



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Der Kur- und Wellnesstourismus als wirtschaftlicher Motor
der Regionalentwicklung in der Buckligen Welt

Fallstudie der Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönaue

Verfasserin

Eva Kovacs

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 190 456 299

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Lehramtsstudium UF Geographie und Wirtschaftskunde
UF Psychologie und Philosophie

Betreuer:

HR Prof.h.c. Univ.-Doz. Dr. Peter Jordan

Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubter Hilfe bedient habe.

Darüber hinaus versichere ich, dass ich dieses Diplomarbeitsthema bisher weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe und dass diese Arbeit mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit vollständig übereinstimmt.

Wien, am 13.06.2014

Danksagung

Mit dieser Arbeit schließe ich mein Studium ab und damit geht gleichzeitig ein sehr bedeutungsvoller Lebensabschnitt für mich zu Ende. Ich möchte diese Zeilen nutzen, um all jenen zu danken, die mich in den letzten Jahren unterstützt und begleitet haben. Allen voran meinen Eltern, ohne deren Unterstützung in allen Jahren meines Lebens ich nicht an diesem Punkt angelangt wäre, meinen beiden Schwestern und meinen Freunden. Ein besonderer Dank gilt meinem Freund David für seine großartige Unterstützung und dafür, dass er immer für mich da ist.

Ein großer Dank gilt auch meinen Studienkolleginnen, die mir diese Zeit zu einem besonderen Erlebnis gemacht haben und mit ihrer Zusammenarbeit vieles erleichtert haben.

Weiters möchte ich mich bei Herrn Franz Zwickl für die Bereitstellung der Fotos und bei Herrn Mag. Alexander Wisbauer vom Institut für Geographie und Regionalforschung für die Bereitstellung der von mir im Rahmen dieser Diplomarbeit verwendeten demographischen Daten bedanken. Ich bin auch allen Interviewpartnerinnen und -partnern zu großem Dank verpflichtet- ohne ihre Bereitschaft wäre die Durchführung meiner Studie nicht möglich gewesen. Für das sorgfältige Korrekturlesen meiner Arbeit möchte ich mich bei meiner Mutter sehr herzlich bedanken.

Ein besonderer Dank gilt auch meinem Diplomarbeitsbetreuer Dr. Peter Jordan für seine Unterstützung bei meiner Diplomarbeit.

Zusammenfassung/Abstract



Abbildung 1: Blick auf den Schneeberg und die Landschaft der Buckligen Welt (Quelle: FRANZ ZWICKL)
„Die Bucklige Welt ist eine Auster, die versteckten Orte sind die Perlen, die auf Entdeckung warten.“ (SCHERZER, 1998, S. 34).

Viel besser kann man die Landschaft und deren Vorzüge in meiner Heimatregion nicht zusammenfassen und auf den Punkt bringen. Die Bucklige Welt ist eine Region im Süden Niederösterreichs, welche vor allem in den letzten Jahren einen enormen Aufschwung und eine größere Bekanntheit erlangt hat. Von den Einheimischen lange schon liebevoll das „Land der 1.000 Hügel“ genannt, wird die Region unter diesem Ausdruck auch immer mehr ein Begriff für Auswärtige. Diese Entwicklung hat sicherlich auch damit zu tun, dass der Kur- und Wellnesstourismus in zwei Gemeinden der Region Einzug gehalten hat. Viele Menschen verbringen ihre Kur in Bad Schönau und erkunden währenddessen Teile der Buckligen Welt. Bad Erlach ist seit etwas mehr als sechs Jahren wegen der Therme Linsberg Asia bekannt und spricht vor allem Gäste aus den naheliegenden Städten und der Bundeshauptstadt Wien an. Durch die verkehrsgünstige Lage und die kurze Fahrzeit lädt die Thermenlandschaft ihre Gäste zum Entspannen und Erholen in ländlicher Umgebung ein. Ich habe mir in dieser Arbeit zum Ziel gesetzt, die Bedeutung dieser beiden Erholungseinrichtungen für die einheimischen Gastronomiebetriebe und -unternehmen zu untersuchen und kritisch zu hinterfragen, ob diese tatsächlich vom Tourismus profitieren. Dazu habe ich einen Blick hinter die Kulissen gewagt und die Leiterinnen und Leiter der Betriebe und Unternehmen persönlich zu dieser Thematik befragt. Darüber hinaus stellt diese Arbeit die Region Bucklige Welt vor und verdeutlicht gleichzeitig die Wichtigkeit des Kur- und Wellnesstourismus für die Regionalentwicklung in der gesamten Region und für die Menschen, welche dort leben.

