



BLÜHENDES BAROCK  
LUDWIGSBURG

**Blühendes Barock  
Gartenschau Ludwigsburg GmbH,  
Ludwigsburg**

**Lagebericht  
für das Geschäftsjahr  
2020**



## **1. Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft**

### **1.1. Darstellung des Geschäftsverlaufes**

#### **a) Entwicklung von Branche und Gesamtwirtschaft**

##### **- Aspekte der Branchenstruktur**

Der Tagestourismus in Baden-Württemberg hatte 2020 in extremer Weise mit den Folgen der Corona-Pandemie zu kämpfen. Viele touristische Einrichtungen wie Museen, Freizeitparks, Wissens-Ausstellungen waren zunächst durch den Lockdown von Mitte März bis Anfang Mai geschlossen und später teilweise mit starken Besucherbeschränkungen geöffnet. Wie diese Tagesausflugsziele die Folgen der Corona-Pandemie jeweils überwinden können, ist nicht absehbar. An der grundsätzlichen Struktur des Tagestourismus wird sich aber eher nichts Grundlegendes verändern.

Die Saison 2020 war also pandemiebedingt für alle eintrittspflichtigen Freizeitziele wirtschaftlich die schlechteste seit vielen Jahrzehnten. Teilweise wurden laut der Fachpresse in Freizeitparks starke Umsatzrückgänge verzeichnet. Die Besucherentwicklung im Blühenden Barock passt grundsätzlich ins Gesamtbild der Freizeitbranche.



- **Position des Unternehmens innerhalb der Branche**

Auch im Jahr 2020 war die Medienpräsenz weiterhin 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 YouTube Kanal Grünzeug.tv hat sich inzwischen sehr gut etabliert.

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

Es liefen auch im Jahr 2020 bundesweit im HR, RBB, MDR und BR Wiederholungen „alter“ Sendungen von 'Grünzeug' mit hohem Werbewert für das Blühende Barock.

- Die wöchentlichen Gartentipps in SWR4 „Donnerstag nach 10“ laufen weiterhin mit einem breiten Publikum.
- Regelmäßige Präsenz in „Kaffee oder Tee“ im SWR (Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Saarland) und andere Radio- und Fernsehbeiträge runden die Medienpräsenz ab.
- Anfang 2018 wurde ein eigener YouTube Kanal gestartet unter dem Titel „Grünzeug.tv“. Inzwischen sind über 61 selbst produzierte Gartenbeiträge online und die Zugriffszahl vieler Themen liegt zwischen 10.000 und 50.000, bei zahlreichen Themen über 100.000 Zugriffen und in der Spitze über 300.000. Mehr als 2,5 Mio. Zugriffe auf diesem Kanal sind ein Spitzenergebnis.
- Der Facebook-Auftritt hat stabil über 95.000 Freunde.

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



## b) Übersicht Jahresprogramm 2020

Das Jahresprogramm 2020 wurde durch die Corona-Pandemie massiv beeinträchtigt. Zahlreiche Großveranstaltungen mussten ausfallen.

- |                 |   |
|-----------------|---|
| 29.02. - 18.03. | Dauerkartenvorverkauf<br>(Der Vorverkauf musste am 18.03. abgebrochen werden.)  |
| 20.03. - 26.04. | Frühlingserwachen<br>(Ausstellung war fertig aufgebaut.)  |
| 13.05. - 24.05. | Frühling in der Orangerie<br>(Die Frühlingsausstellung wurde coronabedingt verschoben.)   |
| 28.05. - 12.07. | Dinner in weiß in der Orangerie   |
| 04.07. - 27.08. | Sandkunst   |
| 16.07. - 16.08. | Fleischfressende Pflanzen in der Orangerie  |
| 20.08. - 30.10. | Comeback der Trockenblume in der Orangerie<br>(Die Ausstellung musste abgebrochen werden.)  |
| 28.08. - 30.10. | Kürbisausstellung<br>(Die Kürbisausstellung sollte ursprünglich bis 06.12. verlängert werden, musste aber am 30.10. coronabedingt abgebrochen werden.)                        |
| 31.10. - 06.12. | Leuchtende Traumpfade<br>(Die neu kreierte Ausstellung wurde betriebsfertig aufgebaut mit Generalprobe am 30.10., konnte aber coronabedingt nicht am 31.10. eröffnet werden.) |



