



BLÜHENDES BAROCK
LUDWIGSBURG

Anlage 4
Seite 1

**Blühendes Barock
Gartenschau Ludwigsburg GmbH,
Ludwigsburg**

**Lagebericht
für das Geschäftsjahr
2019**

Elektronische Kopie



1. Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft

1.1. Darstellung des Geschäftsverlaufes

a) Entwicklung von Branche und Gesamtwirtschaft

- Aspekte der Branchenstruktur

Der Tagestourismus war 2019 in Baden-Württemberg weiterhin ein ganz stabiler Teil des Tourismusgeschäftes.

Dabei ist die Konkurrenzsituation der Freizeitbranche weiterhin auf hohem Niveau. Die Investitionen der direkten Konkurrenten sind zum Teil sehr hoch.

Die Erweiterung der Wissens-Ausstellung 'Experimenta' in Heilbronn ist im März 2019 planmäßig eröffnet worden und hat sofort mehr als 200.000 Besucher angezogen. Die Hauptzielgruppe überschneidet sich mit 4 – 10 Jahren mit der des Märchengartens.

Viele Freizeitparks ergänzen ihr Angebot für Kinder unter 10 Jahren.

In Sinsheim hat im Herbst 2019 ein Klima – Erlebniszentrum eröffnet, ebenfalls mit der Zielgruppe 4 – 10 Jahre. Hier war die Besucherresonanz bisher verhalten, ein Beweis, dass ohne entsprechendes Marketing auch ein solches EUR 40 Mio. Projekt kein Selbstläufer ist.

Der Erlebnispark Tripsdrill eröffnet Ende Mai 2020 gleich 2 neue Achterbahnen.

Die Konkurrenz der Tagesausflugsziele ist also weiterhin steigend und der Wettbewerb um die Gäste nimmt zu.



- **Aspekte der Branchenkonjunktur**

Die Saison 2019 war laut einer Branchenumfrage des Fachmagazins „Euro Professional Amusement“ für einen Großteil der Freizeitbetriebe nicht überragend, aber gut mit Gleichstand oder nur leichten Zuwächsen oder Rückgängen bei der Besucherentwicklung im Vergleich zum Vorjahr.

Die Besucherentwicklung im Blühenden Barock passt also ins Gesamtbild der wetterabhängigen Freizeitbranche.

Der Trend, dass die guten und etwas schlechteren Betriebe sich weiter auseinander entwickeln, hat sich verstärkt.

- **Position des Unternehmens innerhalb der Branche**

Auch 2019 war die Medienpräsenz auf einem sehr 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 hat sich sehr gut entwickelt.

- Die Sendung 'Grünzeug' im SWR wurde Anfang 2018 – nach ca. 350 Folgen aus dem Blühenden Barock – vom SWR ersatzlos eingestellt.

Noch immer laufen bundesweit im HR, RBB, MDR und BR 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.

- Auch die Sendung 'Gartengeschichten' im SWR ein sog. Compilations-Format mit aufbereiteten Beiträgen von 'Grünzeug' lief 2019 insgesamt 80 mal in Deutschland als Wiederholung, zum Großteil präsentiert aus dem Blühenden Barock.



- Die wöchentlichen Gartentipps in SWR4 „Donnerstag nach 10“ laufen weiterhin mit ca. 640.000 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 50 selbst produzierte Gartenbeiträge online und die Zugriffszahl vieler Themen liegt zwischen 10.000 und 50.000, bei einzelnen Themen über 100.000 Zugriffen und in der Spitze bei 250.000. Mehr als 1,5 Mio. Zugriffe auf diesem Kanal sind ein sehr gutes Ergebnis.
- Der Facebook-Auftritt hat inzwischen über 97.000 Freunde.

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



b) Übersicht Jahresprogramm 2019

02.03. - 21.03.2019	Dauerkartenvorverkauf
22.03.2019	Saisoneroöffnung
22.03. - 14.04.2019	Frühlingsfenster
22.03. - 28.04.2019	Frühlingserwachen
18.04. - 26.05.2019	Gartenzwerge
01.05. - 05.05.2019	Barocke Gartentage
30.05. - 30.06.2019	Exotisch Gerahmt
07.06. - 09.06.2019	Straßenmusikfestival
05.07. - 04.08.2019	Seerosen
06.07.2019	Musikfeuerwerk
06.07. - 29.08.2019	Sandkunst
27.07. - 28.07.2019	Märchenfest
17.08.2019	Lichterzauber
09.08. - 06.10.2019	Florale Skulpturen/Barfußweg
30.08. - 03.11.2019	Weltgrößte Kürbisausstellung
03.10. - 04.11.2018	Zapfenvielfalt
10.10. - 03.11.2019	Früchtetabletts
03.11.2019	Saisonende



c) **Gegenüberstellung und Entwicklung der Umsatzerlöse der Jahre 2016, 2017, 2018 und 2019**

