

**Blühendes Barock
Gartenschau Ludwigsburg GmbH,
Ludwigsburg**

**Lagebericht
für das Geschäftsjahr
2021**



1. Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft

1.1. Darstellung des Geschäftsverlaufes

a) Entwicklung von Branche und Gesamtwirtschaft

- Aspekte der Branchenstruktur

Auch in 2021 hat der Tagestourismus sehr stark unter der Corona-Pandemie gelitten. Zwar waren die Zeiten von Schließungen aufgrund der Lockdown-Maßnahmen wesentlich kürzer als in 2020, aber Vorgaben, wie z. B. die Testpflicht im gesamten Frühjahrsgeschäft, brachten deutliche Besucherrückgänge bei Museen, Freizeitparks, Zoos und Wissens-Ausstellungen.

Die Saison 2021 war folglich pandemiebedingt für die eintrittspflichtigen Freizeitziele erneut wirtschaftlich enttäuschend. Zwar waren die Rückgänge nicht so stark wie in 2020, aber Umsatzrückgänge von 15 - 25 % waren laut Fachpresse zu verzeichnen. Hier passt die Entwicklung der Umsätze im Blühenden Barock nicht ganz ins Bild, weil der Herbst mit der Saisonverlängerung und den Leuchtenden Traumpfadern ganz neue Möglichkeiten eröffnet hat, vorige Umsatzrückgänge auszugleichen.

- Position des Unternehmens innerhalb der Branche

Auch im Jahr 2021 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 weiterhin sehr gut entwickelt.

- 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 2021 bundesweit im HR, RBB, MDR und BR Wiederholungen „alter“ Sendungen unter dem Titel „Schnittgut“.



- Die wöchentlichen Gartentipps in SWR4 „Donnerstag nach 10“ laufen weiterhin mit ca. 690.000 Hörern pro Sendung.
- 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 74 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 4 Mio. Zugriffe auf diesem Kanal sind ein Spitzenergebnis.
- Der Facebook-Auftritt hat stabil ca. 95.000 Freunde

Die Position des Unternehmens in den Medien ist also weiterhin stabil, wobei die „neuen“ Medien nach wie vor ein steigendes Interesse erfahren und intensiv gepflegt werden.



b) Übersicht Jahresprogramm 2021

Das Jahresprogramm 2021 wurde durch die Corona-Pandemie erneut massiv beeinträchtigt. Zahlreiche Großveranstaltungen mussten ausfallen. Statt fanden:

10.03. - 31.03.2021	Dauerkartenvorverkauf
19.03.2021	Saisonbeginn
19.03. - 18.04. 2021	Frühling in der Orangerie
19.03. - 09.05.2021	Frühlingserwachen
22.04. - 30.05.2021	Wiese in der Orangerie
21.05. - 23.05.2021	Straßenmusikfestival online
03.06. - 04.07.2021	Tea Party in der Orangerie
03.07. - 26.08.2021	Sandkunst
09.07. - 19.09.2021	Seerosen in der Orangerie
27.08. - 05.12.2021	Weltgrößte Kürbisausstellung
24.09. - 07.11.2021	Kunst und Floristik in der Orangerie
30.10. - 05.12.2021	Leuchtende Traumpfade
11.11. - 05.12.2021	Advent in der Orangerie
05.12.2021	Saisonende



c) **Gegenüberstellung und Entwicklung der Umsatzerlöse der Jahre 2018, 2019, 2020 und 2021**

	2018	2019	2020	2021
	EUR	EUR	EUR	EUR
Dauerkarten	1.280.428	1.251.662	1.100.726	851.795
Tageskarten	3.184.040	3.012.263	2.396.017	3.040.160
Leuchtende Traumpfade	0	0	0	638.536
Feuerwerk	125.122	133.410	-204	0
Lichterfest	79.122	29.599	0	0
Straßenmusikfestival	197.602	175.388	0	0
Sonstige Veranstaltungen	9.493	28.281	4.577	44.840
Hist. Spielgeräte	35.927	35.831	26.067	41.307
Goldesel u. Präge-Automat, Goldenes Huhn	40.302	41.197	39.029	56.365
Wirtschaftliche Geschäftsbetriebe	209.103	181.213	310.621	203.550
Vermögensverwaltung	422.407	462.152	239.788	435.017
	<u>5.583.546</u>	<u>5.350.996</u>	<u>4.116.621</u>	<u>5.311.570</u>



