

Touristik Bad Wildbad GmbH, Bad Wildbad
Lagebericht für das Geschäftsjahr 2024

1. Geschäftsmodell

Gegenstand des Unternehmens ist im Wesentlichen die Entwicklung des Tourismus in der Stadt Bad Wildbad und des regionalen Umfeldes sowie der Betrieb der Tourist Information. Zudem gehören der Betrieb des Forums König-Karls-Bad, des Kurhauses und des Kurparks samt Ladenzeile zum Unternehmensgegenstand, sowie die Organisation von kulturellen Veranstaltungen für Gäste in Bad Wildbad.

Gesellschafter ist zu einhundert Prozent die Stadt Bad Wildbad.

2. Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Im Jahr 2024 verzeichnete Deutschland gemäß den vorläufigen Jahresergebnissen des Statistischen Bundesamtes eine leichte Abnahme des Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 0,2 %. Zudem stiegen die Verbraucherpreise im Jahresdurchschnitt um 2,2 % im Vergleich zu 2023. Die Inflation war 2024 mit 2,2 % deutlich geringer als in den Vorjahren, was sich in den nominalen Konsumausgaben widerspiegelt. Sie lag damit deutlich niedriger als in den Vorjahren. Dies beeinflusste positiv die Kaufkraft der Verbraucher und die allgemeine wirtschaftliche Stabilität.

Die Konsumausgaben privater Haushalte und privater und gemeinnütziger Organisationen ohne Erwerbszweck verzeichneten eine geringe Zunahme von 2,9 %, laut Statista. Der Anstieg ist auf höheren nominalen Konsum bei geringerer realer Inflation zurückzuführen, dies bedeutet, dass die Ausgaben in Euro gestiegen sind, aber die realen Gütermengen langsamer gewachsen sind als die Inflation.

Insgesamt war die wirtschaftliche Situation in Deutschland im Jahr 2024 von einer gewissen Rückhaltung geprägt, wobei verschiedene Faktoren wie die globale Konjunktur, politische Unsicherheit im In- und Ausland eine Rolle spielten.

3. Geschäftsverlauf sowie Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Ertragslage

Für das Geschäftsjahr 2024 hatte die Geschäftsführung mit einem negativen Ergebnis von -21 TEUR geplant. Die Erhöhung des Ausgleichsbetrags vom Land Baden-Württemberg, die erhöhten Einnahmen aus der Kurtaxe, insbesondere durch die neue Angebotsvielfalt im Bereich der Pauschalen, haben zu einem positiven Ergebnis beigetragen.

Das Jahresergebnis ist gegenüber dem Vorjahr um 36 TEUR auf 6 TEUR zurückgegangen.

Die Betriebsleistung als Summe sämtlicher betrieblicher Erträge hat sich dagegen um 107 TEUR auf 2.537 TEUR erhöht.

Die Kurtaxerlöse konnten weiterhin gesteigert werden auf 301 TEUR (Vorjahr: 297 TEUR). Die Erlöse aus Vermietung und Verpachtung sind im Gegensatz zum Vorjahr von TEUR 156 um 26 auf TEUR 182 gestiegen. Die Erlöse des Wohnmobilstellplatzes sind um 7 TEUR auf 33 TEUR ebenfalls gestiegen.

Die Erlöse derENZbeleuchtung konnten aufgrund einer schlechten Wetterlage den Rekorderlös vom Vorjahr nicht erreichen sondern mit lediglich 26 TEUR fast halb so viel wie im Vorjahr, allerdings sind auch die Kosten für die ENZbeleuchtung fast gleich hoch wie im Vorjahr.

Das Entgelt der Stadt für die Geschäftsbesorgung ist aufgrund des Lebenshaltungsindex um 48 TEUR auf 599 TEUR gestiegen.

Die Zuwendung des Landes Baden-Württemberg hat sich aufgrund des gestiegenen Baupreisindex um 27 TEUR auf 1.067 TEUR (Vorjahr: 1.040 TEUR) erhöht.

Die Personalaufwendungen haben sich aufgrund tariflicher Vereinbarungen um 77 TEUR auf 1.150 TEUR erhöht, die meisten vakanten Stellen wurden besetzt.

Aufgrund weiter ansteigender Energiekosten sind die Raum- und Gebäudekosten im Gegensatz zum Vorjahr um 29 TEUR auf 734 TEUR leicht angestiegen.

Vermögens- und Kapitalstruktur

Die Vermögenslage hat sich in 2024 weiter entspannt.

Am Stichtag bestanden liquide Mittel von 245 TEUR. Das Stammkapital beträgt weiterhin 179 TEUR.

Die Gesellschaft verfügt über ausreichend Liquidität, um ihre fälligen Verbindlichkeiten zu begleichen.

