genossenschaftsanteile) wurden zu Anschaffungskosten bilanziert.

Das Vorratsvermögen (Warenbestand) ist zu Anschaffungskosten unter Berücksichtigung des strengen Niederstwertprinzips angesetzt.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und die sonstigen Vermögensgegenstände sind zu Nennwerten abzüglich Pauschalwertberichtigungen bewertet.

Die Kassenbestände, die Bankguthaben und der aktive Rechnungsabgrenzungsposten sind zu Nominalwerten ausgewiesen.

Das gezeichnete Kapital ist mit dem Nennbetrag bilanziert. Es entspricht der Festsetzung im Gesellschaftsvertrag sowie der Eintragung im Handelsregister.

Rückstellungen sind nach Maßgabe des § 249 HGB gebildet und in Höhe des voraussichtlichen Erfüllungsbetrages nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung dotiert.

Die Verbindlichkeiten sind mit den Erfüllungsbeträgen angesetzt.

2. Erläuterungen zu den Posten der Bilanz(1) Anlagevermögen

Der Bestand und die Entwicklung der Posten des Anlagevermögens sind im Anlagespiegel (Anlage 1.2 a) dargestellt. Die Abschreibungen des Geschäftsjahres sind dort ebenfalls vermerkt. Die Gesellschaft hat in 2019 von dem Wahlrecht der R 6.5 EStR Gebrauch gemacht und den im Vorjahr von der Stadt Halle (Saale) erhaltenen Zuschuss von EUR 100.000,00 von den Anschaffungskosten für die Tagungssoftware von insgesamt EUR 100.000,00 abgesetzt.

(2) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Vermögensgegenstände

Von den Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände im Gesamtbetrag von EUR 202.683,89 (Vj. EUR 120.465,65) sind EUR 195.076,49 (Vj. EUR 112.858,25) innerhalb eines Jahres fällig. Geleistete Mietkautionen in Höhe von EUR 7.607,40 (Vj. EUR 7.607,40) haben eine Laufzeit von mehr als einem Jahr. Forderungen aus Steuern bestehen in Höhe von EUR 18.678,79 (Vj. EUR 2.185,00).

(3) Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten enthält für 2020 bezahlte Werbe- und Messekosten, Versicherungsbeiträge und Kfz-Steuern.

(4) Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt EUR 25.000,00; es ist in voller Höhe eingezahlt.

(5) Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen enthalten im Wesentlichen EUR 4.660,00 Verpflichtungen für ausstehenden Urlaub, EUR 17.800,00 für weitere Personalverpflichtungen, EUR 15.367,00 Rückstellungen für ausstehende Rechnungen sowie EUR 13.029,00 Verpflichtungen für die Aufbewahrung von Geschäftsunterlagen.

Die Rückstellung für die Aufbewahrung von Geschäftsunterlagen wurde nach § 277 Abs. 5 Satz 1 HGB in Verbindung mit § 253 Abs. 2 HGB abgezinst.

(6) Verbindlichkeiten

Zusammensetzung:

	31.12.2019 EUR	31.12.2018 EUR
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	0,00	106.261,45
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr	(0,00)	(106.261,45)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	230.578,70	112.660,19
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr	(230.578,70)	(112.660,19)
Sonstige Verbindlichkeiten	39.371,27	146.059,47
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr	(39.371,27)	(146.059,47)
- davon aus Steuern	(28.857,96)	(35.480,03)
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	(3.138,30)	(2.390,18)
	269.949,97	364.981,11

(7) Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Büromietvertrag Marktplatz 13 (Marktschlösschen), Halle (Saale)

Zum Bilanzstichtag bestanden Mietverpflichtungen aus Nutzungsverträgen über das Erdgeschoss (Bruttofläche 59,82 qm), über Teilflächen des 1. Obergeschosses (Bruttofläche 220,14 qm) sowie das 2. Obergeschoss (Bruttofläche 242,45 qm) auf dem Grundstück „Marktplatz 13 / Marktschlösschen“ zum Zwecke des Betriebes der Tourist-Information und eines Büros.

Die Verträge haben am 01.11.2006 begonnen und sind für die Zeit bis zum 01.11.2016 fest abgeschlossen. Das Mietverhältnis verlängert sich jeweils um ein Jahr, falls es nicht spätestens sechs Monate vor Ablauf der Mietzeit gekündigt wird. Der Vermieter hat ab dem 01.09.2013 die laufende monatliche Miete unter Bezugnahme auf den Verbraucherpreisindex 2000 um 8% angehoben.

Weitere Mietverträge für gewerbliche Räume

Ab dem 01.03.2014 nutzt die Gesellschaft Lagerflächen (Hallenfläche 264 qm, Freifläche 104 qm) in der Schmiedstraße 17. Der Mietvertrag wurde für die Zeit bis zum 01.03.2015 fest abgeschlossen. Das Mietverhältnis verlängert sich jeweils um ein Jahr, falls es nicht spätestens sechs Monate vor Ablauf der Mietzeit gekündigt wird.