d) **Zusammenstellung der Besucherzahlen**

	<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>
<u>1. Tageskarten</u>				
Erwachsene	261.784	248.427	211.681	290.522
Kinder	75.488	73.759	53.879	79.858
Familien	75.371	85.304	77.455	113.067
Gesellschaften (ab 20 Pers.)	34.253	32.760	13.169	19.463
Schwerbeschädigte	13.198	12.588	10.306	13.844
Abendkarten	6.409	5.848	5.785	6.488
Landesfamilienpass	10.710	11.250	7.074	8.186
Barocke Erlebniskarte	9.477	9.023	0	2.782
Pauschalen + Gutscheine	52.273	52.203	15.129	11.953
Veranstaltungen	56.046	46.180	0	65.942
Begleitpersonen v. Behinderten, Busfahrer, Lehrer	6.533	5.682	4.328	5.463
Kinder < 4, Schulen/KiGa aus LB 3)	29.620	29.156	26.552	24.445
Freikarten	1.248	1.287	804	470
Tageskarten gesamt	<u>632.410</u>	<u>613.467</u>	<u>426.162</u>	<u>642.483</u>
<u>2. Dauerkarten</u>				
Erwachsene	26.189	25.919	21.820	16.743
Schüler, Kinder, Studenten	1.486	1.428	1.107	477
Schwerbehinderte ab 50 %	3.360	3.407	2.760	1.978
Sozialhilfeempfänger	766	713	458	373
Familien	11.033	10.780	8.455	6.643
Freikarten (3. Kind)	333	314	197	198
Personalkarten	231	235	258	260
Ehrenkarten BlüBa	54	49	51	45
Presse	34	3	20	43
Dienstkarten	417	143	157	138
Dauerkarten gesamt	<u>43.903</u>	<u>42.991</u>	<u>35.283</u>	<u>26.898</u>



e) **Beurteilung des Geschäftsverlaufes**

Der Dauerkartenvorverkauf konnte coronabedingt erst am 10.03.2021 gestartet werden und wurde bis 31.03.2021 verlängert. Dieser lag deutlich unter dem Ergebnis der Vorjahre.

Die Unsicherheit der potentiellen Käufer, was den Verlauf der Corona-Pandemie betrifft, war einfach zu groß. Es konnten dann in der Saison insgesamt rd. 27.000 Dauerkarten verkauft werden mit einem Umsatz von rd. TEUR 852.

Das waren 23 % weniger Dauerkarten als 2020 und 32 % weniger als 2019, dem letzten Normaljahr vor Corona.

Die Umsätze im Tageskartengeschäft waren im Frühjahr stark durch Corona beeinflusst. Der Start der Saison am 19.03.2021 erfolgte unter der Bedingung „nur Onlineverkauf mit Zeitfenster“ und max. 4.000 Gästen gleichzeitig.

Vom 19.04.-27.04.2021 war der Garten dann komplett aufgrund der Corona-Verordnung geschlossen.

Am 28.04.2021 erfolgte die Wieder-Öffnung – allerdings mit einer verbindlichen Testpflicht für alle Besucher/Innen.

Erst ab dem 08.06.2021, nach Ende der Testpflicht, normalisierten sich die Umsätze Stück für Stück von einem Minus von ca. 35 % auf dann nur noch ein leichtes Minus von 5 bis 10 %.

Im Juli und August 2021, während der Sandausstellung bzw. den Sommerferien, konnten normale Umsätze – vergleichbar mit den Vorjahren – erreicht werden.

Im September und Oktober 2021 war das Geschäft sehr gut. Während der Kürbisausstellung konnte ein Zuwachs von rd. 20 % gegenüber Normaljahren verzeichnet werden.

Die Saisonverlängerung mit der Sonderveranstaltung „Leuchtende Traumpfade“ brachte trotz schwieriger Wetterverhältnisse sehr gute zusätzliche Einnahmen.



