

## **Beantwortung einer Anfrage nach § 4 der Geschäftsordnung öffentlicher Teil**

<b>Gremium</b>	<b>Datum</b>
Bezirksvertretung 5 (Nippes)	21.06.2018

### **AG Zoologischer Garten Köln: Aktions-Verkauf reduzierter Eintrittskarten im Winter**

Die Fraktion Bündnis 90/ Die Grünen in der Bezirksvertretung Nippes bat um Beantwortung folgender Fragen im Hinblick auf den Aktions-Verkauf reduzierter Eintrittskarten im Winter über ein Internetportal:

- „1. Ist die Zahl von 10.000 verkauften Eintrittskarten für Erwachsene korrekt bzw. um wie viele verkaufte Karten handelte es sich?
2. Beinhalteten die über das Verkaufsportale veräußerten Aktions-Eintrittskarten auch eine kostenfreie Anreise mit dem ÖPNV?
3. Wie viele dieser Aktions-Eintrittskarten wurden im genannten Gültigkeitszeitraum eingelöst?
4. Gab es dabei besonders nachgefragte Tage (z.B. Weihnachten, Silvester o.Ä.)?
5. Wie beurteilt der Zoo diese Aktion im Hinblick auf den wirtschaftlichen bzw. öffentlichkeitswirksamen Aspekt?
6. Bereits 2015 gab es eine solche Aktion mit reduzierten Eintritten, allerdings in geringerem Maße. Plant der Zoo in den nächsten Jahren weitere ähnliche Aktionen?“

Folgende Informationen liegen nach Rückkoppelung mit dem Vorstand der AG Zoologischer Garten Köln vor:

Zu Frage 1:

Der Kölner Zoo hat in den Monaten November 2017 bis Februar 2018 vergünstigte Tickets über die Online-Plattformen Groupon und Social Deal verkauft. Auf diese Weise kann der Zoo die Auslastung in diesen umsatzschwachen Monaten verbessern. Dabei haben diese Tickets eine eingeschränkte Gültigkeit und sind nur in einem ganz bestimmten Zeitraum nutzbar. Insgesamt wurden im Rahmen dieser Aktion rund 50.000 Tickets ausgegeben. Es handelt sich hierbei nicht unmittelbar um Tickets, sondern um Barcodes, die über das Ticketsystem des Zoos generiert und erst bei Einlösung zahlungswirksam werden.

Zu Frage 2:

Nein. Die erworbenen Barcodes berechtigten nicht zur Nutzung des ÖPNV, da sich die Tickets ansonsten wieder so verteuern würden, dass der dann entstehende Preisvorteil nahezu aufgezehrt würde und die Tickets dann nicht mehr für diese Online-Portale attraktiv wären. Nie Nutzung des ÖPNV ist aber in sämtlichen über „DERTICKETSERVICE.DE GmbH & Co. KG“ (Köln-Ticket) verkauften Eintrittskarten inkludiert.

## Zu Frage 3:

Von den verkauften Barcodes sind ca. 34.000 eingelöst worden. Das entspricht 68 % der dem Online-Portal zur Verfügung gestellten Tickets. Nur diese tatsächlich eingelösten Tickets werden am Ende abgerechnet und führen für den Zoo zu Erträgen. Die nicht eingelösten Barcodes verfallen automatisch nach Ablauf des Einlösungszeitraumes.

## Zu Frage 4:

Nein, es gab keine besonders nachgefragten Tage, wie beispielsweise Weihnachten oder Silvester. Hierbei sei darauf hingewiesen, dass der Zoo an Heiligabend und Silvester bereits um 14:00 Uhr schließt und ein Zoobesuch dann kürzer ausfällt als an anderen Tagen.

Der bestbesuchte Tag im Rahmen dieser Aktion war der 14.01.2018 mit über 2.100 Besuchern. Der Januar 2018 war somit auch der umsatzstärkste Monat im Aktionszeitraum.

## Zu Frage 5:

Wie schon zuvor erwähnt dient der Ticketverkauf über diese Online-Plattformen der besseren Auslastung in den Wintermonaten. Auf diese Weise können in diesen Zeiträumen zusätzliche Einnahmen generiert werden. Tatsächlich werden über diesen Verkaufskanal überwiegend junge Gäste erreicht, die zum einen besonders preissensitiv sind und zum anderen überwiegend im Internet nach Schnäppchen suchen. Diese Gäste würden den Zoo vermutlich ansonsten nicht aufsuchen und auch nicht über andere Vertriebswege ansprechbar sein. Aus diesem Grund hält der Zoo den öffentlichkeitswirksamen Aspekt für untergeordnet und beurteilt diese Aktion als reine Auslastungsmaßnahme in der Nebensaison. Eine Ausdehnung darüber hinaus hält der Zoo nicht für zielführend. Dies würde aus Sicht des Zoos zu Umsatzeinbußen im regulären Ticketsegment führen.

## Zu Frage 6:

Der Zoo ist immer an einer guten Auslastung zu jeder Jahreszeit interessiert. Der Markt wird stets beobachtet, sodass je nach Bedarf und aktueller Einschätzung entschieden werden kann, welche Aktionen angeboten werden. Daher kann zu diesem Zeitpunkt keine konkrete Angabe dazu gemacht werden, ob wieder eine derartige Aktion durchgeführt wird oder nicht. Von einer Information über geplante Preis-Aktionen im Vorfeld wird außerdem abgesehen, da dies u. U. dazu führen könnte, dass Gäste Ihren geplanten Zoo-Besuch aufsparen. Das kann und soll aber nicht Sinn und Zweck einer derartigen Aktion sein.

Die Bezirksvertretung wird um Kenntnisnahme gebeten.