

# Welche Relevanz haben Zoos für den Tourismus

■ **Christian Laesser**  
Hochschule St. Gallen



## Zusammenfassung

Zoos sind Attraktionspunkte, welche auch auf Touristen eine Anziehungskraft ausüben. Sie haben deshalb für den Tourismus eine 'gewisse' Relevanz: Im maximalen Fall (Reichtum lokaler indigener Tiere) tragen sie zwischen 6-7% an das touristische GDP bei. In der Schweiz beinhalten etwa 4% der Tagesausflüge einen Zoobesuch; die mit einem solchen Ausflug verbundenen Ausgaben sind mit 42 CHF unterdurchschnittlich. 3% der Reisen der Schweizer beinhalten – neben anderem – einen Besuch in einem Zoo oder Tierpark. Die 'typische' Reise, welche einen Zoobesuch beinhaltet, gibt es hierbei nicht. Entwicklungen von Zoos können entlang 3 Vektoren erfolgen:

- im Rahmen eines urbanen Erlebnisbündels für Tagesausflüge im 2h Bereich
- als Instrument für soziale Interaktionen und Erlebnisse
- als purer touristischer Attraktionspunkt, vernetzt mit anderen touristischen Anbietern

## Agenda

1. Stand des Wissens: Wenige Quellen weisen auf eine 'gewisse' touristische Bedeutung von Zoos und Tierpärken hin.
2. Zoos als Untersuchungsobjekt: Zoos sind letztlich Attraktionspunkte und als solche zu analysieren.
3. Touristische Bedeutung von Zoos in der Schweiz: Zoos haben bei Tagesausflügen und Ferienreisen einen Marktanteil von ca. 3%. Nicht alle haben aber die gleiche Neigung, Zoos zu besuchen.
4. Wie weiter? Zoos sind komplementär mit anderen Angebotselementen touristisch weiter zu entwickeln.

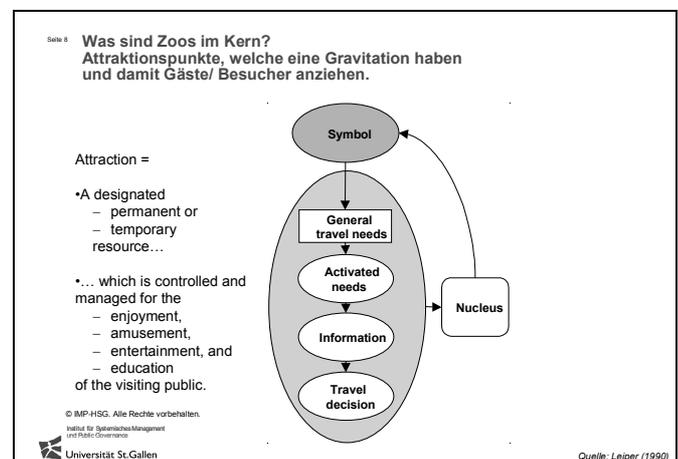
## Stand des Wissens

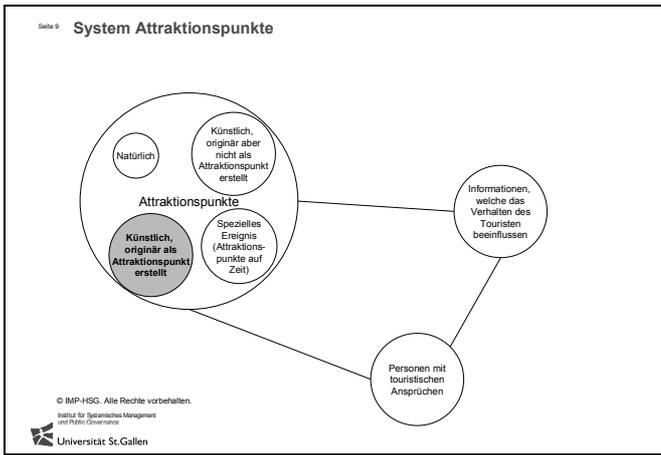
- Über den ökonomischen/ touristischen Impact von Zoos ist nur wenig bekannt. Wir ignorieren an dieser Stelle die Kontroversen um Art und Weise der Erhaltung.
- Aus der spärlichen Literatur zum Thema Zoos und Tourismus muss geschlossen werden, dass...«... zoos are mainly attractions for locals and majority from domestic markets.» (Ryan, 2004: 54).
- Beispiel Australien (ABS; Ryan & Saward, 2004: Hundloe& Hamilton, 1997): Direkter GDP Beitrag Tourismus: ca. 32 Mia. USD (2014) – Animal Parks und Zoos: ca. 2.1 Mia. USD (6.8% Tourismus GDP Beitrag).
- «Tourism based on interactions with wildlife is increasing in popularity across the world.» (Reynolds and Braithwaite, 2001: 31).
- Beispiel Schweizer Touristen (vgl. später) zu Hause und im Ausland.

