



BLÜHENDES BAROCK
LUDWIGSBURG

Anlage 4
Seite 1

**Blühendes Barock
Gartenschau Ludwigsburg GmbH,
Ludwigsburg**

**Lagebericht
für das Geschäftsjahr
2018**



1. Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft

1.1. Darstellung des Geschäftsverlaufes

a) Entwicklung von Branche und Gesamtwirtschaft

- Aspekte der Branchenstruktur

Der Tagestourismus ist in Baden-Württemberg weiterhin ein ganz wichtiger Teil des Tourismusgeschäftes.

Die Erweiterung der Wissens-Ausstellung 'Experimenta' in Heilbronn ist im März 2019 planmäßig eröffnet worden.

Die Hauptzielgruppe überschneidet sich mit 4 – 10 Jahren mit der des Märchengartens.

Viele Freizeitparks ergänzen ihr Angebot für Kinder unter 10 Jahren.

In Sinsheim eröffnet im Herbst 2019 ein Klima - Erlebniszentrum, ebenfalls mit der Zielgruppe 4 – 10 Jahre. Die Konkurrenz der Tagesausflugsziele ist also weiterhin steigend und der Wettbewerb um die Gäste nimmt eher zu.

- Aspekte der Branchenkonjunktur

Die Saison 2018 war laut einer Branchenumfrage des Fachmagazins „Euro Professional Amusement“ für einen Großteil der Freizeitbetriebe positiv mit leichten Zuwächsen. Die Besucherentwicklung im Blühenden Barock passt also ins Gesamtbild der wetterabhängigen Freizeitbranche.

Insgesamt gab es aber, wie im Vorjahr, auch Betriebe mit Rückgängen bei den Besucherzahlen, vor allem bei manchen Zoos und bei klassischen Freizeiteinrichtungen, wie Museen. Der Trend, dass die guten und etwas schlechteren Betriebe weiter auseinander driften hält an.



- **Position des Unternehmens innerhalb der Branche**

Auch 2018 war die Medienpräsenz auf einem hohen Niveau. Dies gilt für Presseberichte, Radio- und Fernsehsendungen sowie Zugriffe auf die Internetseite und Kontakte über den 'Social Media Auftritt' bei Facebook. Der You-Tube Kanal Grünzeug.tv startete vielversprechend.

- Die Sendung 'Grünzeug' im SWR wurde nach ca. 350 Folgen aus dem Blühenden Barock vom SWR ersatzlos eingestellt. Allerdings laufen bundesweit im HR, RBB, MDR und BR noch Wiederholungen „alter“ Sendungen von 'Grünzeug' mit hohem Werbewert, da Werbewirkung außerhalb von Baden-Württembergs mit klassischer Werbung und einem relativ kleinen Etat, schwer zu erzielen ist.
- Die Sendung 'Gartengeschichten' im SWR ein sog. Compilations-Format mit aufbereiteten Beiträgen von 'Grünzeug' lief 2018 insgesamt 60 mal in Baden-Württemberg, zum Großteil präsentiert aus dem Blühenden Barock.
- Die wöchentlichen Gartentipps in SWR4 „Donnerstag nach 10“ laufen weiterhin mit ca. 620.000 Hörern pro Sendung.
- Regelmäßige Präsenz in „Kaffee oder Tee“ im SWR und andere Radio- und Fernsehbeiträge runden die Medienpräsenz ab.
- Anfang 2018 wurde ein You-Tube Kanal gestartet unter dem Titel „Grünzeug.tv“. Inzwischen sind über 35 selbst produzierte Gartenbeiträge online und die Zugriffszahl vieler Themen liegt zwischen 10.000 und 50.000, bei einzelnen Themen über 100.000 Zugriffen.
- Der Facebook-Auftritt hat inzwischen über 92.000 Freunde.

Die Position des Unternehmens in den Medien ist also weiterhin stabil, wobei die „neuen“ Medien ein steigendes Interesse erfahren.



b) Übersicht Jahresprogramm 2018

24.02. - 15.03.2018	Dauerkartenvorverkauf
16.03.2018	Saisoneroöffnung
16.03. - 15.04.2018	Frühling
16.03. - 22.04.2018	Strohwelten
19.04. – 03.06.2018	Schlingpflanzen
28.04. – 01.05.2018	Barocke Gartentage
18.05. – 20.05.2018	Strassenmusikfestival
07.06. - 22.07.2018	Blütendrucke
07.07. - 30.08.2018	Sandkunst
07.07.2018	Musikfeuerwerk
18.07. - 12.08.2018	Circus Roncalli
26.07. – 26.08.2018	Weiße Eleganz
28.07. - 29.07.2018	Märchenfest
18.08.2018	Lichterzauber
30.08. - 30.09.2018	Blumenhimmel
31.08. – 04.11.2018	Weltgrößte Kürbisausstellung
03.10. – 04.11.2018	Zapfenvielfalt
04.11.2018	Saisonende



c) Gegenüberstellung und Entwicklung der Umsatzerlöse der Jahre 2015, 2016, 2017 und 2018