4. Personal

Der Personalbestand beläuft sich im Jahresdurchschnitt auf 28 Mitarbeiter (inkl. Geschäftsführung und Aushilfen). Insgesamt ergibt sich ein Vollzeitäquivalent von 21,04 Beschäftigten.

5. Geschäftsbereiche

- a) **Tourist Information:** Die Erlöse im Bereich der Provisionen aus der Reisevermittlung sind zum Vorjahr leicht gestiegen.
- b) **Forum König-Karls-Bad und Kurhaus:** Die Vermarktung des Forums König-Karls-Bad als Tagungs- und Veranstaltungslocation ist um 20 TEUR auf 49 TEUR gestiegen, da aufgrund der Ornamenta das Forum König-Karls-Bad für mehrere Monate als Dauerausstellung fungierte. Die Mieteinnahmen im Kurhaus sind ebenfalls um 2 TEUR auf 18 TEUR leicht gestiegen.
- c) **Kurpark und Ladenzeile:** Die Kurgärtnerei hat neben der Pflege des Kurparks auch Arbeiten für das Staatsbad und die Parkraumgesellschaft übernommen. Die Einnahmen konnten um 1 TEUR auf 56 TEUR gesteigert werden (Vorjahr: 55 TEUR). Die 3 Wohnungen im Gebäude der Kurgärtnerei sind vermietet. Die Ladenzeile ist stark renovierungsbedürftig. Die Vermietung der Geschäfte in der Ladenzeile ist weiterhin schwierig aufgrund des Investitionsstaus des Landes Baden-Württemberg. Das Land plant hier eine Sanierung der Ladenzeile ab dem Jahr 2027.

- d) **Luft- und Sonnenbad:** Das Luft- und Sonnenbad liegt in einem Dornröschenschlaf, soll aber zukünftig auch als Veranstaltungs-Location genutzt werden. Das Land Baden-Württemberg hat hierfür bereits Planungsgelder genehmigt. Aufgrund der weiterhin angespannten Haushaltslage des Landes ist die Maßnahme jedoch bis auf weiteres zurückgestellt worden.

- e) **Veranstaltungen:** Die Enzbeleuchtung war aufgrund der schlechten Wetter Prognose nicht so gut besucht wie im Vorjahr, der Weihnachtsmarkt konnte mit sehr guter Resonanz durchgeführt werden. Das Rossini Festival fand weiterhin in abgespeckter aber kompakter Form an nur 10 Tagen statt. Es konnten aber das historisch wunderschöne Königliche Kurtheater und die Trinkhalle für die Aufführungen genutzt werden.

6. Tourismus in Bad Wildbad

Allgemeine Entwicklung:

Die Auswertung der statistischen Daten für das Jahr 2024 im touristischen Bereich zeigen wie bereits im Vorjahr eine erfreuliche Entwicklung. Nach den Coronajahren 2020 und 2021 steigen die Werte kontinuierlich an. Im Jahr 2024 wird deutlich, dass sich die Besucheranzahl und -struktur wieder stabilisiert haben. Die Anzahl der Ankünfte und Übernachtungen liegen im Jahr 2024 bereits zum zweiten Mal wieder auf dem Vor-Corona-Niveau. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt 2024 bei 4,63 Tagen und ist im Vergleich zu 2023 mit 4,75 Tagen erwartungsgemäß wieder gesunken. Somit liegt diese auch wieder auf dem Vor-Corona-Niveau von 4,65 Tagen.

Bei den Ankünften Bad Wildbads ist im Jahr 2024 mit 60.171 Ankünften im Vergleich zu 59.182 Ankünften im Jahr 2023 ein Zuwachs von 1,67% zu verzeichnen. Die Übernachtungszahlen steigen zum Vorjahr ebenfalls von 280.210 auf 280.691 Übernachtungen (2024) also um 0,17%. Nach dem starken Anstieg der Zahlen von 2022 auf 2023 pendeln sich diese somit wieder auf dem Vor-Corona-Niveau ein.

Die Monate Juli und August sind nach wie vor die übernachtungsstärksten Monate. Bei den Ankünften im Jahr 2024 ist der Oktober nach dem Juli der zweitstärkste Monat. Es gelingt also, die Saison zu verlängern. Da es sich in diesem Monat jedoch hauptsächlich um Zweit- und Drittreisen mit einer kürzeren Aufenthaltsdauer handelt, ist der Oktober bei den Übernachtungen nur an vierter Stelle. Im Jahr 2024 waren die Randmonate Januar/Februar und November/Dezember besser belegt. Dies ist zum einen auf den Lichterzauber auf dem Sommerberg aber auch durch die revisionsbedingte Schließung des Palais Thermal von März bis Oktober zurückzuführen.

Die meisten Übernachtungen können die Kliniken und Rehabilitationseinrichtungen mit 127.550 verbuchen. Die Gäste von Hotels bilden mit 54.270 Übernachtungen die zweitstärkste Gruppe.