Leasingverträge Geschäftsfahrzeuge

Es besteht ein Leasingvertrag mit der Volkswagen Leasing GmbH, Braunschweig, über einen Pkw mit einer Laufzeit von 48 Monaten. Die monatliche Netto-Leasingrate beträgt EUR 494,93.

Weitere Mietverträge

Darüber hinaus hat die Gesellschaft weitere wesentliche Mietverträge über eine Laufzeit von jeweils 36 Monaten mit folgenden Firmen abgeschlossen:

– MMV Leasing	PC's und Monitore
– Ingenieurbüro Hoffmann GmbH	PC's und Monitore
– HL komm Telekommunikations GmbH	Telefonanlage
– TA Triumph-Adler Deutschland GmbH	Fax und Kopiergeräte
– Grenkeleasing AG	Computerkassensystem.

Die Mietverträge werden an die aktuellen Anforderungen und Bedürfnisse der Gesellschaft angepasst. Im Geschäftsjahr 2019 wurden TEUR 21,8 an Nettomiete bezahlt.

3. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Umsatzerlöse und Sonstige betriebliche Erträge

Im Geschäftsjahr hat die Gesellschaft einen institutionellen Zuschuss des Gesellschafters (TEUR 1.511,3 der Stadt Halle (Saale)) zur Finanzierung des Geschäftsbetriebs erhalten.

Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten darüber hinaus mit TEUR 10,0 Erträge auf der Grundlage eines Kooperationsvertrages mit der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg für die teilweise Übernahme von Aufgaben des bisher von ihr betriebenen Uni-Shops mit Info-Punkt, mit TEUR 13,1 Erstattungen der Krankenkassen sowie mit TEUR 3,2 Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen.

Zinsen und ähnliche Aufwendungen

Die Zinsen und ähnlichen Aufwendungen beinhalten Zinsaufwendungen aus der Abzinsung von Rückstellungen in Höhe von EUR 144,74.

4. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Bilanzstichtag haben sich nicht ergeben.

5. Sonstige Angaben

(1) Mitarbeiter

Zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2019 (in Klammern: 31. Dezember 2018) wurden beschäftigt:

Geschäftsführer	1 (1)
Angestellte	23 (20)
geringfügig Beschäftigte	9 (7)
Auszubildende	1 (0)

Im Jahresdurchschnitt 2019 betrug die Gesamtbeschäftigtenzahl 33,5 Mitarbeiter.

(2) Geschäftsführung

Zum Geschäftsführer war berufen:

Herr Mark Lange, Halle (Saale) ab 1. Januar 2019.

Die Angabe der Geschäftsführerbezüge wurde zulässigerweise gemäß § 286 Abs. 4 HGB unterlassen.

(3) Gewinnverwendungsvorschlag

Die Geschäftsführung schlägt vor, den Jahresüberschuss in Höhe von EUR 57.780,21 auf neue Rechnung vorzutragen.

Halle (Saale), den 09. März 2020

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH, Halle (Saale)

Mark Lange
Geschäftsführer

Anlagenspiegel

	Anschaffungs- und Herstellungskosten				Abschreibungen			Buchwerte		
	Stand	Zugänge	Abgänge	Stand	Stand	Zugänge	Abgänge	Stand	Stand	Stand
	01.01.2019 EUR	EUR	EUR	31.12.2019 EUR	01.01.2019 EUR	EUR	EUR	31.12.2019 EUR	31.12.2019 EUR	31.12.2018 EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände										
Anzahlungen immaterielle VermG	0,00	100.000,00	100.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Sachanlagen										
Betriebs- und Geschäftsausstattung										
- Betriebsausstattung	20.318,13	0,00	0,00	20.318,13	12.617,13	3.335,00	0,00	15.952,13	4.366,00	7.701,00
- Sonstige Betriebsausstattung	28.012,36	0,00	0,00	28.012,36	27.816,36	50,00	0,00	27.866,36	146,00	196,00
- Geschäftsausstattung Marktschlösschen	43.609,78	7.058,78	0,00	50.668,56	32.656,78	3.388,78	0,00	36.045,56	14.623,00	10.953,00
- Geschäftsausstattung Fährstraße	5.000,00	0,00	0,00	5.000,00	4.999,00	0,00	0,00	4.999,00	1,00	1,00
- Büroeinrichtungen	6.833,62	831,09	0,00	7.664,71	2.717,62	1.299,09	0,00	4.016,71	3.648,00	4.116,00
- Büroeinrichtungen Standortmarketing	11.044,50	5.257,58	0,00	16.302,08	223,50	4.384,58	0,00	4.608,08	11.694,00	10.821,00
- Sachanlagen vom Saale-Tourist e.V.	1.055,00	0,00	0,00	1.055,00	1.054,00	0,00	0,00	1.054,00	1,00	1,00
- Geringwertige Wirtschaftsgüter	0,00	3.525,30	3.525,30	0,00	0,00	3.525,30	3.525,30	0,00	0,00	0,00
- Geringwertige Wirtschaftsgüter Standortm.	0,00	9.580,48	9.580,48	0,00	0,00	9.580,48	9.580,48	0,00	0,00	0,00
Summe Sachanlagen	115.873,39	26.253,23	13.105,78	129.020,84	82.084,39	25.563,23	13.105,78	94.541,84	34.479,00	33.789,00
III. Finanzanlagen										
Beteiligungen	250,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00	250,00
Summe Anlagevermögen	<u>116.123,39</u>	<u>126.253,23</u>	<u>113.105,78</u>	<u>129.270,84</u>	<u>82.084,39</u>	<u>25.563,23</u>	<u>13.105,78</u>	<u>94.541,84</u>	<u>34.729,00</u>	<u>34.039,00</u>

