

# **STUTTGART-MARKETING GMBH**

Stuttgart

Jahresabschluss  
und Lagebericht

31. Dezember 2016

**HINWEIS:**

Bei dieser PDF-Datei des Testatemplars handelt es sich um eine elektronische Kopie. Maßgeblich ist ausschließlich der in Papierform erstellte und ausgelieferte Bericht.

Elektronische Kopie

**BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2016**  
**DER STUTTGART-MARKETING GMBH, STUTTGART**

**AKTIVA**

**PASSIVA**

	EUR	Vorjahr TEUR		EUR	Vorjahr TEUR
<b>A. ANLAGEVERMÖGEN</b>			<b>A. EIGENKAPITAL</b>		
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>			<b>I. Gezeichnetes Kapital</b>	261.000,00	261
Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	161.965,00	123	<b>II. Gewinnvortrag</b>	18.136,68	17
<b>II. Sachanlagen</b>			<b>III. Jahresüberschuss</b>	<u>997,10</u>	1
Betriebs- und Geschäftsausstattung	621.012,00	705		280.133,78	279
<b>III. Finanzanlagen</b>			<b>B. SONDERPOSTEN MIT RÜCKLAGEANTEIL</b>	86.700,00	97
Beteiligungen	<u>60.500,00</u>	61	<b>C. RÜCKSTELLUNGEN</b>		
		843.477,00	Sonstige Rückstellungen	372.951,00	360
			<b>D. VERBINDLICHKEITEN</b>		
<b>B. UMLAUFVERMÖGEN</b>			1. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	387.201,92	587
<b>I. Vorräte</b>			2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	708.153,06	680
Waren	104.383,98	118	3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	908.040,09	533
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>			4. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	128.699,69	43
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	260.535,92	281	5. Sonstige Verbindlichkeiten	49.875,13	47
2. Forderungen gegen Gesellschafter	23.800,00	1	- davon aus Steuern:		
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	110.080,11	0	EUR 49.875,13 Vorjahr: TEUR 47		
4. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>29.085,54</u>	18		<u>2.181.969,89</u>	1.890
	423.501,57	300	<b>E. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	<u>28.500,00</u>	49
<b>III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks</b>	<u>1.445.986,98</u>	1.077			
		1.973.872,53		<u>2.950.254,67</u>	2.675
<b>C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>		<u>132.905,14</u>			
		2.950.254,67			
		<u>2.950.254,67</u>			

**GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG  
FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR 2016 BIS 31. DEZEMBER 2016  
DER STUTTGART-MARKETING GMBH, STUTTGART**

	EUR	Vorjahr TEUR
1. Umsatzerlöse	4.935.907,17	4.978
2. Sonstige betriebliche Erträge	3.473.393,43	3.955
	8.409.300,60	8.933
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für bezogene Waren	343.716,05	454
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	2.375.362,00	2.822
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	2.656.521,02	2.627
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	709.414,90	697
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	210.650,95	203
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.109.455,58	2.125
	8.405.120,50	8.928
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0,00	0
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	2.600,00	3
	-2.600,00	-3
9. Ergebnis nach Steuern	1.580,10	2
10. Sonstige Steuern	583,00	1
11. Jahresüberschuss	997,10	1

## **ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2016 DER STUTTGART-MARKETING GMBH, STUTTGART**

### **Allgemeine Angaben**

Der Jahresabschluss der Stuttgart-Marketing GmbH für das Geschäftsjahr 2016 wurde nach den Bestimmungen der §§ 242 bis 256a und §§ 264 bis 288 HGB sowie den einschlägigen Vorschriften des GmbHG erstellt.

Für die Gewinn- und Verlustrechnung kam das Gesamtkostenverfahren gem. § 275 Abs. 2 HGB zur Anwendung.

Die Bewertung der einzelnen Vermögens- und Schuldposten erfolgte entsprechend den handelsrechtlichen Vorschriften.

Die Gesellschaft ist gemäß den Vorschriften der Gemeindeordnung Baden-Württemberg als große Kapitalgesellschaft zu qualifizieren und unterliegt den einschlägigen Prüfungsvorschriften, unabhängig von den Vorschriften des § 267 HGB.

Gemäß § 265 Abs. 5 Satz 2 HGB wurde dem gesetzlichen Gliederungsschema der Bilanz ergänzend der Posten „Sonderposten für Investitionszuschüsse zum Anlagevermögen“ hinzugefügt.

### **Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden**

Die Gesellschaft wendet erstmals die Vorschriften des Bilanzrichtlinien-Umsetzungsgesetzes vom 17. Juli 2015 an. Betroffen ist hiervon der Ausweis der sonstigen betrieblichen Erträge, die nach der neuen Definition ab 2016 mit einem Volumen von TEUR 490 unter den Umsatzerlösen auszuweisen sind. Zur besseren Vergleichbarkeit wurde der Vorjahresausweis um TEUR 453 angepasst.

Entgeltlich erworbene **immaterielle Vermögensgegenstände** werden zu Anschaffungskosten aktiviert und linear abgeschrieben.

Zugänge zu den **Sachanlagen** werden zu Anschaffungskosten bewertet.

Anlagen, deren Nutzung zeitlich begrenzt ist, werden entsprechend ihrer voraussichtlichen Nutzungsdauer planmäßig linear abgeschrieben. Anlagenzugänge werden im Jahr der Anschaffung oder Herstellung pro rata temporis abgeschrieben. Geringwertige Wirtschaftsgüter wurden in den Vorjahren im Zugangsjahr voll abgeschrieben. Ab dem Jahr 2008 werden Zugänge mit Anschaffungskosten zwischen EUR 150,00 und EUR 1.000,00 jährlich in einem Sammelposten zusammengefasst und linear über fünf Jahre abgeschrieben.

**Finanzanlagen** werden zu Anschaffungskosten oder mit dem niedrigeren am Bilanzstichtag beizulegenden Wert angesetzt.

Die **Vorräte** werden zu Anschaffungskosten oder mit den niedrigeren beizulegenden Werten am Abschlussstichtag angesetzt.

**Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände** werden grundsätzlich zum Nennwert bewertet. Alle erkennbaren Risiken werden durch Einzelwertberichtigungen abgedeckt.

