

---

**3619/AB XXIV. GP**

---

**Eingelangt am 11.01.2010**

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

BM für Wirtschaft, Familie und Jugend

## **Anfragebeantwortung**

Präsidentin des Nationalrates  
Mag. Barbara PRAMMER

Parlament  
1017 Wien

Wien, am

Geschäftszahl:  
BMWfJ-10.101/0422-IK/1a/2009

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 3720/J betreffend „Entwicklung der Besucherzahlen im Tiergarten Schönbrunn“, welche die Abgeordneten Mag. Roman Haider, Kolleginnen und Kollegen am 16. November 2009 an mich richteten, stelle ich fest:

### **Antwort zu Punkt 1 der Anfrage:**

Die Zahl der in den Quartalen 1-3/2009 verkauften Eintrittskarten (902.698 Stück) im Tiergarten Schönbrunn liegt zwar rund 16,4% unter dem Rekordjahr 2008, jedoch mit 2% nur geringfügig unter dem Jahr 2007. Die Jahre 2004 bis 2006 konnten demgegenüber klar übertroffen werden. Damit steht bereits fest, dass das Jahr 2009 nach einem schwachen Start zu den besucherstärksten Jahren der jüngeren Vergangenheit gehören wird.

Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist nicht so sehr auf die internationale Finanz- und Wirtschaftskrise, sondern vor allem auf das kühle und nasse Wetter im ersten Quartal 2009 zurückzuführen. Darüber hinaus war das Jahr 2008 aufgrund eines "Babybooms" bei einer Vielzahl von Tierarten besonders begünstigt.

**Antwort zu den Punkten 2 und 3 der Anfrage:**

Der Anteil der ausländischen Gäste konnte in den letzten Jahren durch gezielte Marketingmaßnahmen der Schönbrunner Tiergarten GesmbH kontinuierlich gesteigert werden und beträgt derzeit rund 27%. Der Rückgang der ausländischen Besucher war daher auch etwas geringer als jener der inländischen.

**Antwort zu den Punkten 4 bis 8 der Anfrage:**

Zunächst ist auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 3719/J zu verweisen.

Neben der Ermöglichung einer artgerechten Tierhaltung verfolgte das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend bei den Bauinvestitionen im Schönbrunner Tiergarten (seit der Ausgliederung 1992 wurden im Wege der BHÖ rund € 74 Mio. investiert) auch stets kulturtouristische Ziele, wobei auch die Zusammenarbeit mit der Stadt Wien gesucht wurde. Beim zuletzt fertiggestellten Großprojekt, der "Orang.erie", beteiligte sich die Stadt Wien mit rund € 3,0 Mio. Zur Entwicklung effizienter Marketingmaßnahmen im Bereich Kulturtourismus wurde vom Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend die Marketingplattform "Imperial Austria" initiiert, welche sich mittlerweile als Verein konstituiert hat. Auf Grund der bereits erzielten Erfolge ging es im Krisenjahr 2009 darum, im Bereich des Tiergartens Schönbrunn eine kontinuierliche Entwicklung sicherzustellen. Dieser Weg wird auch 2010 fortgesetzt. Es ist nicht Aufgabe des Bundes, regionale Tiergärten direkt zu fördern. Durch das Engagement im bundeseigenen Tiergarten Schönbrunn und dessen Ausbau als Leitbetrieb wird jedoch die Entwicklung der Tiergärten generell, sowohl in wissenschaftlicher Hinsicht als auch in Bezug auf das Besucherinteresse, nachhaltig gefördert.