**c) Gegenüberstellung und Entwicklung der Umsatzerlöse der Jahre 2017, 2018, 2019 und 2020**

	2017	2018	2019	2020
	EUR	EUR	EUR	EUR
Dauerkarten	1.242.582	1.280.428	1.251.662	1.100.726
Tageskarten	3.180.981	3.184.040	3.012.263	2.396.017
Feuerwerk	62.240	125.122	133.410	-204
Lichterfest	71.452	79.122	29.599	0
Straßenmusikfestival	162.080	197.602	175.388	0
Sonstige Veranstaltungen	9.128	9.493	28.281	4.577
Hist. Spielgeräte	34.709	35.927	35.831	26.067
Goldesel u. Präge-Automat, Goldenes Huhn	40.143	40.302	41.197	39.029
Wirtschaftliche Geschäftsbetriebe	184.892	209.103	181.213	310.621
Vermögensverwaltung	388.742	422.407	462.152	239.788
	<u>5.376.949</u>	<u>5.583.546</u>	<u>5.350.996</u>	<u>4.116.621</u>



d) **Zusammenstellung der Besucherzahlen**

	2017	2018	2019	2020
<u>1. Tageskarten</u>				
Erwachsene	255.317	261.784	248.427	211.681
Kinder	75.035	75.488	73.759	53.879
Familien	82.764	75.371	85.304	77.455
Gesellschaften (ab 20 Pers.)	36.644	34.253	32.760	13.169
Schwerbeschädigte	13.954	13.198	12.588	10.306
Abendkarten	6.204	6.409	5.848	5.785
Landesfamilienpass	11.403	10.710	11.250	7.074
Barocke Erlebniskarte	10.694	9.477	9.023	0
Pauschalen + Gutscheine	49.878	52.273	52.203	15.129
Veranstaltungen	35.328	56.046	46.180	0
Begleitpersonen v. Behinderten, Busfahrer, Lehrer	6.216	6.533	5.682	4.328
Kinder < 4, Schulen/KiGa aus LB 3)	20.809	29.620	29.156	26.552
Freikarten	1.053	1.248	1.287	804
<b>Tageskarten gesamt</b>	<b>605.299</b>	<b>632.410</b>	<b>613.467</b>	<b>426.162</b>
<u>2. Dauerkarten</u>				
Erwachsene	25.379	26.189	25.919	21.820
Schüler, Kinder, Studenten	1.409	1.486	1.428	1.107
Schwerbehinderte ab 50 %	3.354	3.360	3.407	2.760
Sozialhilfeempfänger	713	766	713	458
Familien	11.008	11.033	10.780	8.455
Freikarten (3. Kind)	378	333	314	197
Personalkarten	253	231	235	258
Ehrenkarten BlüBa	55	54	49	51
Presse	32	34	3	20
Dienstkarten	263	417	143	157
<b>Dauerkarten gesamt</b>	<b>42.844</b>	<b>43.903</b>	<b>42.991</b>	<b>35.283</b>



#### e) **Beurteilung des Geschäftsverlaufes**

Der Dauerkartenverkauf lag bedingt durch die Unsicherheit bezüglich der Auswirkungen von Corona deutlich unter dem Vorjahresniveau. Insgesamt konnten trotz eines verlängerten Vorverkaufs nur rd. 35.000 Stück verkauft werden.

Es konnten insgesamt Umsatzerlöse aus dem Dauerkartenverkauf von TEUR 1.101 erreicht werden. Somit war nur ein Rückgang von 12 % zu verzeichnen.