Insgesamt konnten bei den Tageskarten Umsätze von TEUR 3.040 erzielt werden, was ein Plus von 1 % gegenüber dem guten Normaljahr 2019 bedeutet.

Die regelmäßigen Großveranstaltungen Barocke Gartentage, internationales Straßenmusikfestival, Musikfeuerwerk und Lichterzauber konnten coronabedingt nicht stattfinden.

1.2. Darstellung der Lage der Gesellschaft

Die Umsatzerlöse 2021 liegen gegenüber dem Jahr 2020 um TEUR 1.195 bzw. 29,02 % höher.

Dem Jahresfehlbetrag von TEUR 478 im Jahr 2020 folgt im Berichtsjahr 2021 ein Jahresüberschuss von TEUR 498.

Zur Sicherung der Liquidität der Gesellschaft haben die Gesellschafter zu Jahresbeginn je TEUR 200 Zuschüsse geleistet und im Juli 2021 nochmals je TEUR 50. Insgesamt sind somit TEUR 500 Gesellschafterzuschüsse geleistet worden. Ohne Berücksichtigung dieser Zuschüsse ergibt sich ein Jahresverlust von TEUR 2.

Die Vermögens-, und Finanzlage der Gesellschaft sind geordnet. Überraschenderweise konnte bereits im Berichtsjahr, trotz Corona-Einschränkungen, die Ertragslage stabilisiert werden.

1.3. Hinweise auf Risiken der künftigen Entwicklung

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

Auch künftig können Gesellschafterzuschüsse nötig werden und zwar unabhängig von der Corona-Situation.

Wenn die Corona-Pandemie endgültig überwunden werden kann, steigen natürlich die Chancen eines dauerhaft normalen Geschäftsverlaufes.



Nach Beurteilung der Geschäftsführung bestehen keine bestandsgefährdenden Risiken, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden können.

2. Prognose- und Chancenbericht

- Zu Beginn des Geschäftsjahres 2022 war die Corona-Pandemie durch die neue Omikron-Variante weiterhin hochaktuell. Der Vorverkauf der Dauerkarten konnte trotzdem regulär durchgeführt werden und brachte mit ca. 29.000 verkauften Dauerkarten ein Ergebnis, das in Richtung Normalität mit ca. 33.000 Stück zeigt. Die Saison konnte am 18.03.2022 eröffnet werden, allerdings unter Berücksichtigung der 3G-Regel, d.h. nicht geimpfte Personen benötigten einen aktuellen Test, um das Gelände betreten zu können. Trotzdem war der Saisonstart im März 2022 zufriedenstellend. Ab dem 03.04.2022 konnte der Normalbetrieb ohne Besuchereinschränkungen aufgenommen werden.
- Die Veranstaltungen Barocke Gartentage, Straßenmusikfestival, Musikfeuerwerk, Sandkunst, Lichterzauber, Weltgrößte Kürbisausstellung und Leuchtende Traumpfade werden geplant und sollen entsprechend den jeweils geltenden Corona-Regelungen durchgeführt werden.
- Die erneute Verlängerung der Saisondauer bis 04.12.2022 mit der Durchführung der Veranstaltung „Leuchtende Traumpfade“ soll zur Stabilisierung des Jahresergebnisses 2022 beitragen.

Im Wirtschaftsplan für das Geschäftsjahr 2022 stehen Einnahmen von TEUR 5.455 Ausgaben von TEUR 5.855 gegenüber.

Ziel des beschlossenen Wirtschaftsplanes ist es, im Geschäftsjahr 2022 ein ausgeglichenes Ergebnis auszuweisen, wobei Gesellschafterzuschüsse von TEUR 400 eingeplant sind.



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 sein, den Aufwärtstrend aus 2021 zu stabilisieren, soweit es die Corona-Situation zulässt.

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, dies ist für die Saison 2023 vorgesehen.
- Eine wichtige Daueraufgabe bleibt das ständige Arbeiten am Besucherservice 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 Dauerkartenehaber 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 23 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. Dabei ist es ganz wichtig, im Jahr 2022 dem 2. Jahr der Durchführung, neue Leuchteffekte zu präsentieren.

Ludwigsburg, 24.05.2022

Blühendes Barock Gartenschau Ludwigsburg GmbH

Volker Kugel
Direktor