	2015	2016	2017	2018
	EUR	EUR	EUR	EUR
Dauerkarten	1.083.353	1.120.708	1.242.582	1.280.428
Tageskarten	2.477.856	2.694.387	3.180.981	3.184.040
Feuerwerk	124.899	44.760	62.240	125.122
Lichterzauber	65.884	45.768	71.452	79.122
Straßenmusikfestival	180.491	113.051	162.080	197.602
Sonstige Veranstaltungen	167.770	6.318	9.128	9.493
Hist. Spielgeräte	30.529	32.222	34.709	35.927
Goldesel u. Präge-Automat, Goldenes Huhn (2016)	21.918	36.078	40.143	40.302
Wirtschaftliche Geschäfts- betriebe	181.483	203.611	184.892	209.103
Vermögensverwaltung	368.323	342.346	388.742	422.407
	<u>4.702.506</u>	<u>4.639.249</u>	<u>5.376.949</u>	<u>5.583.546</u>



d) Zusammenstellung der Besucherzahlen

	<u>2015</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>	<u>2018</u>
<u>1. Tageskarten</u>				
Erwachsene	214.739	227.654	255.317	261.784
Kinder	66.971	67.898	75.035	75.488
Familien	74.499	76.794	82.764	75.371
Gesellschaften (ab 20 Pers.)	33.869	34.346	36.644	34.253
Schwerbeschädigte	11.521	12.026	13.954	13.198
Abendkarten	4.678	5.380	6.204	6.409
Landesfamilienpaß	11.259	11.052	11.403	10.710
Barocke Erlebniskarte	9.230	9.635	10.694	9.477
Pauschalen +Gutscheine	39.484	49.163	49.878	52.273
Veranstaltungen	70.763	40.952	35.328	56.046
Begleitpersonen v. Behinderten, Busfahrer, Lehrer	7.124	5.887	6.216	6.533
Kinder<4, Schulen/KiGa aus LB 3)	29.215	29.812	20.809	29.620
Freikarten	1.898	1.888	1.053	1.248
Tageskarten gesamt	<u>575.250</u>	<u>572.487</u>	<u>605.299</u>	<u>632.410</u>
<u>2. Dauerkarten</u>				
Erwachsene	25.047	25.782	25.379	26.189
Schüler, Kinder, Studenten	2.451	2.526	1.409	1.486
Schwerbehinderte ab 50%	3.123	3.290	3.354	3.360
Sozialhilfeempfänger	722	792	713	766
Familien	9.278	9.754	11.008	11.033
Freikarten (3. Kind)	439	464	378	333
Personalkarten	223	239	253	231
Ehrenkarten BlüBa	68	60	55	54
Presse	39	30	32	34
Dienstkarten	196	320	263	417
Dauerkarten gesamt	<u>41.586</u>	<u>43.257</u>	<u>42.844</u>	<u>43.903</u>



e) Beurteilung des Geschäftsverlaufes

Der Dauerkartenverkauf lag mit über 43.000 Stück zahlenmäßig wieder auf dem sehr hohen Vorjahresniveau.

Es konnte insgesamt ein Ergebnis von T€ 1.280 erreicht werden gegenüber dem Haushaltsansatz von T€ 1.085.

Das Tageskartengeschäft war von Anfang an gut und damit besser als im Vorjahr. Der Hitzesommer drückte bis Ende August die Zahlen wieder auf Vorjahresniveau. Die Kürbisausstellung brachte erneut ein sehr gutes Ergebnis. Insgesamt ergab das Tageskartengeschäft mit € 3.184 ein kleines Plus gegenüber dem Vorjahr.

Die Sonderveranstaltungen Barocke Gartentage, Straßenmusikfestival, Feuerwerk und Lichterzauber brachten dank tollen Wetters durchweg positive Zahlen.