Die überwiegende Mehrheit der Ankünfte in Bad Wildbad stammt aus Deutschland (82,12 %). Die internationalen Gäste steigen leicht an und kommen hauptsächlich aus den Niederlanden, gefolgt von der Schweiz, Frankreich und Belgien. Sowohl als Übernachtungsgäste als auch als Tagesgäste kommen vermehrt Spanier nach Bad Wildbad (Steigerung um rd. 74 % bei den Übernachtungen). Die meisten deutschen Gäste kommen aus dem Großraum Stuttgart, gefolgt von der Region um Karlsruhe/Baden. Die Altersstruktur der Besucher hat sich im Vergleich zum Vorjahr nicht verändert, wobei die Altersgruppe der 56- bis 65-Jährigen weiterhin die am häufigsten vertretene ist.

(Quelle: Statistische Kennzahlen für Bad Wildbad 2024, Touristik Bad Wildbad GmbH).

Marketing:

Die Verzahnung mit der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald (TNS) funktioniert weiterhin gut. Viele Marketingaktivitäten und -aktionen werden gebündelt von der TNS angegangen, denn das Verhalten des Gastes ist mit der Zeit ein anderes geworden. Durch eine gemeinsame und überregionale Vermarktung der Region von der TNS wird mehr Werbedruck erlangt. Das Magazin „Tannengeflüster“ und die Zertifizierung als Region nach „Wanderbares Deutschland“ und vieles mehr sind Beispiele einer gemeinsamen Vermarktungsstrategie. Die Touristik Bad Wildbad GmbH zahlt einen jährlichen Beitrag in Höhe von 37 TEUR an die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald.

Auch für das Jahr 2024 stellte die Stadt Bad Wildbad als Verlängerung der Stabilisierungshilfe der Touristik GmbH 100 TEUR für Onlinemarketing zur Verfügung.

Die Sozialen Netzwerke wie Facebook, Instagram und YouTube wurden vermehrt bespielt, die Reichweite konnte auf allen Plattformen, wie auch auf der Website deutlich gesteigert werden.

Die Touristik Bad Wildbad GmbH profitiert von der Mitgliedschaft bei Stuttgart Regio und deren Marketingaktivitäten wie z. B. von Blogger- oder Pressereisen, Kampagnen, der Veröffentlichung von Posts über die Sozialen Medien oder die Darstellung von Angeboten der Touristik Bad Wildbad in der Tourist Information in Stuttgart, am Stuttgarter Fernsehturm oder in der Ankunftshalle des Stuttgarter Flughafens.

Durch die Mitgliedschaft im Heilbäderverband Baden-Württemberg profitiert die Touristik Bad Wildbad von einer weiteren Marketingplattform. Zudem informiert der Heilbäderverband regelmäßig über aktuelle Studien und Marktforschungsanalysen im Bereich Heilbäder, Gesundheitstourismus und Kurorte.

7. Finanzielle Leistungsindikatoren

Die von der Gesellschaft bestimmten bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren sind die vierteljährlichen Liquidationsvorschauen sowie die monatliche Energiekostenentwicklung, der Wirtschaftsplan für das kommende Jahr, sowie das Jahresergebnis des abgelaufenen Jahres.

8. Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

- f) Mitarbeiter:** Die Gesellschaft beschäftigte 2024 durchschnittlich 28 Mitarbeiter. Die Entlohnung der Mitarbeiter erfolgt nach TVöD. Die Gesellschaft achtet streng auf die Einhaltung der Regelungen zur Arbeitssicherheit und investiert in die laufende Aus- und Fortbildung ihrer Mitarbeiter.
- g) Umwelt:** Die Gesellschaft achtet auf den ressourcenschonenden Einsatz bei energieintensiven Prozessen, dies gilt in besonderem Maße für die Nutzung von Energieeinsparungspotenzialen bei den Liegenschaften.

9. Chancen-/Risikobericht:

Risiken: Das Unternehmen ist mit verschiedenen Risiken konfrontiert, die den Unternehmenserfolg beeinträchtigen können. Die wirtschaftliche Lage hat sich auch in 2024 gegenüber den verlustreichen Jahren vor Corona entspannt, dies ist aber nicht auf einzelne Maßnahmen zurückzuführen, sondern auf das breit gefächerte Angebot der Touristik. Die Gesellschaft verfügt über ausreichend Eigenkapital.

Zudem sind die Betriebskosten der gepachteten Liegenschaften des Landes Baden-Württemberg weiterhin sehr hoch, da der Investitionsstau zu erhöhten Wartungskosten und Reparaturaufwendungen führt.

Die Gesellschaft ist weiterhin dauerhaft auf die Bereitstellung ausreichender Zuweisungen von Seiten des Landes Baden-Württemberg sowie des Gesellschafters angewiesen.