Die **liquiden Mittel** werden zu Nominalwerten angesetzt.

Die **sonstigen Rückstellungen** werden mit den nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbeträgen gebildet und umfassen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen.

Bei der Berechnung der Altersteilzeitverpflichtungen wurden als biometrische Faktoren die Richttafeln 2005 G von Klaus Heubeck verwendet. Es wurde ein Gehaltstrend von 2,00 % sowie der Rechnungszinssatz von 3,24 % zugrunde gelegt.

Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr wurden mit dem ihrer Restlaufzeit entsprechenden Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre abgezinst.

Die Stuttgart-Marketing GmbH hat sich gemäß dem Altersvorsorgetarif für den Kommunalbereich (ATV-K) verpflichtet, die den Voraussetzungen der Versicherungspflicht unterliegenden Mitarbeiter bei der Zusatzversorgungskasse des kommunalen Versorgungsverbandes Baden-Württemberg, Heidelberg (ZVK), zu versichern.

Diese subsidiären Versorgungsverpflichtungen sind als mittelbare Versorgungszusage seitens der Stuttgart-Marketing GmbH als öffentlicher Arbeitgeber zu bewerten.

Bezüglich dieser Verpflichtungen wurde vom Passivierungswahlrecht des Art. 28 Abs. 1 EG-HGB Gebrauch gemacht und Rückstellungen hierfür nicht gebildet.

Nachfolgende Betragsangaben dienen der Information über Art und Umfang der aus der Zusatzversorgung resultierenden mittelbaren Pensionsverpflichtung im Zuge der Subsidiärhaftung.

Der auf die Stuttgart-Marketing GmbH entfallende Umlagesatz für 2016 beträgt bis zum 30. Juni 2016 5,5 % (5,35 % für den Arbeitgeber und 0,15 % für den Arbeitnehmer) sowie ab dem 01. Juli 2016 5,9 % (5,55 für den Arbeitgeber und 0,35 % für den Arbeitnehmer). Hinzugekommen ist im Jahr 2008 der Zusatzbeitrag für die ZVK in Höhe von 0,40 %. Das Sanierungsgeld betrug zusätzlich für 2016 1,7 % entsprechend der individuellen Verhältnisse des Mitgliedes.

In 2016 betragen die umlagepflichtigen Gehälter EUR 2.441.647,07.

Die Zahl der anspruchsberechtigten Arbeitnehmer beträgt zum Stichtag 31. Dezember 2016 73 Mitarbeiter. Die Zahl der anspruchsberechtigten ehemaligen Arbeitnehmer und Rentenbezieher ist nicht ermittelbar.

**Verbindlichkeiten** werden mit dem Erfüllungsbetrag passiviert.

## **Angaben und Erläuterungen zur Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung**

### **(1) Anlagevermögen**

Die Aufgliederung und Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens wird nachfolgend dargestellt.

Als Beteiligung wird ein Anteil in Höhe von 32,35% am Stammkapital der Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH, Stuttgart, ausgewiesen. Das Eigenkapital dieser Gesellschaft beträgt zum 31. Dezember 2016 TEUR 304. Als Jahresfehlbetrag 2016 werden TEUR 183 ausgewiesen.

**ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS**

	<b>Anschaffungs-/Herstellungskosten</b>				<b>Kumulierte Abschreibungen</b>			<b>Buchwerte</b>		
	1.1.2016 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	31.12.2016 EUR	1.1.2016 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	31.12.2016 EUR	31.12.2016 EUR	31.12.2015 EUR
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>										
Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	432.818,79	78.102,53	0,00	510.921,32	309.655,79	39.300,53	0,00	348.956,32	161.965,00	123.163,00
<b>II. Sachanlagen</b>										
Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.399.654,08	87.358,42	75.371,85	1.411.640,65	694.650,08	171.350,42	75.371,85	790.628,65	621.012,00	705.004,00
<b>III. Finanzanlagen</b>										
Beteiligungen	60.500,00	0,00	0,00	60.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	60.500,00	60.500,00
	<u>1.892.972,87</u>	<u>165.460,95</u>	<u>75.371,85</u>	<u>1.983.061,97</u>	<u>1.004.305,87</u>	<u>210.650,95</u>	<u>75.371,85</u>	<u>1.139.584,97</u>	<u>843.477,00</u>	<u>888.667,00</u>

## **(2) Umlaufvermögen**

Die Vorratsbestände wurden zum 31. Dezember 2016 im Wege einer Stichtagsinventur vollständig aufgenommen. Die Bewertung erfolgte zu Anschaffungskosten unter Berücksichtigung eines gleitenden Durchschnittspreises.

Die Forderungen sind innerhalb eines Jahres fällig. Uneinbringliche Forderungen wurden ausgebucht. Die Forderungen gegen den Gesellschafter Landeshauptstadt Stuttgart bestehen in Höhe von TEUR 24 und resultieren aus dem Liefer- und Leistungsaustausch.

## **(3) Eigenkapital**

Das gezeichnete Kapital (Stammkapital) ist zum Nennbetrag angesetzt. Das Stammkapital wird zu 100% von der Landeshauptstadt Stuttgart gehalten.

## **(4) Sonderposten für Investitionszuschüsse zum Anlagevermögen**

Der Sonderposten betrifft Investitionszuschüsse für das im Sommer 2004 neu eingerichtete Tourist Information Center im Flughafen Stuttgart (TIF) von der Flughafen Stuttgart GmbH und dem Verband Region Stuttgart. Die Auflösung des Postens erfolgt entsprechend der durchschnittlichen Abschreibungsdauer der Investitionen über einen Zeitraum von 10 Jahren. Im Jahr 2014 wurde der Sonderposten planmäßig vollständig verbraucht. Im Frühsommer 2015 wurde das TIF grundlegend umgebaut und erweitert. Hierzu erhielt die Stuttgart-Marketing GmbH erneut Investitionszuschüsse, die ebenfalls über die geplante Nutzungsdauer verbraucht werden. Zum Stichtag 31.12.2016 belief sich daher der Sonderposten auf TEUR 87.