Das Tageskartengeschäft war im Sommer und im Herbst trotz Besucherbeschränkung erstaunlich gut, so dass mit TEUR 2.396 ein moderates Minus von ca. 20 % gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen war. Bei den Einnahmen aus Großveranstaltungen ist ein katastrophales Ergebnis zu verzeichnen, denn Barocke Gartentage, Straßenmusikfestival, Feuerwerk und Lichterzauber mussten allesamt ausfallen und auch die betriebsfertig aufgebaute Ausstellung 'Leuchtende Traumpfade' konnte nicht eröffnet werden. So waren es die jeweils lange laufenden Ausstellungen 'Sandkunst' und 'Weltgrößte Kürbisausstellung', die ganz entscheidend zum Ergebnis beitragen konnten.

#### 1.2. **Darstellung der Lage der Gesellschaft**

Die Umsatzerlöse 2020 liegen gegenüber dem Jahr 2019 um TEUR 1.234 bzw. 23,07 % niedriger.

Dem Jahresgewinn im Jahr 2019 in Höhe von TEUR 23 folgt im Berichtsjahr 2020 ein Jahresverlust von TEUR 478.

Die Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft sind geordnet. Die Ertragslage des Unternehmens hat durch die Corona-Pandemie stark gelitten, denn nach drei aufeinanderfolgenden Jahren ohne Gesellschafterzuschüsse mussten erstmals in 2020 wieder Gesellschafterzuschüsse in Höhe von TEUR 600 in Anspruch genommen werden. Wann und ob eine Ertragslage ohne Zuschüsse der Gesellschafter wieder erreicht werden kann, ist nicht abzusehen.



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

Aufgrund der Gesellschafterverhältnisse kann davon ausgegangen werden, dass der Fortbestand des Unternehmens gesichert ist.

Auch 2021 werden aufgrund der Corona-Situation Gesellschafterzuschüsse nötig sein. Wann die Einschränkungen des Geschäftsbetriebs aufgrund der Corona-Pandemie überwunden werden können, ist nicht abzusehen. Nach Beurteilung der Geschäftsführung bestehen aber trotzdem keine bestandsgefährdenden Risiken, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden können.

## **2. Prognose- und Chancenbericht**

- Auch zu Beginn des Geschäftsjahres 2021 war die Corona-Pandemie leider bei weitem nicht überwunden. Ganz im Gegenteil. Sie bestimmt weiterhin massiv die geschäftliche Entwicklung des Blühenden Barock und der Tourismusziele allgemein. Zur Überbrückung des Winters haben die Gesellschafter im Januar 2021 je EUR 200.000,00 Zuschüsse, also insgesamt EUR 400.000,00 zur Erhaltung der Liquidität geleistet. Der Dauerkartenvorverkauf, konnte erst verspätet am 10.03.2021 beginnen und wurde bis 31.03.2021 verlängert. Bedingt durch die große Unsicherheit bei den Gästen wurden nur ca. 25.000 Dauerkarten verkauft gegenüber ca. 33.000 in einem normalen Vorverkauf. Die Saison konnte mit Besucherbeschränkung auf maximal 4.000 Gäste und der verbindlichen Vorbestellung der Karten über den Online-Shop mit Zeitfenster gestartet werden. Insgesamt konnten in der Zeit vom 19. März 2021 bis zum 18. April 2021 durchschnittliche Einnahmen erzielt werden. Am 19. April 2021 erfolgte die Schließung des Geländes durch das zuständige Landratsamt aufgrund der zu hohen Corona-Inzidenz. Die Wiedereröffnung konnte am Mittwoch, den 28. April 2021 erfolgen, allerdings zusätzlich mit einer verbindlichen Testpflicht für alle Gäste, also Tagesgäste und Dauerkarteninhaber/Innen.



Durch diese Testpflicht sind die Einnahmen gegenüber der Startphase um ca. 60 % eingebrochen. Die Normalisierung des Geschäftsbetriebes konnte erst ab 8. Juni 2021 mit Aufhebung der Testpflicht schrittweise beginnen, so dass weitere Liquiditätszuschüsse von EUR 50.000,00 pro Gesellschafter, also insgesamt EUR 100.000,00 im Juli 2021 nötig wurden.

Die Auszahlung der beantragten staatlichen Corona-Hilfen erfolgte im Januar und März 2021 in Höhe von insgesamt EUR 112.855,87.

