

1943/AB XXI.GP
Eingelangt am: 19.04.2001

BUNDESMINISTERIUM
VERKEHR, INNOVATION
UND TECHNOLOGIE

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 1933/J - NR/2001, betreffend Bahnhofsoffensive, die die Abgeordneten Dr. Moser, Freundinnen und Freunde am 20. Februar 2001 an mich gerichtet haben, beehre ich mich wie folgt zu beantworten:

Im Allgemeinen:

Die Österreichische Bundesregierung bekennt sich zu einem strikten Kurs einer Budgetkonsolidierung mit dem Ziel, ab dem Jahr 2002 keine Neuverschuldung Österreichs zu verursachen und zumindest ein ausgeglichenes Budget zu erreichen. Diese Zielsetzung ist nur dann erfüllbar, wenn sämtliche ausgabenseitigen Belastungen des Budgets hinsichtlich ihrer Notwendigkeit und Sinnhaftigkeit einer kritischen Würdigung unterzogen und gegebenenfalls entsprechend reduziert werden. Dies betrifft naturgemäß auch Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur und somit die infrastrukturbbezogenen Investitionen der "Bahnhofsoffensive".

Das Programm "Bahnhofsoffensive" der Österreichischen Bundesbahnen sieht die Verbesserung und Modernisierung der frequenzstärksten Bahnhöfe vor. Im Infrastrukturbereich sind hierfür die notwendigen infrastrukturellen Voraussetzungen im eisenbahntechnischen Bereich zu schaffen, einschließlich zeitgemäßer funktioneller Verbesserungen im Warte- und Zugangsbereich, für behindertengerechte Ausgestaltung und für Sanitäranlagen. Es ist jedoch nicht Aufgabe der Eisenbahninfrastruktur, städtebauliche und architektonische Ambitionen zu finanzieren.

Zu den Fragen 1 und 2:

Wie beurteilen Sie die Vorschläge der ÖBB zur reduzierten Bahnhofsoffensive?

Wo setzen Sie ihre verkehrspolitische Prioritäten bei der Bahnhofsoffensive?

Nach welchen Prioritäten soll gereiht werden?

Antwort:

Die von den Österreichischen Bundesbahnen im Rahmen der „Bahnhofsoffensive“ vorgesehenen Bahnhofsum- und -neubauten werden derzeit unter dem Aspekt einer zweckdienlichen und behindertengerechten Ausgestaltung einer kritischen Beurteilung unterzogen.

Eine Entscheidung, welche Projekte im Rahmen der derzeit zur Verfügung stehenden Finanzmittel in einem reduzierten Programm realisiert werden können, kann erst nach Vorliegen der Untersuchungsergebnisse getroffen werden.

Zu den Fragen 3, 4 und 5:

Aus welchen Gründen wird in Österreich das in der Schweiz bewährte Modell der private - public - partnership nicht verstärkt im Bahnhofsgebiet eingesetzt, um ein umfangreicheres Attraktivierungsvolumen zu erzielen?

Welche Initiativen gedenken Sie dahingehend zu setzen?

Inwieweit erwägen Sie Vermietungen von Bahnhofsarealen nach Schweizer Muster?

Antwort:

Die Entwicklung von PPP - Modellen ist insbesondere durch die jeweiligen Standortfaktoren, Potenziale und Frequenzen beeinflusst. Die Evaluierung von ausländischen als auch inländischen PPP - Modellen und die Prüfung auf Machbarkeit findet statt.

Zu den Fragen 6 und 7:

Gab es Ihrerseits eine Kosten - Nutzen - Analyse hinsichtlich der Rentabilität des Linzer Bahnhofsneubaus, der verstärkt auf Immobilieninvestitionen setzt? Wenn ja, zu welchem Ergebnis kamen Sie? Wenn nein, gedenken Sie diese nachzuholen?

Wie hoch wird die jährliche Mietzinsrendite durch den Umbau des Linzer Bahnhofs von Seiten der ÖBB eingeschätzt? In welcher Höhe reduziert sich dadurch der Zuschussbedarf des Personenverkehrs der ÖBB?

Antwort:

Wie mir die ÖBB mitteilen, unterliegt das Projekt Umbau Linz Hbf., wie jedes Projekt der ÖBB - Bahnhofsoffensive, einer laufenden Kosten - Nutzen - Analyse. Diese hat dazu geführt, dass der Bereich der Infrastrukturfinanzierung reduziert auf die Optimierung der kundenrelevanten Verbindungen fokussiert wurde. Die Errichtung der Verkehrsflächen erfolgt durch den ÖBB - Bereich Absatz. Die Projektierung des Büroprojekts erfolgt mit dem Ziel, dieses an Investorenpartner zu verwerben. Die zu erwartenden Renditen entsprechen vergleichbaren Projekten am Markt. Die Wirtschaftlichkeit des ÖBB - Personenverkehrs ist in keinem Zusammenhang mit diesen Investitionen. Eine nicht adäquate Zugangsmöglichkeit (Vorplatz, Aufnahmsgebäude) zum System Bahn beeinflusst jedoch zu 30 % die Entscheidung der Kunden zum Annehmen des Angebots.