## **(5) Rückstellungen**

Die sonstigen Rückstellungen enthalten im Wesentlichen die Rückstellungen für Urlaubsansprüche in Höhe von TEUR 51 (Vj: TEUR 58), Nebenkosten Mieträume in Höhe von TEUR 49 (Vj: TEUR 59), für Altersteilzeit in Höhe von TEUR 118 (Vj: TEUR 88) und für die Rückbauverpflichtung i-Punkt TEUR 40 (Vj: TEUR 38).

Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr wurden mit dem ihrer Restlaufzeit entsprechenden Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre abgezinst.

## **(6) Verbindlichkeiten**

Bei den Verbindlichkeiten gegenüber Beteiligungsunternehmen handelt es sich um Verbindlichkeiten gegenüber der Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH. Sie beruhen im Wesentlichen aus der Beteiligung an Anzeigenerlösen (TEUR 77).

Die Verbindlichkeiten gegenüber dem Gesellschafter Landeshauptstadt Stuttgart betreffen mit TEUR 746 eine Überzahlung des Gesellschafterzuschusses, mit TEUR 162 die aufgrund der umsatzsteuerlichen Organschaft an die Gesellschafterin abzuführende Umsatzsteuer.



Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten Verbindlichkeiten aus Steuern in Höhe von TEUR 50 (Vorjahr TEUR 47).

Die Restlaufzeiten der Verbindlichkeiten betragen, wie im Vorjahr, bis zu einem Jahr.

## **(7) Haftungsverhältnisse und Angaben zu sonstigen finanziellen Verpflichtungen**

Haftungsverhältnisse bestehen zum Bilanzstichtag nicht.

Aus Mietverträgen über Lagerflächen mit der Trefz GmbH und über Geschäftsräume mit der Schlossgartenbau Objekt GmbH & Co. KG und mit der Ferrado Immuebles SL ergeben sich für 2017 Belastungen von ca. TEUR 483.

Auf Grund einer gesellschaftsrechtlichen Vereinbarung besteht die Verpflichtung, der Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH, Stuttgart, einen jährlichen Zuschuss zu gewähren; für 2017 sind TEUR 710 (zuzüglich Umsatzsteuer) vereinbart.

Aus dem jährlich kündbaren Geschäftsbesorgungsvertrag mit der in.Stuttgart Veranstaltungsgesellschaft mbH & Co. KG werden für 2017 finanzielle Belastungen von TEUR 200 erwartet.

## **(8) Umsatzerlöse**

Die Umsatzerlöse setzen sich wie folgt zusammen:

	2016 TEUR	Vorjahr TEUR
An Regio GmbH weiterbelastete Marketingaufwendungen	1.357	1.225
Verkauf von Handelswaren	509	584
Sonderrundfahrten/Gruppenangebote	250	473
Anschließer- und Anzeigenerlöse	514	499
Provisionen Kartenvorverkauf	279	303
Erlöse Partner Convention Bureau	219	217
Stadtrundfahrten/Rundgänge	354	367
Präsentations- und Serviceerlöse	703	475
Geschäftsbesorgung Regio GmbH	200	200
Übrige	551	635
	<u>4.936</u>	<u>4.978</u>

### **(9) Sonstige betriebliche Erträge**

Es handelt sich im Wesentlichen um den Gesellschafterzuschuss der Landeshauptstadt Stuttgart in Höhe von TEUR 3.177 (Vj: TEUR 3.929). Im Vorjahr waren Mieterträge in Höhe von TEUR 253 sowie Erlöse aus der Geschäftsbesorgung Regio GmbH in Höhe von TEUR 200 enthalten, die aufgrund der neuen Definition der Umsatzerlöse des BilRUG ab 2016 unter den Umsatzerlösen auszuweisen sind.

Die Position beinhaltet nicht regelmäßig wiederkehrende Erträge in Höhe von TEUR 247 (Vorjahr: TEUR 0) sowie die Auflösung des Sonderpostens für Investitionszuschüsse mit TEUR 10 (Vorjahr: TEUR 7).

### **(10) Im Jahresdurchschnitt beschäftigte Arbeitnehmer**

	<u>2016*</u>	<u>2015*</u>
Angestellte (zuzüglich 2 Geschäftsführer)	49,2	49,8
Aushilfen, geringfügig Beschäftigte	4,9	5,5
Auszubildende	4,0	5,0
Praktikanten	<u>2,0</u>	<u>2,0</u>
	<u>60,1</u>	<u>62,3</u>

\* umgerechnet auf Vollzeitbeschäftigte zum Stichtag 31.12.2016

Der Aufwand für Altersversorgung beläuft sich auf TEUR 185 (Vj: TEUR 180).

### **(11) Sonstige betriebliche Aufwendungen**

Es handelt sich im Wesentlichen um Verwaltungskosten, einen Gesellschafterzuschuss an die Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH, um Mieten für die Geschäftsräume sowie die Geschäftsbesorgungskosten der VMS.

### **(12) Periodenfremde Aufwendungen und Erträge**

Die periodenfremden Aufwendungen betragen TEUR 20 (Vj: TEUR 0). Es handelt sich im Wesentlichen um Nachforderungen zur Lohnsteuer sowie Aufwendungen aus der Nebenkostenabrechnung der Touristik Information Flughafen.

### **(13) Gesamthonorar des Abschlussprüfers**

Das Gesamthonorar des Abschlussprüfers betrug im Berichtsjahr EUR 12.500,00 für Prüfungsleistungen.

#### **(14) Angaben zu den Organen der Gesellschaft**

Mitglieder der Geschäftsführung:

Herr Armin Dellnitz, Rudersberg

Herr Dipl.-Oec. Martin Rau, Korntal-Münchingen

Die Gesamtbezüge der Geschäftsführer betragen im Geschäftsjahr 2016:

Herr Armin Dellnitz EUR 85.904,54

Herr Martin Rau erhält seitens der Stuttgart-Marketing GmbH keine Vergütung für seine Tätigkeit als Geschäftsführer.