Lagebericht

LAGEBERICHT 2019 der Stadtmarketing Halle GmbH

I. Grundlagen des Unternehmens

a. Geschäftsmodell

Die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH (SMG) wurde am 25.06.2003 gegründet, um die Stadt Halle zur Marke zu entwickeln, einen Markenkern herauszuarbeiten und nach innen und außen zu kommunizieren.* Unternehmenseleitbild der SMG ist die „Konzeptionierung, Positionierung und Vermarktung eines unverwechselbaren Profils der Stadt Halle im nationalen und internationalen Rahmen“ (Gesellschaftervertrag). Dazu zählen die Erarbeitung von touristischen Pauschalen, Projekten und Themenfeldern mit Potenzial für die Stadt, die Entwicklung von Leitbildern, die Koordinierung öffentlichkeitswirksamer Aktionen sowie die Schärfung der Innen- und Außenwahrnehmung auf der Grundlage eines ganzheitlichen, kooperativen Ansatzes. Die SMG bedient sich dazu der Instrumente des Destinations-, City-, Event- und Kongressmanagements sowie des Marketings und der Public Relations.

Die SMG ist eine städtische Beteiligungsgesellschaft mit der Stadt Halle (Saale) als Mehrheitsgesellschafterin (55 %) sowie 45 % Gesellschafteranteilen privater Interessenvereinigungen bzw. der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU & 5 %). Die Vereine bündeln die Interessen der Wirtschaft [Pro Halle (Saale) e.V. mit 25 %], des Tourismus [Förderverein Region Halle (Saale) e.V. mit 10 %] sowie des Handels [City-Gemeinschaft Halle (Saale) e.V. mit 5 %] im Sinne des Stadtmarketing.

b. Zweigniederlassungsbericht

Zweigniederlassungen bestehen aktuell nicht.

II. Wirtschaftsbericht

a. Gesamtwirtschaftliche branchenbezogene Rahmenbedingungen

Die Aufgabenstellungen der SMG vollziehen sich seit ihrer Gründung vor 15 Jahren unter gleichbleibenden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Insgesamt erfreut sich der Inlands- und Landestourismus einer steigenden Akzeptanz der deutschen Bevölkerung. Die positive Entwicklung der Stadt Halle mit den dadurch gewinnenden Imagegewinn unterstützen dabei die Rahmenbedingungen der Gesellschaft. Wenig kalkulierbare Rahmenbedingungen wie die Entwicklung des stationären Handels durch das Online-Shopping, die große Konkurrenz der Städtedestinationen und auch die rückläufigen Einnahmen für Zimmervermittlung und Stadtführungen infolge elektronischer Buchungsportale, des grauen Beherbergungsmarktes behindern hingegen die Entwicklung der Gesellschaft.

b. Geschäftsverlauf

Das Geschäftsjahr 2019 der SMG konnte bei den touristischen Ankünften und Übernachtungen als wichtigstes Messinstrument, wie sie die Beherbergungsstatistik des Statistischen Landesamts Sachsen-Anhalt widerspiegelt, erfolgreich abgeschlossen werden.

	2019	2018	Veränderung in %
Ankünfte	251.227	254.159	-1,2
davon Inland	229.830	228.920	0,4
davon Ausland	21.397	25.239	-15,2
Übernachtungen	456.739	429.592	6,3
davon Inland	410.265	384.702	6,6
davon Ausland	46.474	44.890	2,2
Aufenthaltsdauer	1,8 Tage	1,7 Tage	+0,1 Tage

Die Ankünfte fielen in Halle auf einen Stand von 251.227, d. h. -1,2 % weniger gegenüber dem Vorjahr. Bei den Übernachtungen (456.739) konnte Halle einen neuen Rekord erreichen, was einer Steigerung von 6,3 % ent-

Anlage 4 Lagebericht 2019

STADTMARKETING



spricht. Die Auslastung der Beherbergungsbetriebe insgesamt belief sich 2019 auf rund 42,6 %. Damit wird belegt, dass mit zunehmendem Angebot (Betten/Schlafgelegenheiten +592) auch die Auslastung in den Betrieben positiv korreliert.