Seite 1 Im Portfolio der Disney Company hat es auch Zoos. (=Themenpark? Thematisches Museum?)

© IMP-HSG. Alle Rechte vorbehalten.  
Institut für Systemisches Management und Public Governance  
Universität St.Gallen

## Zoos als Untersuchungsobjekt





## Touristische Bedeutung von Zoos in der Schweiz

Zoos haben bei Tagesausflügen in der Schweiz eine mittlere Bedeutung (Tagesausflüge: Aufenthalt ausserhalb alltäglichem Aktivitätsraum, >30km; < 6 Aufenthalte pro Jahr):

- Marktanteil bei allen Tagesausflügen: 4%
- Tagesausgaben pro Person: 42 CHF (vs. Durchschnitt 68 CHF). Das ist eine ähnliche Ausgabenhöhe wie bei der Aktivität Picknick
- Die geringen Ausgaben sind Indikation für ein eher kleines Einzugsgebiet und eine geringe Kombination mit (Kosten treibenden) zusätzlichen Aktivitäten.

Zoobesuche werden, wenn überhaupt, am ehesten noch mit folgenden Aktivitäten verbunden:

- Spaziergänge (inkl. auf Themenwegen)
- Fahrt mit Schiffen/ Booten
- Restaurantbesuch
- Interaktion/ Gespräche mit anderen Personen

Vergleich Marktanteil Top Aktivitäten (Tagesausgaben pro Person):

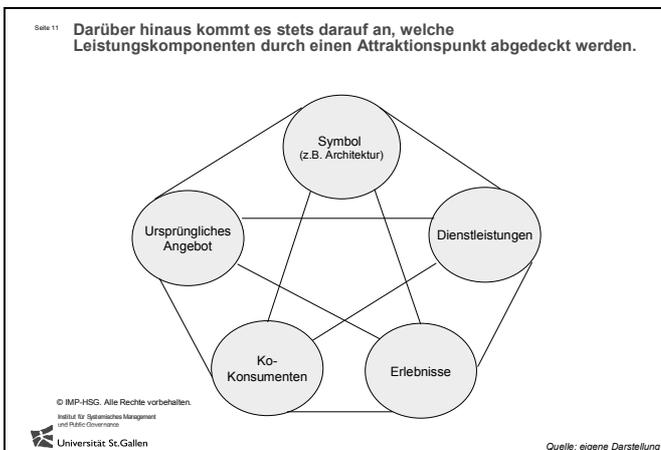
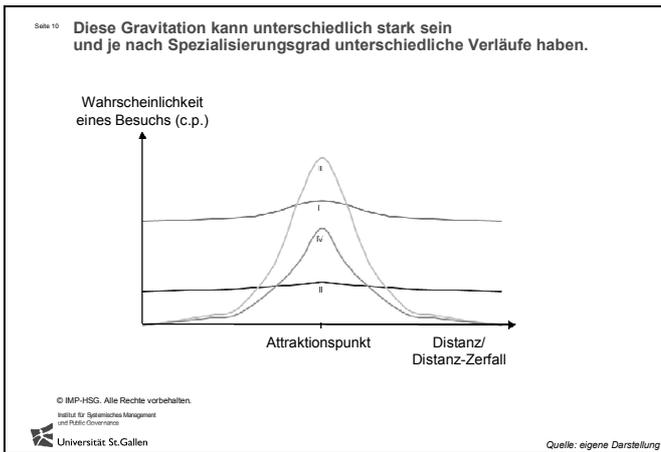
- Spaziergänge: 20% (inkl. Themenwegen) (73 CHF)
- Besuch Stadt: 20% (90 CHF)
- Wandern: 16% (55 CHF)
- Besuch von Freunden und Verwandten: 14% (63 CHF)
- Ausflug Aussichtsberg: 10% (89 CHF)
- Shopping: 10% (89 CHF)
- Besuch Museum/ Ausstellung: 8% (77 CHF)
- Rundfahrten (vor allem Auto): 7% (87 CHF)
- Ski/ Board: 3% (78 CHF)

