



Blühendes Barock Gartenschau Ludwigsburg GmbH

LAGEBERICHT

Über das Geschäftsjahr (Kalenderjahr) 2009

1. Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft

1.1. Darstellung des Geschäftsverlaufes

a) Entwicklung von Branche und Gesamtwirtschaft

- Aspekte der Branchenstruktur

Die Stellung des Tagestourismus hat sich durch die Folgen der Wirtschaftskrise, wie erwartet, verbessert.

Vor allem Kurzurlaube neben dem Haupturlaub sind unter Druck. Gleichzeitig ist die Konkurrenzsituation unter den Tagesausflugszielen in der Großregion Stuttgart nach wie vor scharf.

Die Wirtschaftskrise hat aber auch hier zunächst eine ganz leichte Entlastung gebracht, weil die Gelder für weitere Konkurrenzangebote derzeit zu stocken scheinen. Die Realisierung der 2 geplanten Science-Center in Heilbronn und Stuttgart ist in weitere Ferne gerückt.

Die Indoor-Spielwelt „Sensapolis“ in Böblingen hat allerdings, wie erwartet, direkt in der Alterszielgruppe 3 – 10 Jahren erste Publikumserfolge gefeiert, die in Konkurrenz zu Besuchen im Märchengarten steht.

- Aspekte der Branchenkonjunktur

Die Saison 2009 war in nahezu allen Betrieben der wetterabhängigen Freizeitbranche ein gutes Jahr mit Zuwächsen gegenüber dem durchwachsenen Vorjahr 2008.

Laut Berichten im Fachmagazin „Euro Professional Amusement“ hatten viele Betriebe zwischen 3 % und 5 % mehr Besucher, allerdings stellten die Fach-

journalisten fest, dass die Betriebe, die letztes Jahr keine Zuwächse hatten, tendenziell mit Strukturproblemen zu kämpfen haben.

Die positive Besucherentwicklung im Blühenden Barock passt von der Tendenz her ganz genau in das Gesamtbild der Branche.

- **Position des Unternehmens innerhalb der Branche**

Auch 2009 war die Medienpräsenz auf einem enormen Niveau, sowohl in Presse, Radio und Fernsehen:

- **52 Folgen „GRÜNzeug“ im SWR-Fernsehen wurden auch 2009 ausgestrahlt mit 280.000 bis 450.000 Zuschauern pro Erstausstrahlung der Sendungen. Nicht gerechnet sind hier Zuschauer außerhalb Baden-Württembergs.**
- **Die Berichterstattung rund um die Aktion „Weltrekordlebkuchen“ am 18.12.2009 brachte Ludwigsburg allgemein, dem Schloss und dem Blühenden Barock eine überragende und positive Präsenz im SWR-Fernsehen und in den bundesweiten Printmedien.**
- **Die „Schlagernacht“ aus dem Südgarten des Blühenden Barock wurde insgesamt 2mal wiederholt und hatte insgesamt ca. 750.000 Zuschauer.**
- **Die wöchentlichen Gartentipps in SWR 4 Baden-Württemberg laufen weiterhin mit ca. 600.000 Hörern pro Ausstrahlung.**
- **Eine 1,5 stündige Live-Sendung des SWR-Fernsehens am 1. Mai von den Barocken Gartentagen hatte ebenfalls ca. 500.000 Zuschauer.**
- **Unzählige weitere Fernsehbeiträge und Radiobeiträge im SWR-Fernsehen, in Vox und Regio-TV ergänzen das Medienecho.**

Durch die hohe Präsenz in den Medien Presse, Rundfunk und Fernsehen hat sich die öffentliche Wahrnehmung und damit die Position des Unternehmens innerhalb der Branche weiter gefestigt.

b) Übersicht Jahresprogramm 2009

28.02. – 19.03.2009	Dauerkartenvorverkauf
20.03.2009	Saisonöffnung
20.03. – 26.04.2009	Citrusduft liegt in der Luft
30.04. – 03.05.2009	Barocke Gartentage
30.04. – 17.05.2009	Floristik und Kunst
21.05. – 21.06.2009	Bambus – Fernöstliches Flair
29.05. – 31.05.2009	Strassenmusikfestival
12.06. – 14.06.2009	Retro Classics meets Barock
25.06. – 12.07.2009	Bonsai – Der Baum in der Schale
04.07.2009	Musikfeuerwerk
16.07. – 30.08.2009	Innere Gärten – Nachdenken über Natur
01.08. – 02.08.2009	Märchenfest
29.08.2009	Lichterzauber
03.09.- 04.10.2009	Pelargonien – Farbenpracht aus Südafrika
04.09. – 01.11.2009	Weltgrößte Kürbisausstellung
08.10. – 01.11.2009	Zauber der Herbstfarben
01.11.2009	Saisonende