Tourismusentwicklung (Übernachtungen) 2008 bis 2019

	2008	2019	Veränderung in %
Übernachtungen (Anzahl)	285.812	456.739	+59,8

Businessreisende in Halle

Der Bereich Tagungen und Kongresse richtet sich seit 2019 neu aus, mit Schaffung einer neuen Abteilung. Mit der neu entwickelten Kommunikationskampagne "Besser Tagen" wird nun der Tagungs- und Kongressstandort Halle professionell vermarktet. Das Geschäftsjahr 2019 war ferner geprägt von der Akquisition und Betreuung neuer Reiseveranstalter – inklusive des Tags der Bustouristik 2019, von Tagungen und Kongressen sowie von der Betreuung von Reisejournalisten und Reiseveranstaltern.

Tourismus allgemein

Im Aktiv-, Natur- und Wassertourismus unterstützte die SMG die Stadt Halle (Saale) aktiv innerhalb der Europäischen Metropolregion Mitteldeutschland und vor Ort in der Umsetzung von Teilzielen des tourismuswirtschaftlichen Gesamtkonzepts für die Gewässerlandschaft Mitteldeutschland. Eine der Handlungsempfehlungen zur Schaffung einer zukunftsweisenden tourismuswirtschaftlichen Infrastruktur für Halle und die Region war die Bündelung der Akteure für den Erhalt der Saale als Bundeswasserstraße sowie der aktiv-, natur- und wassertouristischen Bedeutung der Saale als Naherholungsgebiet für Kanuten, Ruderer, Motorboote, Wassertaxis, Spaziergänger, Jogger, Radler, Schwimmer und Fahrgastschiffe.

Erlöse Gruppentouristik

	2019	2018	Veränderung in %
Erlöse Gruppentouristik u. Stadtführungen	490.756,44 €	297.249,03 €	65,1

Die Erlöse Gruppentouristik wurden gegenüber 2018 gesteigert. Ziel ist es, durch weitere neue Produkte diesen Bereich weiter zu steigern z.B. durch den Einsatz des Doppel-Deckerbusses im Jahr 2020.

Kosten Gruppentouristik

	2019	2018	Veränderung in %
Nichtselbständige Gästeführer	70.084,82 €	48.888,86 €	43,4
Gruppentouristik / Gästeführung	358.544,55 €	195.788,49 €	83,1

2019 betragen die Kosten für Stadtführungen 428.629,37 € (2018: 244.677,35 €). Die Kostenerhöhung im Jahr 2019 ist insbesondere auf den Einsatz der Hallunken-Schunkel zurück zu führen sowie auf die Erhöhung der Honorare bei den nichtselbständigen Gästeführern.

Das Ergebnis in diesem Bereich stieg dadurch 2019 auf 62.127,07 € (2018: 52.571,68 €). Zu beachten ist, dass die Provisionserlöse der Hallunken-Schunkel in Höhe von 15.734,76 € in dieser Summe nicht inkludiert sind.

Die kontinuierliche Prüfung der gruppentouristischen Angebote auf deren Wirtschaftlichkeit und die Auswertung der Kundennachfragen und Buchungen beeinflusst künftig das breit gefächerte Angebotsspektrum der SMG.

Anlage 4 Lagebericht 2019

STADTMARKETING



Auswertung touristischer Führungen

	2019	2018	Veränderung in %
Führungen (Anzahl)	2.973	2.886	3,0
Gäste (Anzahl)	35.797	34.780	2,9

Im Jahr 2019 organisierte die SMG 2.973 Führungen mit 35.797 Gästen gegenüber 2.886 Führungen mit 34.780 Gästen im Jahr 2018. Die Anzahl der Gäste ist folglich gestiegen. Zusätzlich stiegen 16.927 Gäste im Jahr 2019 die Hallunken-Schunkel. Im Jahr 2019 wird die Hallunken-Schunkel durch einen Doppeldecker-Bus (Hop-on-hop-off) ersetzt.

Branchentreffs & Messen

	2019	2018	Veränderung in %
Kosten Messeauftritte	31.388,39 €	52.393,13 €	-40,1

Die Kosten für Messeauftritte, davon diverse Auslandsmessen, beliefen sich 2019 auf 31.388,39€ (2018: 52.393,13 €).

