

ANFRAGE

des Abgeordneten Dr. Walter Rosenkranz
und weiterer Abgeordneter

an den Bundesminister für Kunst und Kultur, Verfassung und Medien
betreffend **Besucherschwund bei der „Langen Nacht der Museen 2015“**

Über die „Lange Nacht der Museen“ 2015 berichtet etwa die Zeitung „Standard“ Folgendes:

„Die 16. Ausgabe der 'Langen Nacht der Museen' lockte am Samstag rund 372.500 museale Nachtschwärmer in die insgesamt 731 teilnehmenden Häuser. Die meisten Menschen nahmen in der Bundeshauptstadt am vom ORF organisierten Event, an dem sich auch Museen in Liechtenstein und der Schweiz beteiligten, teil. Dort wurden laut Auswertung mehr als 160.000 Besuche gezählt.

Das Ergebnis bedeutet letztlich aber einen deutlichen Rückgang im Vergleich zu den Vorjahren: So wurde seit 2008 bei der 'Langen Nacht der Museen' stets die 400.000er-Marke geknackt. Die Jubiläumsausgabe im Vorjahr ließen sich etwa mehr als 421.000 Kunstinteressierte nicht entgehen....“ (<http://derstandard.at/2000023187515/372-500-Besucher-fuer-Lange-Nacht-der-Museen>, 5. Okt. 2015)

In diesem Zusammenhang richten die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Kunst und Kultur, Verfassung und Medien die folgende

Anfrage

1. Wurden vor der „Langen Nacht der Museen“ 2015 Werbemaßnahmen nicht gesetzt, welche vor der „Langen Nacht der Museen“ 2014 gesetzt worden waren?
2. Falls ja, welche?
3. Wie viel betrug der Werbeaufwand für die „Lange Nacht der Museen“ 2014?
4. Wie viel betrug der Werbeaufwand für die „Lange Nacht der Museen“ 2015?
5. Wurde die „Lange Nacht der Museen“ 2015 bewusst weniger beworben als in den Jahren davor, um nicht dem „Flüchtlinge Willkommen“-Abend Konkurrenz zu machen?



CS