**c) Gegenüberstellung und Entwicklung der Umsatzerlöse
der Jahre 2006, 2007, 2008 und 2009**

	<u>2006</u> in Euro	<u>2007</u> in Euro	<u>2008</u> in Euro	<u>2009</u> in Euro
Dauerkarten	711.029	728.121	802.633	857.060
Tageskarten	1.690.535	1.887.368	1.829.456	2.063.983
Feuerwerk	59.816	70.544	86.698	79.412
Lichterfest	16.233	30.195	32.605	27.814
Straßenmusikfestival	0	51.312	65.090	92.019
Sonstige Veranstaltungen	0	0	0	18.206
Hist.Spielgeräte	37.032	30.169	23.410	25.429
Goldesel u.Präge- Automat	18.381	20.224	18.259	21.162
Kiosk	0	26.682	0	0
	<u>2.533.026</u>	<u>2.844.615</u>	<u>2.858.151</u>	<u>3.185.085</u>

d) Zusammenstellung der Besucherzahlen

	2006	2007	2008	2009
<u>1. Tageskarten</u>				
Erwachsene	124.138	144.376	138.982	157.382
Kinder	60.460	67.434	61.386	66.814
Familien	58.511	70.620	45.861	55.014
Gesellschaften (ab 20 Pers.)	24.655	36.918	28.127	30.655
Senioren ab 65	35.873	41.620	36.193	46.209
Schwerbeschädigte	3.958	4.749	4.109	4.840
Abendkarten	4.880	5.426	4.119	4.688
Landesfamilienpaß	24.260	25.050	19.150	20.760
Barocke Erlebniskarte	12.475	12.772	14.173	16.351
Pauschalen +Gutscheine	29.054	29.508	28.857	26.420
Veranstaltungen	74.708	48.807	83.797	62.937
Begleitpersonen v. Behin- derten, Busfahrer, Lehrer	4.668	5.701	6.686	8.428
Freikarte 3. Kind, Kinder < 4, Schulen/KiGa aus LB	27.329	33.665	31.801	33.599
Freikarten	1.038	1.254	1.053	1.340
Tageskarten gesamt	486.007	527.900	504.294	535.437
<u>2. Dauerkarten</u>				
Erwachsene	24.077	24.479	23.540	25.442
Schüler, Kinder, Studenten	2.219	2.168	2.132	2.325
Schwerbehinderte	974	1.010	1.016	1.060
Sozialhilfeempfänger	1.057	1.042	1.091	867
Familien	7.122	7.915	7.561	8.443
Freikarten (3. Kind)	302	289	280	436
Personalkarten	196	193	204	222
Ehrenkarten BlüBa	128	114	113	116
Presse	73	86	81	64
Dienstkarten	220	222	279	225
Dauerkarten gesamt	36.368	37.518	36.297	39.200

e) **Beurteilung des Geschäftsverlaufes**

Das Geschäftsjahr begann mit einem ziemlich hartnäckigen Winter. Der Dauerkartenvorverkauf lag mit einem Plus von 6,7 % auf Rekordniveau.

Das Tageskartengeschäft brachte erfreuliche Zuwächse von ca. 12,8 %.

Das Geschäft war von Anfang an gleichmäßig und die wichtigsten Sonderveranstaltungen wie die Barocke Gartentage, Musikfeuerwerk, Retro Classics meets Barock und Lichterzauber waren vom Wetter begünstigt.

Auch im 10. Jahr der Kürbisausstellung konnte das gute Vorjahresergebnis im Ausstellungszeitraum nochmals leicht gesteigert werden.

1.2. **Darstellung der Lage der Gesellschaft**

Die Umsatzerlöse 2009 liegen gegenüber dem Jahr 2008 um 11,4 % höher.

Dem Jahresüberschuß im Jahr 2008 in Höhe von € 246.507,00 steht im Berichtsjahr 2009 ein Jahresüberschuß in Höhe von € 219.629,99 gegenüber.

Die Gesellschaft hat im Geschäftsjahr 2009 von der insolventen Porzellanmanufaktur Ludwigsburg die Markenrechte und Formen erworben.