Die SMG war 2019 auf Messen wie der ITB (Internationale Tourismusborse) in Berlin, der Group Travel Expo in Köln, dem BTB Workshop in Erding, dem German Travel Mart (GTM) in Wiesbaden sowie der Leipziger Buchmesse. Das Jahr 2019 begann mit einer Großveranstaltung in Halle, dem Tag der Bustouristik. Für diesen Branchentreff mussten etliche Gelder schon in 2018 fließen, die somit das Budget in 2019 schonten.

Ausblick Messen 2020

Die Plankosten für Messen (einschließlich Messen in Halle für regionale Produktvermarktung) werden 2020 mit 45.000 € geplant (2019 mit 60.000 €). Der Rückgang von 25 % ergibt sich durch die kalkulierte kostenintensive Großveranstaltung Tag der Bustouristik (Branchentreff der Busunternehmen) in 2019, die in 2020 nicht in Halle stattfindet. Jede Messeteilnahme wird zudem auf ihre Nachhaltig- und Sinnhaftigkeit geprüft.

Provisionserlöse: Zimmervermittlung & Ticketing

	2019	2018	Veränderung in %
Provisionserlöse	55.546,20 €	27.018,51 €	105,6

Provisionserlöse werden durch die Posten Kartenvorverkauf und Zimmervermittlung erzielt.

Übersicht Tagungen und Kongresse 2019

- Tag der Bustouristik- 200 Zimmer
- Senioren Hallenmeisterschaft – 300 Zimmer
- CAM-Workshop – 100 Zimmer
- Optical materials and technologies – 70 Zimmer
- EBSD-Workshop – 110 Zimmer
- VDL-Tagung – 140 Zimmer
- Jugend musiziert – 600 Zimmer
- Deutsch-Französische Gesellschaft – 180 Zimmer
- FOT-Kongress – 150 Zimmer
- Sparkassen-Marathon – 1.000 Zimmer
- Deutsche Sektion der Internationalen Juristen-Kommission e.V. – 100 Zimmer
- LWL-Archivamt für Westfalen – 120 Zimmer
- Fraunhofer Institut – 80 Zimmer

Anlage 4 Lagebericht 2019

STADTMARKETING



Provisionserlöse erzielt die SMG vorrangig durch Zimmervermittlung, wobei die meisten Zimmer online gebucht werden. Der Planansatz 2019 mit 27.000,00 € konnte somit erfüllt werden.

Im Jahr 2020 liegen derzeit Aufträge von folgenden größeren Tagungen vor:

- MLU-Sprechwissenschaften 50 Zimmer
- IT-Planungsrat – 450 Zimmer
- Bundeskonferenz für Integration – 300 Zimmer
- Tagung Genealogie – 100 Zimmer
- DAAD-Stipendiatentreffen – 300 Zimmer
- Deutsche Meisterschaft Speedskating – 300 Zimmer
- Verband Deutscher Zoodirektoren – 150 Zimmer
- MLU Fachtagung Inklusion – 180 Zimmer
- MLU, Landesbibliothek – 220 Zimmer
- Gerontologie- und Geriatrie-Kongress – 500 Zimmer

Werbekosten (Marketingprojekte und Kampagnen)

	2019 in €	2018 in €	Veränderung in %
Marketingaufwand	1.092.359,97	714.138,36	53,96
darunter sonstige Werbung	126.108,16 €	244.616,76	-48,4
darunter sonstige Projekte	458.668,82	364.097,42	25,97
darunter Standortmarketing	507.582,99	105.424,18	381,47

Für Projekte und sonstige Werbemaßnahmen wurden 2019 insgesamt 1.092.359,97 € eingesetzt. Die Erhöhung zum Vorjahr ist insbesondere auf das in 2018 gestartete Gemeinschaftsprojekt zwischen Stadtmarketing und der MLU im Bereich des Standortmarketings zurückzuführen.

Im Bereich Marketing wurden die Kooperationen der vergangenen Jahre in den Bereichen Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft fortgesetzt.

Das Grundverständnis des Arbeitens als Netzwerker und Marketingverantwortliche für die Stadt Halle (Saale) spiegelt sich u.a. in der hohen Fremdmittelquote bei der Durchführung von Projekten wider. Hier wird nicht nur wirtschaftlich agiert, sondern bewusst auf Inhaltgeber der Stadt zugegangen, Ziele abgeglichen und in gemeinsamer Verantwortung gearbeitet. Bei Projekten konnten 55,4 % der Gelder, beim Posten "Sonstige Werbung" 30,5% zusätzlich akquiriert werden. Die Refinanzierungsquote darf allerdings dabei nie treibende Kraft sein, da die Projektzielstellungen das Leitmotiv sind. So ist bei Zukunftsprojekten wie Digitalisierungsstrategien oder der Zusammenstellung und Vermarktung des grünen und aktiven Halles für Einheimische und Touristen keine hohe Erlösquote zu erwarten bzw. lässt sich diese nicht direkt nachweislich aufzeigen.