Zoos haben bei Ferienreisen der Schweizer eine mittlere Bedeutung (Ferienreisen: ab 1 Übernachtung)

- Marktanteil Zoo- und Tierparkbesuch bei Ferienreisen: 3%
- Zoobesuch als Ferienaktivität erscheint in einem Cluster aus folgenden Aktivitäten:
  - Sport: Schwimmen und baden
  - Nicht Sport: Nahezu alle denkbaren Aktivitäten

Ein Zoobesuch ist nicht eindeutig mit anderen Aktivitäten verknüpft und hat damit kein eindeutiges Profil. Er ist am ehesten noch Bestandteil einer so genannten New Place Experience (22% aller Reisen).

- Anteil Reisen mit min. 1 Zoobesuch in dieser Gruppe: 9%
- Destinationen: Grossmehrheitlich Europa, nicht (!) Schweiz (domestic)
- Mittlere Reisedauer: 2-7 Tage
- Reisetyp: City trip (stark), Beach holiday, Rundreise, Study tour
- Unterkunft: Vier- bis Fünfsterne-Hotels
- Wichtigste Motive:
  - Abwechslung, etwas Neues erleben



- Ausbruch aus dem Alltag, Befreiung von Bindungen, Verpflichtungen
- Den Horizont erweitern, Sehenswürdigkeiten besuchen
- Komfort geniessen, sich verwöhnen lassen
- Landschaft und Natur erleben
- Regeneration von Alltag und Job
- Ausgaben pro Person und Tag: 230 - 330 CHF (höher als bei anderen Gruppen)
- Ausbildung und berufliche Position: hohe Anteile der Kategorie mittel bis hoch

### Wie weiter?

In Bezug auf zukünftige touristische Vermarktungsmassnahmen sind verschiedene Stossrichtungen denkbar.

- Zoo im Rahmen eines urbanen Erlebnisbündels für Tagesausflüge im 2h Bereich
  - Kombination entlang eines möglichen Kundenprozesses, beispielsweise Anreise – Zoo (mit oder ohne Veranstaltung) – F&B – Kino – Rückreise

- Kombination entlang einer special interest Gruppierung (beispielsweise Anreise – Zoo (mit oder ohne Veranstaltung) & Naturkundemuseum – Rückreise
- Kombinationen aus obigen Kombinationen
- Zoobesuch als Instrument für soziale Interaktionen und Erlebnisse
  - Preisanreize für Kleingruppen (statt 1 vielleicht 2 Familien?)
  - Kulinarische Zusatzleistungen (gleichermaßen wie Veranstaltungen) als Mittel zum Zweck für gemeinsame Erlebnisse
- Zoo als touristischer Attraktionspunkt
  - Spezielle Rundgänge und Veranstaltungen rund um indigene Tiere
  - Kombination mit anderen Attraktionspunkten zu themenbezogenen Erlebnisbündel für einen halben oder ganzen Tag
  - Spezielle Zusammenarbeit mit Hotels, welche Gäste mit Kindern haben