	2016	2017	2018	2019
	EUR	EUR	EUR	EUR
Dauerkarten	1.120.708	1.242.582	1.280.428	1.251.662
Tageskarten	2.694.387	3.180.981	3.184.040	3.012.263
Feuerwerk	44.760	62.240	125.122	133.410
Lichterzauber	45.768	71.452	79.122	29.599
Straßenmusikfestival	113.051	162.080	197.602	175.388
Sonstige Veranstaltungen	6.318	9.128	9.493	28.281
Hist. Spielgeräte	32.222	34.709	35.927	35.831
Goldesel u. Präge-Automat, Goldenes Huhn	36.078	40.143	40.302	41.197
Wirtschaftliche Geschäftsbetriebe	203.611	184.892	209.103	181.213
Vermögensverwaltung	342.346	388.742	422.407	462.152
	<u>4.639.249</u>	<u>5.376.949</u>	<u>5.583.546</u>	<u>5.350.996</u>



d) Zusammenstellung der Besucherzahlen

	2016	2017	2018	2019
<u>1. Tageskarten</u>				
Erwachsene	227.654	255.317	261.784	248.427
Kinder	67.898	75.035	75.488	73.759
Familien	76.794	82.764	75.371	85.304
Gesellschaften (ab 20 Pers.)	34.346	36.644	34.253	32.760
Schwerbeschädigte	12.026	13.954	13.198	12.588
Abendkarten	5.380	6.204	6.409	5.848
Landesfamilienpass	11.052	11.403	10.710	11.250
Barocke Erlebniskarte	9.635	10.694	9.477	9.023
Pauschalen + Gutscheine	49.163	49.878	52.273	52.203
Veranstaltungen	40.952	35.328	56.046	46.180
Begleitpersonen v. Behinderten, Busfahrer, Lehrer	5.887	6.216	6.533	5.682
Kinder<4, Schulen/KiGa aus LB 3)	29.812	20.809	29.620	29.156
Freikarten	1.888	1.053	1.248	1.287
Tageskarten gesamt	572.487	605.299	632.410	613.467
<u>2. Dauerkarten</u>				
Erwachsene	25.782	25.379	26.189	25.919
Schüler, Kinder, Studenten	2.526	1.409	1.486	1.428
Schwerbehinderte ab 50 %	3.290	3.354	3.360	3.407
Sozialhilfeempfänger	792	713	766	713
Familien	9.754	11.008	11.033	10.780
Freikarten (3. Kind)	464	378	333	314
Personalkarten	239	253	231	235
Ehrenkarten BlüBa	60	55	54	49
Presse	30	32	34	3
Dienstkarten	320	263	417	143
Dauerkarten gesamt	43.257	42.844	43.903	42.991



e) Beurteilung des Geschäftsverlaufes

Der Dauerkartenverkauf lag bei ca. 43.000 Stück und somit konnte das gute Vorjahresergebnis nicht ganz erreicht werden.

Es konnte insgesamt ein Ergebnis von TEUR 1.252 erreicht werden gegenüber dem Haushaltsansatz von TEUR 1.175.

Das Tageskartengeschäft war von Anfang an gut mit einem starken Einbruch im Mai. Im Sommer erholten sich die Zahlen bis Ende August wieder fast auf Vorjahresniveau. Die Kürbisausstellung brachte erneut ein sehr gutes Ergebnis, allerdings mit deutlich schlechterem Wetter. Insgesamt ergab das Tageskartengeschäft mit TEUR 3.012 ein Minus von 5,4 % gegenüber dem Vorjahr.

Die Sonderveranstaltungen 'Gartentage', Straßenmusikfestival und Feuerwerk brachten dank ordentlichem Wetters durchweg positive Zahlen.

Der Lichterzauber war total verregnet und rutschte ins Minus.

1.2. Darstellung der Lage der Gesellschaft

Die Umsatzerlöse 2019 lagen gegenüber dem Jahr 2018 um TEUR 232 bzw. 4,2 % niedriger. Die Gesamtleistung reduzierte sich somit um TEUR 253 bzw. 4,2 %. Die betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich insgesamt um TEUR 106. Die Erhöhung des Personalaufwands um TEUR 102 resultiert im Wesentlichen aus der Tarifierhöhung. Die Instandhaltungsaufwendungen reduzierten sich um TEUR 39 gegenüber dem Vorjahr. Insgesamt konnte zwar ein positives Betriebsergebnis in Höhe von TEUR 31 erzielt werden, das jedoch deutlich unter dem Vorjahr (TEUR 444) lag.

Dem Jahresgewinn im Jahr 2018 in Höhe von TEUR 446 folgt im Berichtsjahr 2019 ein Jahresgewinn von TEUR 23.