1.2. Darstellung der Lage der Gesellschaft

Die Umsatzerlöse 2018 liegen gegenüber dem Jahr 2017 um TEUR 206 bzw. 3,8 % höher. Auch die sonstigen betrieblichen Erträge erhöhten sich um TEUR 32 (7,3 %). Die Gesamtleistung konnte somit um TEUR 238 bzw. 4,1 % gesteigert werden. Die betrieblichen Aufwendungen reduzierten sich insgesamt um TEUR 56. Die Erhöhung des Personalaufwands um TEUR 152 ergibt sich durch die Tarifierhöhung und die Wiederbesetzung einer offenen Stelle. Die Instandhaltungsaufwendungen reduzierten sich um TEUR 179 gegenüber dem Vorjahr. Insgesamt konnte ein positives Betriebsergebnis in Höhe von TEUR 444 gegenüber TEUR 209 im Vorjahr erzielt werden.

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



1.3. Hinweise auf Risiken der künftigen Entwicklung

Aufgrund der wirtschaftlichen Verhältnisse kann davon ausgegangen werden, dass der Fortbestand des Unternehmens gesichert ist. Auch 2019 wird ein Gesellschafterzuschuss möglicherweise entstehende Verluste des Unternehmens aus dem Geschäftsbetrieb abdecken.

Nach meiner Beurteilung bestehen 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 könnten.

2. Prognose- und Chancenbericht

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

Folgende bedeutende Projekte sind in der Umsetzung:

- Die Pergola im Märchengarten mit 2 Präsentationspavillons wurde zum Saisonbeginn planmäßig fertiggestellt und eingeweiht.
- Der Bau der neuen Märchenszene „Tumult im Märchenwald“ läuft planmäßig. Die Einweihung ist für den 16.5.2019 geplant.
- Die Barocken Gartentage 2019 sind auch diesmal mit 165 Ausstellern ausgebucht.
- Die Vorbereitungen für die weiteren Sonderveranstaltungen der Saison 2019 laufen planmäßig.
- Der Dauerkartenvorverkauf für die Saison 2019 brachte ein Ergebnis auf dem hohen Vorjahresniveau.



Im Wirtschaftsplan für das Geschäftsjahr 2019 stehen Einnahmen von T€ 4.810 zuzüglich Verlustübernahmen der Gesellschafter von max. T€ 500 Aufwendungen von T€ 5.310 gegenüber.

Ziel des beschlossenen Wirtschaftsplanes ist es, im Geschäftsjahr 2019 ein ausgeglichenes Ergebnis auszuweisen.

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

- Mit dem derzeitigen Eintrittspreis für Park und Märchengarten liegt das Blühende Barock deutlich unter dem vergleichbarer Ziele wie z.B. Landesgartenschauen. Das ist gut so, denn ein Ausflug ins Blühende Barock ist so auch stets für Familien möglich, die in einem engen finanziellen Rahmen planen müssen. Die Eintrittspreise müssen trotzdem ganz regelmäßig der Kostenentwicklung angepasst werden.
- Eine Besucherbefragung im Herbst 2018 unter 2.750 Befragten hat positive Ergebnisse gebracht. 98 % der Gäste wollen das Blühende Barock nochmals besuchen. Die Zufriedensheitswerte mit der Parkpflege und dem Besucherlebnis insgesamt sind hoch und seit Jahren stabil. Ein ständiges Hinterfragen der Details bleibt weiterhin die Hauptaufgabe.
- Die redaktionelle Berichterstattung in den Medien ist ein Eckpfeiler der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Hier muss weiterhin intensiv gearbeitet werden, denn der klassische Werbeetat würde für eine landesweite Wahrnehmung des Unternehmens bei Weitem nicht ausreichen.



- Einer der Hauptgarantien für den wirtschaftlichen Erfolg des Blühenden Barock ist die „weltgrößte Kürbisausstellung“. Inzwischen hat die Veranstaltung landesweit ein positives Image und sorgt für höchste Besucherzahlen im Herbst. Das Thema „Kürbis“ ist sehr emotional und deshalb erfolgreich. Daran muss konzeptionell laufend gearbeitet werden, um den Erfolg auf diesen hohem Niveau zu halten.
- Der Märchengarten ist auch nach 60 Jahren seines Bestehens ein beständiger Anziehungspunkt. Die traditionellen Märchendarstellungen sind auch heute noch attraktiv, wenn sie detailgenau gepflegt werden – das ist die klare Aufgabe bei der Instandhaltung. Genauso ist der Einsatz digitaler Techniken bei neuer Märchenszenen ein Muss, um mittelfristig einen optimalen Mix zu schaffen.

Ludwigsburg, 15.5.2019

Volker Kugel
Direktor