Mitglieder des Aufsichtsrats:

Herr Erster Bürgermeister Michael Föll,  
Landeshauptstadt Stuttgart  
- Vorsitzender -

Herr Stadtrat Andreas G. Winter, Musiker  
- stellvertretender Vorsitzender -

Herr Stadtrat Dr. Ralph Schertlen, Ingenieur

Herr Stadtrat Fritz Currle, Weinbaumeister, Weingut Currle

Frau Stadträtin Petra Rühle, Angestellte

Frau Stadträtin Prof. Dr. Dorit Loos, Professorin

Herr Stadtrat Dr. Matthias Oechsner, Apotheker

Herr Stadtrat Hans H. Pfeifer, Oberbürgermeister a.D.

Herr Andreas Scharf, Pressesprecher

Herr Stadtrat Konrad Zaiß, Weinbaumeister

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats betragen für 2016 EUR 19.530,00.

**(15) Ergebnisverwendungsvorschlag**

Die Geschäftsführung schlägt vor, den Jahresüberschuss in Höhe von EUR 997,10 gemeinsam mit dem Gewinnvortrag von EUR 18.136,68 auf neue Rechnung vorzutragen.

Stuttgart, den 4. Mai 2017

Die Geschäftsführung

Armin Dellnitz

Martin Rau

**Lagebericht für das Geschäftsjahr 2016  
der  
Stuttgart-Marketing GmbH**

**Touristische Entwicklung der Landeshauptstadt Stuttgart**

Im Berichtsjahr 2016 konnten erneut Steigerungen im Übernachtungstourismus der Landeshauptstadt verzeichnet werden. 3,7 Millionen Übernachtungen und 2 Millionen Ankünfte wurden 2016 in den Stuttgarter Hotels (inklusive Jugendherberge und Campingplatz) registriert. Dies entspricht einem Anstieg des Übernachtungsvolumens von 4,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Zeigte das Jahr 2015 noch eine höhere Dynamik ausländischer Übernachtungszahlen im Gegensatz zu inländischen Gästen auf, drehte sich diese Feststellung im Jahr 2016 um. Ein schwaches Wachstum ausländischer Gäste von nur 1,6 % konnte durch eine deutlich stärkere Zunahme inländischer Gäste von 5,2 % mehr als kompensiert werden.

69 % der Übernachtungen kommen aus Deutschland und 31 % aus dem Ausland. Nach wie vor stellen die USA den mit Abstand wichtigsten ausländischen Markt für Stuttgart dar. An zweiter Stelle steht die Schweiz vor Großbritannien.

Auch die Gesamtregion Stuttgart mit ihren Landkreisen Böblingen, Esslingen, Göppingen, Ludwigsburg, dem Rems-Murr-Kreis und der Landeshauptstadt hat im Tourismusjahr 2016 ein gutes Ergebnis erzielt. Mit 8,5 Millionen Übernachtungen wurde eine Steigerung von 1,8 % erzielt.

**Entwicklung einzelner Aufgabenbereiche**

Im Jahr 2016 zeigte sich im Besonderen, dass das Marketing einem derzeit sehr zügigen Änderungsprozess unterworfen ist. Im Mittelpunkt steht dabei die Kommunikation und nicht mehr die plakative Präsentation der touristischen Angebote. Neue Chancen in der Kommunikation durch den Einsatz von Social Media bedingen organisatorische Änderungen im Unternehmen, um konsequent und nachhaltig die digitalen Kommunikationsinstrumente nutzen zu können.

Den Gast vor, während und nach seinem Aufenthalt mit bedarfsgerechten Angeboten anzusprechen ist eine wesentliche strategische Aufgabe des Unternehmens. Dieses erfordert hohes Wissen im Umgang mit den neuen Kommunikationsmöglichkeiten, ausgeprägte Erfahrung in der Umsetzung der Inhalte des Markenkerns in inhaltliche Botschaften sowie eine hervorragende Datenbank, auf Basis dieser die touristischen Angebote einer gesamten Region abgerufen werden können.

Das Unternehmen hat sich im Jahr 2016 auf die neuen Herausforderungen eingestellt.

Mit Zunahme der Digitalisierung ist gleichermaßen feststellbar, dass klassische Aufgaben einer touristischen Marketingorganisation ebenfalls einem Veränderungsprozess unterliegen.

**Elektronische Kopie**

Die Besucherzahlen in der Tourist-Information Königstraße sind leicht rückläufig. Der Bedarf der individuellen Zimmervermittlung über eine Tourismusmarketingorganisation nimmt ab. Gleichzeitig nimmt die Bedeutung in der Nutzung von Servicediensten wie Zimmervermittlung, Erstellung von Rahmenprogrammen etc. im Rahmen von Tagungen, Kongressen und Messen, also im Gruppengeschäft, zu.

Ebenfalls ist der grundsätzliche Beratungsbedarf, ob telefonisch oder per Mail, gleichermaßen hoch.

### **Ertrags- und Vermögenslage**

Die Ertragslage der Gesellschaft im Jahr 2016 wurde, wie in den Vorjahren, durch den von der Landeshauptstadt Stuttgart geleisteten Gesellschafterzuschuss in Höhe von T-EUR 3.177 (Vj: T-EUR 3.929) beeinflusst. Die Umsatzerlöse verminderten sich gegenüber dem Vorjahr um T-EUR 42 auf T-EUR 4.936 (Vj: T-EUR 4.978). Wobei hier anzumerken ist, dass auf Grund der Änderungen des BilRUG im Berichtsjahr Einnahmen aus Vermietungen unter den Umsatzerlösen verbucht werden (im VJ unter Erträge). Der Personalaufwand stieg gegenüber dem Vorjahr um T-EUR 40 auf T-EUR 3.366 an. Die Abweichung ist u.a. auf eine zu bildende Rückstellung für Altersteilzeit in Höhe von T-EUR 30 zurückzuführen.

Die Abschreibungen erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um T-EUR 8 auf T-EUR 211. Dies ist v.a. auf die Positionierung einer weiteren Tourist-Information am Fernsehturm Stuttgart zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen fielen um T-EUR 15 auf T-EUR 2.109. Im Vorjahr waren im Instandhaltungsaufwand Positionen enthalten, die im Zusammenhang mit dem Umbau der Tourist-Information Flughafen standen. Bei sonstigen betrieblichen Erträgen (incl. Gesellschafterzuschuss) in Höhe von T-EUR 3.473 (Vj: T-EUR 3.955) veränderte sich das Betriebsergebnis um T-EUR 752 auf T-EUR -2.598.