### Kontakt:

Prof. Dr. Christian Laesser

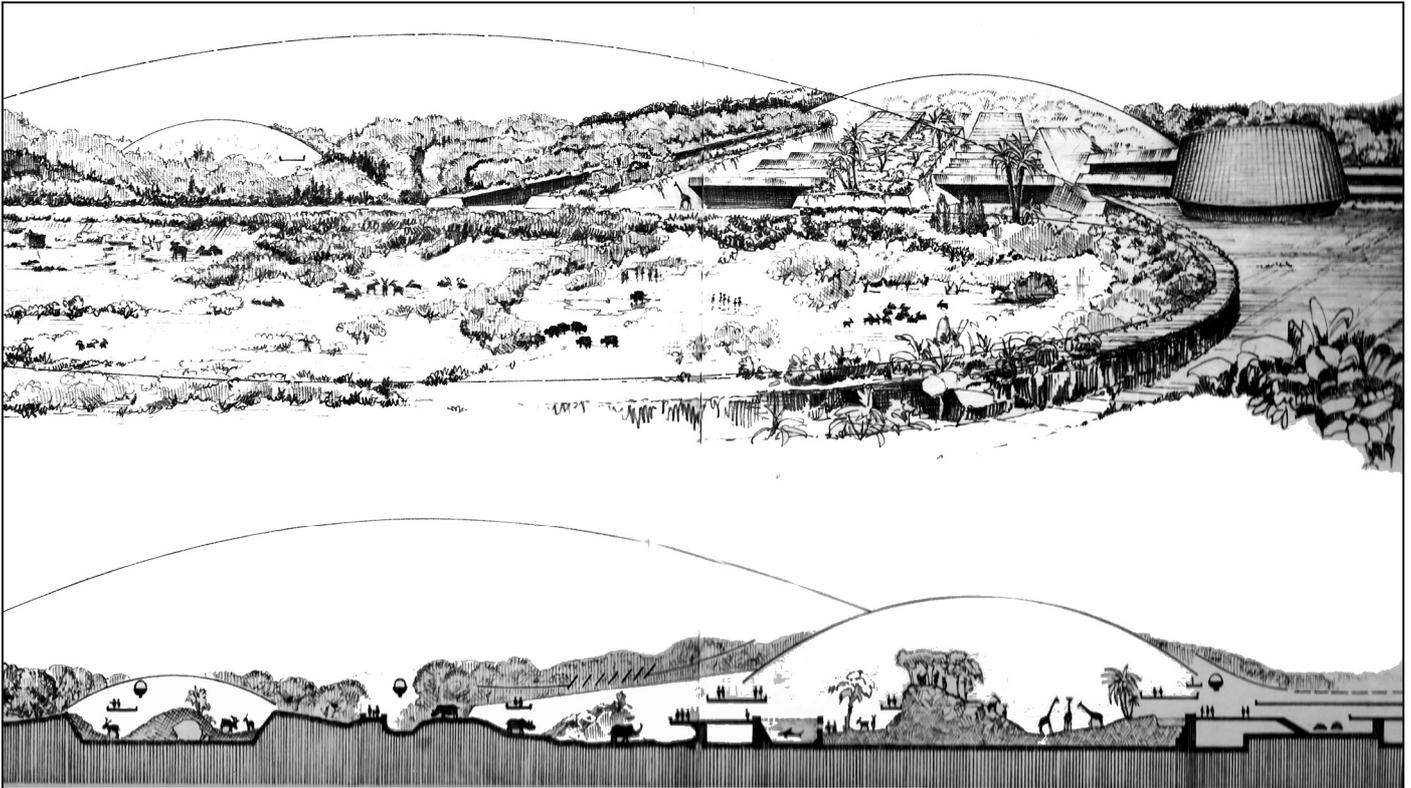
Direktor, Institut für Systemisches Management und Public Governance

Dufourstr. 40a

CH-9000 St. Gallen

✉ [christian.laesser@unisg.ch](mailto:christian.laesser@unisg.ch)





Vor 40 Jahren noch als wenig realistische Vision angesehen, sind grosse klimatisierte Hallen heute Realität geworden, wenn auch nicht ganz in der dargestellten Dimension.

Bild aus HEDIGER, H. (1977) Zoologische Gärten – Gestern – Heute – Morgen.  
Verlag Hallwag Bern und Stuttgart. ISBN 3 444 10229 1



Gondwanaland im Zoo Leipzig – ein touristischer Anziehungspunkt von überregionaler Bedeutung. Foto: Zoo Leipzig