Übersicht Marketingkampagnen 2019:

Standortmarketing

Nach intensiven Vorplanungen in Zusammenarbeit mit der Stadt Halle (Saale), der MLU und SMG sind die Weichen gestellt für ein Gemeinschaftsprojekt im Bereich des Standortmarketings.

Insgesamt wurden für das Standortmarketing seitens der SMG im Jahr 2019 insgesamt 507.582,99 € aufgewendet – für die Vorbereitung einer Vielzahl von Projekten, die auf Neustudierende-Akquise und -betreuung abzielen und aufeinander aufbauen.

Das Gemeinschaftsprojekt „Standortmarketing“ besteht aus zwei Teilprojekten:

- **Standortmarketing im Kontext der Studierendengewinnung**
Zentrales Ziel ist es, die Stadt Halle (Saale) als attraktiven Studienstandort zu positionieren und so die Studierendenzahlen nachhaltig zu sichern und zu steigern.
- **wissenschaftliches Kongress- und Tagungsmanagement**
Zentrales Ziel ist die nachhaltige Steigerung der Zahl wissenschaftlicher Kongresse und Tagungen in Halle (Saale).

Anlage 4 Lagebericht 2019

STADTMARKETING



Das Gesamtbudget für die Jahre 2018 bis 2020 beträgt ca. 700.000 € p.a. und setzt sich zu gleichen Teilen aus einer Zuschusserhöhung der Stadt Halle (Saale) und einzuwerbenden Projektgeldern im Rahmen eines Dienstleistungsvertrages mit der MLU zusammen, neben avisierten Erlösen durch Beteiligung Dritter und Erlösen aus Provisionen im Bereich des Tagungsmanagements.

Konzeption, Vermarktung und Teilmanagement städtischer Großereignisse

Bei imagefördernden städtischen Veranstaltungen mit großer Publikums- und Mediarelevanz ist die SMG ein professioneller Partner für die Stadt Halle (Saale). Mit wachsendem Wissensstand bei allen Partnern greift die Zusammenarbeit beispielsweise beim Laternenfest, städtischen Sondermärkten inklusive des Halleschen Weihnachtsmarktes oder den Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit.

Leipziger Buchmesse

Mit der "hallesaaale*-Lounge" begleitet die SMG die halleschen Verlage auf die Leipziger Buchmesse und bietet ihnen eine Zweitpräsenz mittels eines Bücherregals pro Verlag. In einer Kooperation erarbeitet die SMG eine auch für die Akquise regionaler Besucher für Leipzig wichtige Kampagne inklusive eines Lesefestes "Halle liest mit" und kann im Gegenzug auf gute Konditionen der Leipziger Buchmesse bauen und mit deren Besuchern in Kontakt treten. Projektpartner sind die Leipziger Messe, die Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle (Saale), die MLU, der Kunstverein „Talstrasse“ e.V., die Franckeschen Stiftungen, der Verlag Janos Stekovics, der Mitteldeutsche Verlag, der Hasenverlag, das Kunstmuseum Moritzburg Halle (Saale) sowie die Halloren Schokoladenfabrik.

Netzwerk: Kulturhauptlinge

Eins der größten gemeinsamen Projekte sind die „Kulturhauptlinge“ – bestehend aus Halles führende Einrichtungen der Kultur, Bildung und Wissenschaft. Der jährliche Budget-Bedarf für die Kampagne „nur bei uns“ umfasst 43.000,00 €, davon werden je 3.000,00 € (zusammen 21.000,00 €) von den Partnern der Kampagne getragen.

Händel-Festspiele

Die Händel-Festspiele und die SMG kooperieren vor allem in gemeinsamen Werbeaktionen wie Anzeigenschaltungen, Umsetzung von Wegleitung und Stadtdekoration, Pressereisen, Merchandising, Besucherbefragungen sowie mobilen Infoständen zu Festspielkonzerten. Zudem bietet die SMG im Rahmen der Festspiele Reisepauschalen an.

Vermarktung von landesbedeutsamen Themen

Im Rahmen des länderübergreifenden Themenjahres 2019 „100 Jahre Bauhaus“ positionierte sich Sachsen-Anhalt dem Binnen- und Auslandsmarkt als kulturhistorisches Zentrum des Bauhauses. Die SMG entwickelte gemeinsam mit dem Kunstmuseum Moritzburg Halle (Saale) einen appbasierten Feininger-Audiorundgang. Die zeitlich und personell unabhängige und stets verfügbare und individuell nutzbare Audiotour „Auf den Spuren Lyonel Feiningers in Halle“ erhöht die touristische Angebotsvielfalt in der Stadt für Individualreisende sowie Reiseveranstalter gleichermaßen. Für ein internationales Publikum wird die Führung auch in Englisch vorgehalten.