Inhaltsverzeichnis

INHALTSVERZEICHNIS	X
1 EINLEITUNG	1
1.1 ZIELSETZUNG UND AUFBAU DER ARBEIT	2
1.2 METHODEN	3
2 BESCHREIBUNG UND ABGRENZUNG DES UNTERSUCHUNGSGEBIETES	4
2.1 DIE BUCKLIGE WELT	4
2.1.1 NATURRAUM	10
2.1.1.1 Klima	11
2.1.1.2 Geologie und Geomorphologie	17
2.1.1.3 Vegetation	19
2.1.2 GESCHICHTE	21
2.2 DIE GEMEINDEN DER BUCKLIGEN WELT	23
2.2.1 BAD ERLACH	38
2.2.2 BAD SCHÖNAU	46
3 ZENTRALE BEGRIFFE	53
3.1 TOURISMUS	54
3.1.1 GESUNDHEITSTOURISMUS	56
3.1.2 WELLNESSTOURISMUS	60
3.2 DIE KUR	63
3.2.1 KURTOURISMUS	63
4 TOURISMUS IN DER BUCKLIGEN WELT UNTER BESONDERER BERÜCKSICHTIGUNG DER GEMEINDEN BAD ERLACH UND BAD SCHÖNAU	66
4.1 ENTWICKLUNG DES TOURISMUS	66
4.2 TOURISMUS IN DER BUCKLIGEN WELT	79
5 EMPIRISCHE STUDIE	85
5.1 FORSCHUNGSFRAGEN	86

5.2	HYPOTHESEN	87
5.3	METHODE	89
5.4	FRAGEBÖGEN FÜR DIE INTERVIEWS	90
5.5	PRETEST	91
5.6	INTERVIEWS	92
5.7	AUSWERTUNG UND ERGEBNISSE	94
5.7.1	BAD ERLACH	95
5.7.2	BAD SCHÖNAU	127
5.7.3	ERGEBNISSE DER FORSCHUNGSFRAGEN UND ZUSAMMENFASSUNG	156
5.7.4	FAZIT	163
6	<u>LITERATURVERZEICHNIS</u>	<u>166</u>
7	<u>ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS</u>	<u>173</u>
7.1	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	173
7.2	TABELLENVERZEICHNIS	175
8	<u>ANHANG</u>	<u>I</u>
8.1	FRAGEBÖGEN	I
8.1.1	FRAGEBOGEN FÜR DIE BETRIEBE IN BAD ERLACH	I
8.1.2	FRAGEBOGEN FÜR DIE BETRIEBE IN BAD SCHÖNAU	II
8.2	TRANSKRIBIERTE INTERVIEWS	III
8.3	ABKÜRZUNGEN	LV
8.4	LEBENSLAUF	LVI

1 Einleitung

In meiner vorliegenden Diplomarbeit habe ich versucht, die Bedeutung des Kur- und Wellnesstourismus für die Region Bucklige Welt eingehend zu beschreiben und zu untersuchen. Vorrangiges Ziel war es, im Rahmen dieser Arbeit einen umfassenden Einblick in die Regionalentwicklung in der Buckligen Welt im Bereich des Gesundheits-, Kur- und Wellnesstourismus zu geben. Der Schwerpunkt meiner Untersuchungen und Recherchen lag dabei auf den Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau. Diese beiden Gemeinden liegen im südlichen Niederösterreich in der Buckligen Welt und gelten oftmals als wirtschaftlicher Motor für die gesamte Region, vor allem im Bereich des Tourismus.