Die finanzielle Lage der Stuttgart-Marketing GmbH ist geordnet. Der Anteil des Anlagevermögens an der Bilanzsumme beträgt zum Stichtag 31. Dezember 2016 ca. 28,7 %, der der flüssigen Mittel ca. 49 %, der der Vorräte 3,5 % und der der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände ca. 14 %. Auf der Passivseite beläuft sich das Eigenkapital auf ca. 9 % und die sonstigen langfristigen Mittel an der Bilanzsumme zum Stichtag 31. Dezember 2016 auf ca. 9 %. Der Anteil der erhaltenen Anzahlungen an der Bilanzsumme beträgt ca. 13 %. Die kurzfristigen Schulden gegenüber Gesellschaftern und Beteiligungsunternehmen machen 35 % der Bilanzsumme aus. Die Quote der sonstigen kurzfristigen Schulden hat stichtagsbezogen einen Stand von ca. 33 % der Bilanzsumme.

Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit beträgt T-EUR -2.643 (Vj: T-EUR -3.859). Auch die Finanzmittelfonds am Ende der Periode erhöhten sich von T-EUR 1.077 auf T-EUR 1.446.

Zum Stichtag 31. Dezember 2016 beschäftigte die Gesellschaft 60,1 Mitarbeiter (umgerechnet auf Vollzeitkräfte, ohne Überstunden) sowie 2 Geschäftsführer. Die Gesamtzahl setzt sich zusammen aus 49,2 Angestellten (von denen ein Mitarbeiter in Langzeiterkrankung war und ein weiterer Mitarbeiter in befristeter Erwerbsunfähigkeitsrente), 4,9 studentische Aushilfen und geringfügig Beschäftigte, 4 Auszubildenden und 2 Praktikanten/-innen. Darüber hinaus befanden sich 4 Mitarbeiterinnen im Mutterschutz bzw. Elternzeit. Der Personalaufwand setzt sich aus Gehältern (T-EUR 2.657) und sozialen Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung (T-EUR 709, davon für Altersversorgung T-EUR 185) zusammen.

### **Chancen und Risiken**

Die Terroranschläge in Europa und damit verbundene Sicherheitsängste sorgen für spürbare Unsicherheiten und Reaktionen in ausländischen Märkten. Insbesondere der Markt China reagiert sensibel auf aktuelle Entwicklungen. Die Entwicklung der ausländischen Märkte im Jahr 2016 zeigt, dass erste Auswirkungen deutlich sichtbar werden. Derzeit ist davon auszugehen, dass sich das Incoming aus den ausländischen Märkten nicht mehr so sicher und linear entwickelt wie in den Jahren zuvor.

Das Unternehmen selber ist stets abhängig von der Finanzierung seines Gesellschafters.

Umsatzsteuerliche Organschaft mit der Landeshauptstadt Stuttgart

Ab dem 1. Januar 2014 besteht zwischen dem Gesellschafter Landeshauptstadt Stuttgart und der Stuttgart-Marketing GmbH eine umsatzsteuerliche Organschaft. Durch Beschluss der Gesellschafterversammlung am 20. Dezember 2013 wurde ein Beherrschungsvertrag abgeschlossen. Danach kann der Gesellschafter Landeshauptstadt Stuttgart der Geschäftsführung der Stuttgart Marketing GmbH Weisungen erteilen. Die Geschäftsführung ist verpflichtet, diesen Weisungen nachzukommen. Im Gegenzug ist die Gesellschafterin Landeshauptstadt Stuttgart verpflichtet, während der Vertragsdauer eventuell entstehende Verluste auszugleichen. Allerdings ist, wie in der Vergangenheit aufgrund der Gesellschafterzuschüsse, von Jahresfehlbeträgen nicht auszugehen. Der Vertrag gilt bezüglich der Verlustübernahme ab dem 1. Januar 2014 und ist auf unbestimmte Zeit geschlossen. Er kann ordentlich mit einer Frist von einem Monat zum Ende eines Geschäftsjahres der SM GmbH gekündigt werden.

Die umsatzsteuerliche Organschaft hat neben der nicht Steuerbarkeit der Gesellschafterzuschüsse allerdings zur Folge, dass bei der SM GmbH ein Vorsteuerabzug nur insoweit möglich ist, wie die SM GmbH nicht für den Hoheitsbereich der Landeshauptstadt Stuttgart Leistungen im Rahmen des Stadtmarketing erbringt.

## **Ausblick**

Der Wirtschaftsplan sieht für das Geschäftsjahr 2017 einen Umsatz in Höhe von T-EUR 4.829 bei einem ausgeglichenen Jahresergebnis vor. Durch den jährlich zu vereinbarenden Gesellschafterzuschuss der Landeshauptstadt Stuttgart und speziell durch das seit 2014 explizit geregelte Beherrschungsverhältnis bleibt die finanzielle Lage der Gesellschaft geordnet.

Unter der Voraussetzung, dass die Struktur der Finanzierung in der bisherigen Form weiter besteht, ist für den Bestand der Stuttgart-Marketing GmbH kein Risiko zu erkennen.

Ziel in den kommenden Jahren muss es sein, die Region Stuttgart weiterhin als touristische Marke im nationalen und internationalen Tourismus zu verankern, die Übernachtungszahlen zu steigern und dabei Synergien zwischen Hotellerie, Gastronomie und allen Leistungspartnern des Tourismus aufzubauen.

Im Jahr 2017 wird ein Strategiekonzept Tourismus vorgestellt, das unter anderem Antwort gibt auf die Weiterentwicklung des Tourismus in der Region Stuttgart.