Tourist-Information Halle (Saale)

	2019 in €	2018 in €	Veränderung in %
Besucherdahl	80.133	66.138	21
Wareneinkaufswert	87.985,06	83.117,48	5,8
Verkaufserlöse	130.972,22	119.544,60	9,5

Die Tourist-Information (TI) schließt in 2019 mit einem Besucherplus von 21 % und 80.133 gezählten Gästen (2018: 66.138) ab. Durch das erhöhte Besucheraufkommen wurden die Verkaufserlöse um 9,5% gesteigert von 130.972,22 € in 2019 (2018: 119.544,60 €). Der Wareneinkaufswert von 83.117,48 € in 2018 wurde auf 87.985,06 € in 2019 angehoben. Das Shop-Sortiment wurde im Jahr 2019 angepasst und umfasst aktuell 382

Anlage 4 Lagebericht 2019

STADTMARKETING



Artikel (2018 mit mehr als 570 Artikel). Die saisonale Anpassung der Artikel wird im Jahr 2019 wie in den Vorjahren weitergeführt.

In einer firmeninternen Projektgruppe wird an der Neuausrichtung der Tourist-Information (TI) weiter gearbeitet. Ziel ist es, durch einen neuen, frischen Auftritt noch attraktiver für HallenserInnen und Gäste zu werden. Zudem wurde erfolgreich die Produktlinie "Verliebt in Halle" erweitert.

Im Jahr 2019 konnte eine zweite neue Geschäftsbeziehung mit "Galeria Karstadt Kaufhof" aufgenommen werden (bestehende Kooperation bereits mit der EDEKA Markt Minden-Hannover GmbH). Somit erschließt sich ein neuer Vertriebsweg für den Verkauf der hallesaale*-Merchandise Artikel.

VFE-Lage: Darstellung, Analyse, Beurteilung für das Berichtsjahr 2019

a. Finanzlage

	2019 in €	2018 in €	Entwicklung in %	Bemerkungen
Zuschuss Gesellschafter	1.511.300,00	1.371.300,00	10,2	
davon Zuschuss Stadt Halle	1.161.300,00	1.161.300,00	0,0	
davon Zuschuss Standortmarketing	350.000,00	210.000,00	66,7	Gemeinschaftsprojekt Standortmarketing
Liquide Mittel	213.607,23	344.887,79	-38,5	jeweils per 31.12. (davon 106.421,45 € erhaltene Anzahlung Projekt Standortmarketing 2018, aufgelöst 2019)

b. Ertragslage

	2019 in €	2018 in €	Entwicklung in %
Umsatzerlöse	1.390.370,77	832.309,72	67,05
sonstige betriebliche Erträge	1.581.614,03	1.306.627,01	21,05
Personalkosten	1.112.014,49	901.969,63	23,29
Materialaufwand	446.529,61	278.905,97	60,10
Abschreibungen	25.563,23	14.954,71	70,94
sonst. betriebliche Aufwendungen	1.329.271,12	978.194,79	35,89
sonstige Zinsen u. ä. Erträge	7,70	7,74	-0,52
Zinsen u. ä. Aufwendungen	144,74	228,69	-36,71
sonstige Steuern	689,56	404,30	70,56
Jahresüberschuss/ -fehlbetrag	57.780,21	- 35.713,62	

Die SMG schließt das Geschäftsjahr 2019 mit einem Jahresüberschuss von 57.780,21 € ab. Es wird vorgeschlagen, den Jahresüberschuss auf neue Rechnung vorzutragen.

Der Erfüllungsstand der Positionen des Wirtschaftsplanes wird monatlich durch die Geschäftsführung überwacht und in den Gesellschafterversammlungen vorgetragen.

Anlage 4 Lagebericht 2019

STADTMARKETING



c. Vermögenslage

Kennzahlen zur Vermögens- und Kapitalstruktur

Kennziffer	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2015
Sachanlagen-Intensität	7,89	6,39	8,85	9,65	11,57
Eigenkapitalquote	33,17	19,17	48,31	52,19	51,48
Fremdkapitalquote	66,83	80,83	51,69	47,81	48,52

Mit der steigenden Sachanlagen-Intensität 2019 (Verhältnis Anlagevermögen zur Bilanzsumme) steigt auch die zeitliche Bindung finanzieller Mittel. Die Eigenkapitalquote gegenüber 2018 zeigt, dass der Anteil des Eigenkapitals am Gesamtkapital gestiegen ist.

Im Jahresabschluss sind alle dem Unternehmen bekannten Vorgänge fürs Jahr 2019 erfasst.