- Die Veranstaltungen Barocke Gartentage und Straßenmusikfestival sind bereits im April für 2021 abgesagt worden.
- Die Absage des Musikfeuerwerks im Juli sowie die Absage des Lichterzaubers im August erfolgte Anfang Juni 2021.
- Die Veranstaltung Sandkunst im Juli und August sowie die Weltgrößte Kürbisausstellung werden stattfinden. Eine Saisonverlängerung bis zum 5.12.2021 soll dazu beitragen, die Einnahmenverluste möglichst gering zu halten.
- Die Veranstaltung 'Leuchtende Traumfabe' vom 30.10. bis 5.12.2021 soll für zusätzliche Besucherresonanz sorgen.
- Der digitale Kartenverkauf konnte zu Saisonbeginn am 19.03.2021 mit buchbaren Zeitfenstern in Betrieb gehen und hat sich seitdem sehr bewährt.

Im Wirtschaftsplan für das Geschäftsjahr 2021 stehen Einnahmen von TEUR 5.200 Ausgaben von TEUR 5.597 gegenüber.

Ziel des beschlossenen Wirtschaftsplanes ist es, im Geschäftsjahr 2021 ein ausgeglichenes Ergebnis auszuweisen, wobei Gesellschafterzuschüsse von EUR 400.000 eingeplant sind. Zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts sind bereits Zuschüsse in Höhe von EUR 500.000 gezahlt worden.



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

- Auch in Zukunft werden sich selbst im Normalbetrieb des Blühenden Barock Verluste nicht komplett ausschließen lassen. Ziel muss es jedoch sein, so schnell wie möglich an die erfolgreichen Jahre 2017, 2018 und 2019 anzuknüpfen.

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

Dabei ist es besonders wichtig, so bald als möglich wieder Spielraum für notwendige Investitionen in den Substanzerhalt der Gartenanlagen und des Märchengartens zu schaffen.

- Die Eintrittspreise für das Blühende Barock sind im Vergleich ähnlicher Freizeitziele relativ niedrig und dieser Unterschied ist auch gut so, denn er ermöglicht gerade auch Familien mit Kindern den Ausflug ins Grüne und in die Natur. Gleichzeitig ist es wichtig, die Eintrittspreise wie bisher im regelmäßigen Turnus an die Kostensteigerungen anzupassen.
- Eine wichtige Daueraufgabe bleibt das ständige Arbeiten am Besucher-service und an der Zufriedenheit der Gäste.
- Der Märchengarten ist weiterhin einer der Hauptbesuchermagneten und muss intensiv instandgehalten werden und es müssen – sobald es die finanziellen Möglichkeiten wieder erlauben – Neuerungen realisiert werden, die den Besuch auch für Stammgäste und Dauerkarteneinhaber weiterhin interessant machen. Die Mischung aus Tradition und Moderne kann, wie sich an der Märchenszene 'Tumult im Märchenwald' gezeigt hat, durchaus funktionieren, ohne insgesamt den Charme der Gründerzeit des Märchengartens zu beschädigen.



- In den letzten Jahren sind gerade Events und Ausstellungen zu wichtigen wirtschaftlichen Faktoren geworden. Gerade die 'Weltgrößte Kürbisausstellung' ist auch nach 22 Jahren hoch attraktiv für die Gäste, weil ständig Ergänzungen im Ausstellungsprogramm und in der begleitenden Gastronomie vorgenommen wurden. Diese Anpassungen im Konzept müssen auch in Zukunft gemeinsam mit den Mitveranstaltern vorgenommen werden, um das Niveau der Kürbisausstellung zu halten. Die Ausstellung 'Leuchtende Traumpfade' hat das Potential, an den Erfolg der Kürbisausstellung heranzukommen. Hier wurde in den letzten Wochen intensiv am Konzept für 2021 gefeilt mit dem Ziel, die Saison erfolgreich und dauerhaft bis Anfang Dezember 2021 zu verlängern.

Ludwigsburg, 23.9.2021

Blühendes Barock Gartenschau Ludwigsburg GmbH

Volker Kugel  
Direktor