Stuttgart, den 4. Mai 2017

Armin Dellnitz

Martin Rau



# **BESTÄTIGUNGSVERMERK**

## **Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers**

An die Stuttgart-Marketing GmbH

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Stuttgart-Marketing GmbH, Stuttgart, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2016 bis 31. Dezember 2016 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen des Gesellschaftsvertrags liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss der Stuttgart-Marketing GmbH, Stuttgart, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2016 bis 31. Dezember 2016 den gesetzlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen des Gesellschaftsvertrags und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht im Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den gesetzlichen Vorschriften, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Stuttgart, den 5. Mai 2017

**BANSBACH GmbH**

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft

**Joerg Schuster**  
Wirtschaftsprüfer

**Susanne Schaich**  
Wirtschaftsprüferin

# Allgemeine Auftragsbedingungen

## für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vom 1. Januar 2017

### 1. Geltungsbereich

(1) Die Auftragsbedingungen gelten für Verträge zwischen Wirtschaftsprüfern oder Wirtschaftsprüfungsgesellschaften (im Nachstehenden zusammenfassend „Wirtschaftsprüfer“ genannt) und ihren Auftraggebern über Prüfungen, Steuerberatung, Beratungen in wirtschaftlichen Angelegenheiten und sonstige Aufträge, soweit nicht etwas anderes ausdrücklich schriftlich vereinbart oder gesetzlich zwingend vorgeschrieben ist.

(2) Dritte können nur dann Ansprüche aus dem Vertrag zwischen Wirtschaftsprüfer und Auftraggeber herleiten, wenn dies ausdrücklich vereinbart ist oder sich aus zwingenden gesetzlichen Regelungen ergibt. Im Hinblick auf solche Ansprüche gelten diese Auftragsbedingungen auch diesen Dritten gegenüber.

### 2. Umfang und Ausführung des Auftrags

(1) Gegenstand des Auftrags ist die vereinbarte Leistung, nicht ein bestimmter wirtschaftlicher Erfolg. Der Auftrag wird nach den Grundsätzen ordnungsmäßiger Berufsausübung ausgeführt. Der Wirtschaftsprüfer übernimmt im Zusammenhang mit seinen Leistungen keine Aufgaben der Geschäftsführung. Der Wirtschaftsprüfer ist für die Nutzung oder Umsetzung der Ergebnisse seiner Leistungen nicht verantwortlich. Der Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, sich zur Durchführung des Auftrags sachverständiger Personen zu bedienen.

(2) Die Berücksichtigung ausländischen Rechts bedarf – außer bei betriebswirtschaftlichen Prüfungen – der ausdrücklichen schriftlichen Vereinbarung.

(3) Ändert sich die Sach- oder Rechtslage nach Abgabe der abschließenden beruflichen Äußerung, so ist der Wirtschaftsprüfer nicht verpflichtet, den Auftraggeber auf Änderungen oder sich daraus ergebende Folgerungen hinzuweisen.

### 3. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber hat dafür zu sorgen, dass dem Wirtschaftsprüfer alle für die Ausführung des Auftrags notwendigen Unterlagen und weiteren Informationen rechtzeitig übermittelt werden und ihm von allen Vorgängen und Umständen Kenntnis gegeben wird, die für die Ausführung des Auftrags von Bedeutung sein können. Dies gilt auch für die Unterlagen und weiteren Informationen, Vorgänge und Umstände, die erst während der Tätigkeit des Wirtschaftsprüfers bekannt werden. Der Auftraggeber wird dem Wirtschaftsprüfer geeignete Auskunftspersonen benennen.

(2) Auf Verlangen des Wirtschaftsprüfers hat der Auftraggeber die Vollständigkeit der vorgelegten Unterlagen und der weiteren Informationen sowie der gegebenen Auskünfte und Erklärungen in einer vom Wirtschaftsprüfer formulierten schriftlichen Erklärung zu bestätigen.

### 4. Sicherung der Unabhängigkeit

(1) Der Auftraggeber hat alles zu unterlassen, was die Unabhängigkeit der Mitarbeiter des Wirtschaftsprüfers gefährdet. Dies gilt für die Dauer des Auftragsverhältnisses insbesondere für Angebote auf Anstellung oder Übernahme von Organfunktionen und für Angebote, Aufträge auf eigene Rechnung zu übernehmen.

(2) Sollte die Durchführung des Auftrags die Unabhängigkeit des Wirtschaftsprüfers, die der mit ihm verbundenen Unternehmen, seiner Netzwerkunternehmen oder solcher mit ihm assoziierten Unternehmen, auf die die Unabhängigkeitsvorschriften in gleicher Weise Anwendung finden wie auf den Wirtschaftsprüfer, in anderen Auftragsverhältnissen beeinträchtigen, ist der Wirtschaftsprüfer zur außerordentlichen Kündigung des Auftrags berechtigt.

### 5. Berichterstattung und mündliche Auskünfte

Soweit der Wirtschaftsprüfer Ergebnisse im Rahmen der Bearbeitung des Auftrags schriftlich darzustellen hat, ist alleine diese schriftliche Darstellung maßgebend. Entwürfe schriftlicher Darstellungen sind unverbindlich. Sofern nicht anders vereinbart, sind mündliche Erklärungen und Auskünfte des Wirtschaftsprüfers nur dann verbindlich, wenn sie schriftlich bestätigt werden. Erklärungen und Auskünfte des Wirtschaftsprüfers außerhalb des erteilten Auftrags sind stets unverbindlich.

### 6. Weitergabe einer beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers

(1) Die Weitergabe beruflicher Äußerungen des Wirtschaftsprüfers (Arbeitsergebnisse oder Auszüge von Arbeitsergebnissen – sei es im Entwurf oder in der Endfassung) oder die Information über das Tätigwerden des Wirtschaftsprüfers für den Auftraggeber an einen Dritten bedarf der schriftlichen Zustimmung des Wirtschaftsprüfers, es sei denn, der Auftraggeber ist zur Weitergabe oder Information aufgrund eines Gesetzes oder einer behördlichen Anordnung verpflichtet.

(2) Die Verwendung beruflicher Äußerungen des Wirtschaftsprüfers und die Information über das Tätigwerden des Wirtschaftsprüfers für den Auftraggeber zu Werbezwecken durch den Auftraggeber sind unzulässig.