III. Risiko- und Prognoseberichterstattung

a. Risiken

Derzeit besteht für die Gesellschaft ein leicht erhöhtes Risikopotenzial. Die Ertragslage ist zwar geprägt von klaren vertraglichen Zusagen der Gesellschafter, aber durch den Ausbruch der Virusinfektionen Corona ist mit dem Ausbleiben von Gästen zu rechnen. Gerade Großveranstaltungen sowie Tagungen und Kongresse werden aus Sicherheitsgründen zum Zeitpunkt der Berichterstellung überwiegend abgesagt. Durch diesen Umstand ist damit zu rechnen, dass bei den Gästeankünften, Übernachtungen und Umsatzerlösen ein Rückgang zu erwarten ist. Allerdings wirkt sich das auch auf einen Rückgang der Aufwendungen aus.

Die Gesellschaft verfügt über eine gesicherte Einnahmeseite mit klaren Zahlungsmodalitäten. Forderungsausfälle sind nicht zu erwarten. Zudem besteht eine langfristige Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern. Verbindlichkeiten werden innerhalb der vereinbarten Zahlungsfristen gezahlt.

Im kurzfristigen Bereich finanziert sich die Gesellschaft überwiegend aus den Guthaben.

b. Chancen

Chancen bestehen für die Gesellschaft im Bereich der Gästegewinnung, insbesondere durch den Bereich Tagungs- und Kongressmanagement und die Bereitstellung eines Kongressmanagements, welches weitere Businessgäste gewinnen kann. Durch den Bau neuer Hotels und damit einhergehender die Erhöhung der Bettenkapazitäten kann die Gesellschaft gerade im Bereich der Nutzung unserer Events, Produkte und touristischen Highlights eine Erhöhung der Gästeankünfte und Aufenthaltsdauer der Gäste ermöglichen. Dies ist im Jahr 2020 aber vom Verlauf der aktuellen Virusinfektion Corona abhängig.

c. Prognose

Wir beurteilen die voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens neutral. Die Neuausrichtung der Gesellschaft wird weiterhin zur positiven Wahrnehmung der Gesellschaft führen und damit den Auftrag der Gesellschafter zur Installation dieser Gesellschaft stärken.

Nicht finanzielle Leistungsindikatoren lagen zum Zeitpunkt der Berichterstellung nicht vor. Dem Unternehmen stehen monatliche Auswertungen zu finanziellen Leistungsindikatoren wie Cash-Flow, Ergebnis, Einhaltung Plan-Ist in Form der Auswertung des Wirtschaftsplanes vor. Diese Indikatoren werden monatlich abgeglichen und entsprechende kurzfristige Anpassungen vorgenommen.

Wir erwarten im folgenden Geschäftsjahr 2020 kein höheres Umsatzvolumen. Durch unsere angepassten Fixkosten und entsprechender Bereitstellung der Zuschüsse der Gesellschafter kann trotz alledem mit einem ausgeglichenen Ergebnis gerechnet werden.

Anlage 4 Lagebericht 2019

STADTMARKETING



Wir werden auch zukünftig immer in der Lage sein, unseren Zahlungsverpflichtungen fristgerecht nachzukommen.

Die SMG plant weiter mit einem institutionellen Zuschuss in Höhe von 1.511.300,00 €, der in unterschiedlich hohen Raten pro Quartal ausgezahlt wird.

Die Umsatzerlöse der SMG werden im Wirtschaftsplan 2020 mit 1.071.000 € (IST 2019: 1.390.370,77 €) geplant, allerdings ist hier entscheidend welchen Verlauf die aktuelle Gefahrenlage durch das Corona-Virus nimmt.

Die Personalkosten werden für das Jahr 2020 in Höhe von insgesamt 1.068.000 € geplant (IST 2019: 1.012.516,82 €). Die Kosten für Wareneinkauf für die Tourist-Information werden für 2020 mit 90.000 € geplant (IST 2019: 87.985,06 €).

Die betrieblichen Aufwendungen, wie z.B. Mieten/Raumkosten, Reinigung/Abfallbeseitigung, Energie, Versicherungen, Kfz-Kosten und Buchführungskosten einschl. Prüfung des Jahresabschlusses wurden in gleicher Höhe wie 2019 geplant.

Die Aufwendungen für die Umsetzung des Projektes Standortmarketing werden im Jahr 2020 mit 393.000 € geplant, welche durch einen Projektplan unterlegt sind.

Laut Wirtschaftsplan 2020 wird die SMG mit einem ausgeglichenen Haushalt abschließen.

Halle (Saale) den, 09. März 2020

Mark Lange
Geschäftsführer

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS

An die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2019 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der 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 2019 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 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 Abs. 3 Satz 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 [der für die Überwachung Verantwortlichen] für den Jahresabschluss und den Lagebericht

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

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

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

[Die für die Überwachung Verantwortlichen sind] verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.
- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden 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 zugrunde liegenden 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.

Halle (Saale), 10. März 2020

Henschke und Partner mbB
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dipl.-Kfm. (FH) Marcus van den Broek
Wirtschaftsprüfer