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. Auch 2020 wird ein Gesellschafterzuschuss möglicherweise entstehende Verluste des Unternehmens aus dem Geschäftsbetrieb abdecken. Die noch nicht abschätzbaren finanziellen Auswirkungen der Corona-Krise müssen eventuell über Kredite aufgefangen werden.

Nach meiner Beurteilung bestehen trotzdem 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 und den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten.

2. Prognose- und Chancenbericht

Ende Februar 2020 erschütterte die Corona-Krise das ganze Land. Auch Tourismusziele wie das Blühende Barock Ludwigsburg wurden hart getroffen. Die Saisonöffnung am 20.03.2020 musste ausfallen. Letztendlich konnte am 06.05.2020 eingeschränkt geöffnet werden. Alle Sonderveranstaltungen bis 31.08. mussten abgesagt werden. Die Gesellschafter haben mit je EUR 200.000 Zuschüssen die Liquidität der Gesellschaft bis Mitte Juni erhalten. Wie die Situation sich wirtschaftlich in 2020 weiterentwickelt, ist kaum abzuschätzen. Der Fortbestand des Unternehmens ist nicht gefährdet, die Liquidität muss ggf. über Kreditaufnahmen in Absprache mit den Gesellschaftern gesichert werden.

Eine Saisonverlängerung bis 06.12.2020 soll zumindest einen Teil der verlorenen Einnahmen zurückbringen.

Folgende bedeutende Projekte konnten im Geschäftsjahr 2019 abgeschlossen werden bzw. sind in der Umsetzung:

- Die Lärmschutzwand entlang der Marbacherstraße konnte zum 20.03.2020 fristgerecht fertiggestellt werden.
- Die „digitale Gartengeschichte“ ist fertiggestellt, konnte aber wegen der Schließung noch nicht präsentiert werden.



- Der „digitale Kartenverkauf“ ist zu 98 % fertiggestellt. Die absolute Endmontage der Technik vor Ort konnte nicht ausgeführt werden, weil die Techniker der beauftragten österreichischen Firma nicht ausreisen durften wegen der Corona-Krise.
- Der Vorverkauf der Dauerkarten lief bis ca. 12.03. gut, wurde dann aber von der Corona-Krise eingebremst und musste am 18.03. abgebrochen werden. Wie viele der nicht verkauften Vorverkaufsdauerkarten noch nachträglich verkauft werden, ist schwer einzuschätzen.

Im Wirtschaftsplan für das Geschäftsjahr 2020 stehen Einnahmen von TEUR 5.515 Ausgaben von TEUR 5.515 gegenüber.

Ziel des beschlossenen Wirtschaftsplanes war es ursprünglich, im Geschäftsjahr 2020 ein ausgeglichenes Ergebnis auszuweisen. Aufgrund der aktuellen Entwicklungen im Zusammenhang mit der Corona-Krise ist jedoch ein Nachtragswirtschaftsplan notwendig.

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

- Auch in der Zukunft werden sich wohl selbst bei Normalbetrieb operative Verluste der Gesellschaft nicht komplett vermeiden lassen, da das Geschäft sehr wetterabhängig ist. Wie die Folgen der Corona-Krise ins Jahr 2021 hineinreichen werden, ist nicht abschätzbar.

Es wird also auch weiterhin entscheidend für die Existenz der Gesellschaft sein, dass die Gesellschafter entstehende Verluste durch ihre Zuschüsse abdecken.

Nur dadurch ist der Substanzerhalt der Gartenanlagen zu sichern und es können in vernünftigem Maß Neuinvestitionen getätigt werden.

- Trotz der Preisanpassung in 2020 für Park und Märchengarten liegt das Blühende Barock deutlich unter dem Eintrittspreis 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 weiterhin regelmäßig der Kostenentwicklung angepasst werden.



- Trotz der positiven Ergebnisse der Besucherbefragung aus 2018 bleibt ein ständiges Arbeiten am Detail eine der Hauptaufgaben.
- Die sozialen Medien gewinnen zunehmend an Bedeutung, aber die redaktionelle Berichterstattung in den Medien ist ein Eckpfeiler der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit.

Hier muss weiterhin intensiv gearbeitet werden, denn der klassische Werbeetat reicht für eine landesweite Wahrnehmung des Unternehmens bei Weitem nicht aus.

- Eine 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 mehr als 60 Jahren seines Bestehens ein Erfolgsgarant. Die traditionellen Märchendarstellungen sind auch heute noch attraktiv, wenn sie detailgenau gepflegt werden – das ist die klare Aufgabe bei der Instandhaltung.

Die sehr gute Akzeptanz der digitalen Märchenszene „Tumult im Märchenwald“ zeigt, dass eine Mischung aus Tradition und Moderne der richtige Ansatz ist.

Ludwigsburg, 18.5.2020

Volker Kugel
Direktor