### 7. Mängelbeseitigung

(1) Bei etwaigen Mängeln hat der Auftraggeber Anspruch auf Nacherfüllung durch den Wirtschaftsprüfer. Nur bei Fehlschlagen, Unterlassen bzw. unberechtigter Verweigerung, Unzumutbarkeit oder Unmöglichkeit der Nacherfüllung kann er die Vergütung mindern oder vom Vertrag zurücktreten; ist der Auftrag nicht von einem Verbraucher erteilt worden, so kann der Auftraggeber wegen eines Mangels nur dann vom Vertrag zurücktreten, wenn die erbrachte Leistung wegen Fehlschlagens, Unterlassung, Unzumutbarkeit oder Unmöglichkeit der Nacherfüllung für ihn ohne Interesse ist. Soweit darüber hinaus Schadensersatzansprüche bestehen, gilt Nr. 9.

(2) Der Anspruch auf Beseitigung von Mängeln muss vom Auftraggeber unverzüglich in Textform geltend gemacht werden. Ansprüche nach Abs. 1, die nicht auf einer vorsätzlichen Handlung beruhen, verjähren nach Ablauf eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

(3) Offenbare Unrichtigkeiten, wie z.B. Schreibfehler, Rechenfehler und formelle Mängel, die in einer beruflichen Äußerung (Bericht, Gutachten und dgl.) des Wirtschaftsprüfers enthalten sind, können jederzeit vom Wirtschaftsprüfer auch Dritten gegenüber berichtigt werden. Unrichtigkeiten, die geeignet sind, in der beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers enthaltene Ergebnisse infrage zu stellen, berechtigen diesen, die Äußerung auch Dritten gegenüber zurückzunehmen. In den vorgenannten Fällen ist der Auftraggeber vom Wirtschaftsprüfer tunlichst vorher zu hören.

### 8. Schweigepflicht gegenüber Dritten, Datenschutz

(1) Der Wirtschaftsprüfer ist nach Maßgabe der Gesetze (§ 323 Abs. 1 HGB, § 43 WPO, § 203 StGB) verpflichtet, über Tatsachen und Umstände, die ihm bei seiner Berufstätigkeit anvertraut oder bekannt werden, Stillschweigen zu bewahren, es sei denn, dass der Auftraggeber ihn von dieser Schweigepflicht entbindet.

(2) Der Wirtschaftsprüfer wird bei der Verarbeitung von personenbezogenen Daten die nationalen und europarechtlichen Regelungen zum Datenschutz beachten.

### 9. Haftung

(1) Für gesetzlich vorgeschriebene Leistungen des Wirtschaftsprüfers, insbesondere Prüfungen, gelten die jeweils anzuwendenden gesetzlichen Haftungsbeschränkungen, insbesondere die Haftungsbeschränkung des § 323 Abs. 2 HGB.

(2) Sofern weder eine gesetzliche Haftungsbeschränkung Anwendung findet noch eine einzelvertragliche Haftungsbeschränkung besteht, ist die Haftung des Wirtschaftsprüfers für Schadensersatzansprüche jeder Art, mit Ausnahme von Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, sowie von Schäden, die eine Ersatzpflicht des Herstellers nach § 1 ProdHaftG begründen, bei einem fahrlässig verursachten einzelnen Schadensfall gemäß § 54a Abs. 1 Nr. 2 WPO auf 4 Mio. € beschränkt.

(3) Einreden und Einwendungen aus dem Vertragsverhältnis mit dem Auftraggeber stehen dem Wirtschaftsprüfer auch gegenüber Dritten zu.

(4) Leiten mehrere Anspruchsteller aus dem mit dem Wirtschaftsprüfer bestehenden Vertragsverhältnis Ansprüche aus einer fahrlässigen Pflichtverletzung des Wirtschaftsprüfers her, gilt der in Abs. 2 genannte Höchstbetrag für die betreffenden Ansprüche aller Anspruchsteller insgesamt.

(5) Ein einzelner Schadensfall im Sinne von Abs. 2 ist auch bezüglich eines aus mehreren Pflichtverletzungen stammenden einheitlichen Schadens gegeben. Der einzelne Schadensfall umfasst sämtliche Folgen einer Pflichtverletzung ohne Rücksicht darauf, ob Schäden in einem oder in mehreren aufeinanderfolgenden Jahren entstanden sind. Dabei gilt mehrfaches auf gleicher oder gleichartiger Fehlerquelle beruhendes Tun oder Unterlassen als einheitliche Pflichtverletzung, wenn die betreffenden Angelegenheiten miteinander in rechtlichem oder wirtschaftlichem Zusammenhang stehen. In diesem Fall kann der Wirtschaftsprüfer nur bis zur Höhe von 5 Mio. € in Anspruch genommen werden. Die Begrenzung auf das Fünffache der Mindestversicherungssumme gilt nicht bei gesetzlich vorgeschriebenen Pflichtprüfungen.

(6) Ein Schadensersatzanspruch erlischt, wenn nicht innerhalb von sechs Monaten nach der schriftlichen Ablehnung der Ersatzleistung Klage erhoben wird und der Auftraggeber auf diese Folge hingewiesen wurde. Dies gilt nicht für Schadensersatzansprüche, die auf vorsätzliches Verhalten zurückzuführen sind, sowie bei einer schuldhaften Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit sowie bei Schäden, die eine Ersatzpflicht des Herstellers nach § 1 ProdHaftG begründen. Das Recht, die Einrede der Verjährung geltend zu machen, bleibt unberührt.

## 10. Ergänzende Bestimmungen für Prüfungsaufträge

(1) Ändert der Auftraggeber nachträglich den durch den Wirtschaftsprüfer geprüften und mit einem Bestätigungsvermerk versehenen Abschluss oder Lagebericht, darf er diesen Bestätigungsvermerk nicht weiterverwenden.

Hat der Wirtschaftsprüfer einen Bestätigungsvermerk nicht erteilt, so ist ein Hinweis auf die durch den Wirtschaftsprüfer durchgeführte Prüfung im Lagebericht oder an anderer für die Öffentlichkeit bestimmter Stelle nur mit schriftlicher Einwilligung des Wirtschaftsprüfers und mit dem von ihm genehmigten Wortlaut zulässig.

(2) Widerruft der Wirtschaftsprüfer den Bestätigungsvermerk, so darf der Bestätigungsvermerk nicht weiterverwendet werden. Hat der Auftraggeber den Bestätigungsvermerk bereits verwendet, so hat er auf Verlangen des Wirtschaftsprüfers den Widerruf bekanntzugeben.