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft sind geordnet.

1.3. **Hinweise auf Risiken der künftigen Entwicklung**

Aufgrund der wirtschaftlichen Verhältnisse kann davon ausgegangen werden, dass der Fortbestand des Unternehmens gesichert ist. Aufgrund der schwierigen finanziellen Situation der Gesellschafter wurden zwar die Gesellschafterzuschüsse für 2009 und 2010 gekürzt, allerdings mit der klaren Aussage der Gesellschafter, dass die Liquidität des Unternehmens stets gesichert sein wird.

Nach meiner Beurteilung bestehen also keine bestandsgefährdenden Risiken oder sonstige Risiken mit wesentlichem Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage, die sich nachteilig auf den Geschäftsverlauf bzw. die Lage auswirken und somit die künftige Entwicklung des Unternehmens beeinträchtigen können.

2. Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Schluss des Geschäftsjahres eingetreten sind (Nachtragsbericht)

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die Auswirkung auf die Lage des Unternehmens haben, sind nicht eingetreten.

Folgende bedeutende Projekte sind in der Umsetzung:

- Die Publikumsattraktion „Tal der Vogelstimmen“ kann generalsaniert zum Saisonbeginn in Betrieb genommen werden.
- Die Neupflanzung des Rosengartens im „Unteren Ostgarten“ kann zum Saisonbeginn abgeschlossen werden.
- Der 1. Bauabschnitt der Instandsetzung des „Heilkräutergartens“ kann mit der Bepflanzung zum 1. April 2010 fertiggestellt werden.
- Die „Barocken Gartentage“ haben mit 125 Ausstellern erneut eine Rekordbeteiligung.
- Bei allen anderen Großveranstaltungen laufen die Vorbereitungen planmäßig (Retro Classics meets Barock, Musikfeuerwerk, Lichterzauber und Märchenfest).
- Auch die 11. Ausgabe der „Weltgrößten Kürbisausstellung“ hat mit dem Thema „Kürbismeer“ ein attraktives Motto.
- Die Live-Sendung des SWR-Fernsehens von den Barocken Gartentagen am 2. Mai wurde von 1,5 h in 2009 auf 2 ¼ h verlängert.
- Auch in 2010 wird „GRÜNzeug“ wöchentlich im SWR-Fernsehen aus dem Blühenden Barock gesendet.

3. **Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft (Prognosebericht)**

Im Wirtschaftsplan für das Geschäftsjahr 2010 stehen Einnahmen von T€ 3.241 zuzüglich Verlustübernahmen der Gesellschafter von T€ 800 Aufwendungen von T€ 4.216 gegenüber.

Ziel des Wirtschaftsplanes ist im Geschäftsjahr 2010 ein Ergebnis in Höhe von T€ - 175 auszuweisen.

Einen maßgeblichen Einfluß auf das Erreichen der gesteckten Ziele haben folgende Faktoren:

- **Die Zuschüsse der Gesellschafter werden, sobald es die wirtschaftliche Gesamtlage erlaubt, wieder von € 800.000 in 2010 auf € 975.000 angehoben.
Die Investitionen müssen als direkte Folge davon wieder auf Normalniveau angehoben werden, um wichtige Zukunftsprojekte realisieren zu können, wie den Neubau des Kakteen- und Vogelhauses und die Neugestaltung des Haupteinganges.**
- **Es bleibt zu hoffen, dass sich der Trend hin zu weniger Kurzreisen und mehr Ausflügen im direkten Umfeld auch tatsächlich im Ausflugsverhalten der Gäste widerspiegelt.**
- **Das Jubiläum „50 Jahre Märchengarten“ in 2009 und die daraus resultierenden Publikumserfolge sind ein klarer Beweis, dass diese Publikumsattraktion weiterhin behutsam ausgebaut werden muss und vor allem, dass ständig an Detailverbesserungen im Angebot gearbeitet werden muss.**
- **Angesichts knapper Werbeetats muss auch weiterhin die Medienpräsenz auf hohem Niveau gehalten werden, denn nur so bleiben das Blühende Barock und das Residenzschloss im Blickpunkt der Öffentlichkeit.**
- **Ständige Optimierungen der Service-Qualität allgemein - beim Kontakt mit den Gästen - sind unabdingbar, denn nur zufriedene Gäste werden das Blühende Barock erneut besuchen.**

Ludwigsburg, 31.3.2010

Volker Kugel
Direktor