Chancen: Durch Veränderungen des traditionsreichen königlichen Staatsbades wie z. B. durch moderne Wohnbebauung, durch Investoren, die sowohl die städtebauliche als auch die touristische Entwicklung der Stadt vorantreiben, die Investitionen vom Land Baden-Württemberg in den Kurpark, die Entwicklung auf dem Sommerberg durch die Attraktionen WILDLINE, Baumwipfelpfad, den Abenteuerwald sowie weitere Aktivitäten verändert sich das touristische Gesicht Bad Wildbads. Mehr Tagesgäste, neue Zielgruppen und Themen sind hinzugekommen.

Die Vision, die Kurstadt zu sein, die es geschafft hat, glanzvolle Historie mit modernem Outdoor-Abenteuer zu verbinden, trägt die Touristik Bad Wildbad auf ihren Fahnen. Aktuell befindet sie sich auf einem Weg sich neu zu erfinden. Die touristische Positionierung sieht vor, ideal hochwertige Gesundheitskompetenz mit einem naturorientierten Aktivangebot mit den Themenschwerpunkten Gesundheit, Natur, Erholung & Wellness und Tagung & Events anzubieten. Das Hauptaugenmerk liegt nach wie vor darin, die Wertschöpfung im Tourismus zu steigern, sprich die Aufenthaltsdauer der Gäste zu verlängern und möglichst weitere Übernachtungen zu generieren.

Durch eine nachhaltige, sanfte und zur Positionierung passende Angebotserweiterung, vor allem unter Einhaltung der Wort-Bild-Marke „königlich wild“ kann die definierte Zielgruppe konkreter angesprochen werden, welche Wellness mit Natur-Aktiv Angeboten verknüpft (Lifestyle-Zielgruppen, Familien, Junge Naturaktive). Die Chance für die Touristik Bad Wildbad besteht darin, durch die Angebotserweiterung eine leichte Steigerung der Tagesgäste (von 1,1 auf 1,2 Mio. Tagesgäste) bei gleichzeitiger Entzerrung und Verteilung gezielter Besucher- und Verkehrslenkung zu erlangen. Eine weitere Chance besteht darin, durch den Ausbau des Bettenangebots in der Stadt um ca. weitere 200 Betten (mindestens 100 im hochwertigen Segment, ca. 60-100 alternative Übernachtungen) die Übernachtungen zu steigern. Bei einer Angebotserweiterung sollten die Aufenthaltsdauer und die Wertschöpfung steigen, verbunden mit einer Erhöhung der Tagesausgaben um ca. 15 %.

Durch den Aufbau eines Netzwerkes Tagungen und Events entsteht die Chance, die Auslastung der Veranstaltungsstätten zu erhöhen und somit mehr Einnahmen zu generieren. Durch die Anschaffung neuer Tagungstechnik konnte die Attraktivität der Tagungsräume gesteigert werden, allerdings ist der Markt der Präsenztageungen seit Corona rückläufig.

10. Prognosebericht

Trotz Energie- und Wirtschaftskrise gibt es nach wie vor genügend zahlungskräftige Gäste, die Urlaub machen. Die Touristik Bad Wildbad GmbH erwartet für das kommende Jahr eine noch bessere Übernachtungsstatistik als in diesem Jahr.

Für 2025 weist die Planung aufgrund gestiegener Lohn- und Nebenkosten sowie weiterhin erhöhten Energiekosten ein negatives Jahresergebnis von -76 TEUR aus. Das Geschäftsjahr 2025 entwickelt sich demgegenüber, trotz gestiegener Lohn- und Nebenkosten aufgrund von Einsparungen im Personalbereich, hin zu einer positiven Ergebnisprognose.

Das Jahresergebnis ist maßgeblich von den Wetterbedingungen bei den geplanten Veranstaltungen in Bad Wildbad abhängig. Die bisherigen Veranstaltungen liefen aufgrund guter Wetterprognosen überdurchschnittlich gut aus.

Die Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft im Jahr 2025 war bisher und ist gewährleistet, sofern keine unvorhergesehenen Ereignisse eintreten.

Für das Jahr 2026 weist die Planung aufgrund weiter steigender Lohn- und Nebenkosten ein negatives Ergebnis von 92 TEUR aus. Auch hier sind die Höhe der Einnahmen für Veranstaltungen wetterbedingt eher niedrig eingeplant. Der Mietvertrag für die aktuellen Büroräume wurde angepasst. Des Weiteren wurden im Herbst 2025 die Räumlichkeiten der Touristik Information erweitert. Die Miete für Räumlichkeiten wird daher 2026 ff. steigen.

Bad Wildbad, 15.10.2025

Touristik Bad Wildbad GmbH

Stefanie Bott
Geschäftsführerin