(3) Der Auftraggeber hat Anspruch auf fünf Berichtsausfertigungen. Weitere Ausfertigungen werden besonders in Rechnung gestellt.

## 11. Ergänzende Bestimmungen für Hilfeleistung in Steuersachen

(1) Der Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, sowohl bei der Beratung in steuerlichen Einzelfragen als auch im Falle der Dauerberatung die vom Auftraggeber genannten Tatsachen, insbesondere Zahlenangaben, als richtig und vollständig zugrunde zu legen; dies gilt auch für Buchführungsaufträge. Er hat jedoch den Auftraggeber auf von ihm festgestellte Unrichtigkeiten hinzuweisen.

(2) Der Steuerberatungsauftrag umfasst nicht die zur Wahrung von Fristen erforderlichen Handlungen, es sei denn, dass der Wirtschaftsprüfer hierzu ausdrücklich den Auftrag übernommen hat. In diesem Fall hat der Auftraggeber dem Wirtschaftsprüfer alle für die Wahrung von Fristen wesentlichen Unterlagen, insbesondere Steuerbescheide, so rechtzeitig vorzulegen, dass dem Wirtschaftsprüfer eine angemessene Bearbeitungszeit zur Verfügung steht.

(3) Mangels einer anderweitigen schriftlichen Vereinbarung umfasst die laufende Steuerberatung folgende, in die Vertragsdauer fallenden Tätigkeiten:

- a) Ausarbeitung der Jahressteuererklärungen für die Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer sowie der Vermögensteuererklärungen, und zwar auf Grund der vom Auftraggeber vorzulegenden Jahresabschlüsse und sonstiger für die Besteuerung erforderlicher Aufstellungen und Nachweise
- b) Nachprüfung von Steuerbescheiden zu den unter a) genannten Steuern
- c) Verhandlungen mit den Finanzbehörden im Zusammenhang mit den unter a) und b) genannten Erklärungen und Bescheiden
- d) Mitwirkung bei Betriebsprüfungen und Auswertung der Ergebnisse von Betriebsprüfungen hinsichtlich der unter a) genannten Steuern
- e) Mitwirkung in Einspruchs- und Beschwerdeverfahren hinsichtlich der unter a) genannten Steuern.

Der Wirtschaftsprüfer berücksichtigt bei den vorgenannten Aufgaben die wesentliche veröffentlichte Rechtsprechung und Verwaltungsauffassung.

(4) Erhält der Wirtschaftsprüfer für die laufende Steuerberatung ein Pauschalhonorar, so sind mangels anderweitiger schriftlicher Vereinbarungen die unter Abs. 3 Buchst. d) und e) genannten Tätigkeiten gesondert zu honorieren.

(5) Sofern der Wirtschaftsprüfer auch Steuerberater ist und die Steuerberatervergütungsverordnung für die Bemessung der Vergütung anzuwenden ist, kann eine höhere oder niedrigere als die gesetzliche Vergütung in Textform vereinbart werden.

(6) Die Bearbeitung besonderer Einzelfragen der Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Einheitsbewertung und Vermögensteuer sowie aller Fragen der Umsatzsteuer, Lohnsteuer, sonstigen Steuern und Abgaben erfolgt auf Grund eines besonderen Auftrags. Dies gilt auch für

- a) die Bearbeitung einmalig anfallender Steuerangelegenheiten, z.B. auf dem Gebiet der Erbschaftsteuer, Kapitalverkehrsteuer, Grunderwerbsteuer,
- b) die Mitwirkung und Vertretung in Verfahren vor den Gerichten der Finanz- und der Verwaltungsgerichtsbarkeit sowie in Steuerstrafsachen,
- c) die beratende und gutachtliche Tätigkeit im Zusammenhang mit Umwandlungen, Kapitalerhöhung und -herabsetzung, Sanierung, Eintritt und Ausscheiden eines Gesellschafters, Betriebsveräußerung, Liquidation und dergleichen und
- d) die Unterstützung bei der Erfüllung von Anzeige- und Dokumentationspflichten.

(7) Soweit auch die Ausarbeitung der Umsatzsteuerjahreserklärung als zusätzliche Tätigkeit übernommen wird, gehört dazu nicht die Überprüfung etwaiger besonderer buchmäßiger Voraussetzungen sowie die Frage, ob alle in Betracht kommenden umsatzsteuerrechtlichen Vergünstigungen wahrgenommen worden sind. Eine Gewähr für die vollständige Erfassung der Unterlagen zur Geltendmachung des Vorsteuerabzugs wird nicht übernommen.

## 12. Elektronische Kommunikation

Die Kommunikation zwischen dem Wirtschaftsprüfer und dem Auftraggeber kann auch per E-Mail erfolgen. Soweit der Auftraggeber eine Kommunikation per E-Mail nicht wünscht oder besondere Sicherheitsanforderungen stellt, wie etwa die Verschlüsselung von E-Mails, wird der Auftraggeber den Wirtschaftsprüfer entsprechend in Textform informieren.

## 13. Vergütung

(1) Der Wirtschaftsprüfer hat neben seiner Gebühren- oder Honorarforderung Anspruch auf Erstattung seiner Auslagen; die Umsatzsteuer wird zusätzlich berechnet. Er kann angemessene Vorschüsse auf Vergütung und Auslagenersatz verlangen und die Auslieferung seiner Leistung von der vollen Befriedigung seiner Ansprüche abhängig machen. Mehrere Auftraggeber haften als Gesamtschuldner.

(2) Ist der Auftraggeber kein Verbraucher, so ist eine Aufrechnung gegen Forderungen des Wirtschaftsprüfers auf Vergütung und Auslagenersatz nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

## 14. Streitschlichtungen

Der Wirtschaftsprüfer ist nicht bereit, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle im Sinne des § 2 des Verbraucherstreitbeilegungsgesetzes teilzunehmen.

## 15. Anzuwendendes Recht

Für den Auftrag, seine Durchführung und die sich hieraus ergebenden Ansprüche gilt nur deutsches Recht.