Bad Erlach ist durch den Bau der Therme und deren Eröffnung im Jahr 2008 zu einer aufstrebenden Thermengemeinde geworden. Der touristische Schwerpunkt der Gemeinde liegt eindeutig auf dem Thermentourismus, in näherer Zukunft auch auf dem Gesundheitstourismus. Seit März 2013 wird am Ortsrand der Gemeinde ein Gesundheitszentrum mit planmäßig 192 Betten gebaut (siehe Kapitel 2.2.1) (vgl. MARKTGEMEINDE BAD ERLACH, 2013c, S. 11). Bad Erlach befindet sich mitten in einem dynamischen Entwicklungsprozess von einer Thermengemeinde zu einer Gesundheits- und Kurgemeinde, währenddessen Bad Schönau schon lange als Gesundheits- und Kurgemeinde weit über die Ortsgrenzen hinweg bekannt ist. Dies wird vor allem durch das Betreiben des Gesundheitsresort Königsberg und durch das touristische Angebot zweier weiterer Kur- und Erholungszentren verdeutlicht. In dieser Arbeit wurden die jeweiligen Schwerpunkte im Bereich Gesundheits-, Kur- und Wellnesstourismus der beiden Gemeinden dargestellt und unterschieden. Auch die spezifischen Angebote für die Besucherinnen und Besucher der Gesundheits- und Wellnessinstitutionen wurden unter die Lupe genommen. Darüber hinaus wagte ich einen Einblick in die zukünftige Entwicklung in den Bereichen Kur-, Wellness- und Gesundheitstourismus (Kapitel 2.2.1 und 2.2.2).

Ein weiteres Hauptaugenmerk liegt darauf, dass verdeutlicht werden soll, welche Investitionen und Pläne in Zukunft noch durchgeführt werden, um das touristische Angebot in den jeweiligen Bereichen optimieren zu können. Dieser Blick in die Zukunft ist ein wesentlicher Aspekt, der einen richtungsweisenden Schritt für die ganze Region Bucklige Welt darstellen kann.

1.1 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit

Diese Arbeit stellt eine Untersuchung im Bereich der Tourismusentwicklung in der Buckligen Welt dar. Es wird untersucht, inwieweit die Entwicklungen im Tourismusbereich in den Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau das Gesamtbild der Buckligen Welt prägen und zu einem möglichen wirtschaftlichen Aufschwung dieser Region beitragen. Während Bad Schönau schon länger auf Grund diverser Kureinrichtungen als Tourismusmagnet in der Buckligen Welt gilt, ist Bad Erlach ein aufstrebender Ort mit einer Vielzahl an wirtschaftlichen und touristischen Innovationen.

In diesem ersten Kapitel der Arbeit werden die Ziele und die geplanten Methoden, welche durchgeführt wurden, um die beschriebenen Ziele zu erreichen, vorgestellt. Darüber hinaus wird direkt im anschließenden Text der Aufbau der Arbeit beschrieben, um der Leserin bzw. dem Leser einen ersten Überblick über die Struktur der Arbeit geben zu können.

Der erste Hauptteil der Arbeit stellt eine Beschreibung und die Abgrenzung des Untersuchungsgebietes dar (Kapitel 2). In diesem Rahmen werden auch zentrale Begriffe, welche für die Arbeit bedeutungsvoll sind, definiert (Kapitel 3). Daran anschließend wurde im Sinne der Regionalentwicklung die Entwicklung des Tourismus in den beiden Gemeinden untersucht und die damit verbundene wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die Gemeinden dargestellt (Kapitel 4). Beim zweiten Hauptteil der Arbeit handelt es sich um eine empirische Studie (Kapitel 5).

Das Hauptziel der Untersuchung ist es darzustellen, ob die Gesundheits-, Wellness- und Kureinrichtungen in den beiden Gemeinden einen Vorteil in unterschiedlichen Bereichen für die ganze Region Bucklige Welt mit sich bringen.

Durch Interviews mit den Leiterinnen und Leitern von Unternehmen und Betrieben in den beiden Gemeinden soll die oft überschwängliche Kundgebung eines enormen wirtschaftlichen Aufschwungs für die Region direkt vor Ort hinterfragt und überprüft werden. Dadurch erhoffe ich mir, die tatsächliche wirtschaftliche Lage für die Unternehmen durch den Wellness- und Kurtourismus zu erfahren, fernab der oftmals nur positiven politischen Meinung. Das vorrangige Ziel dieser Befragungen ist es, herauszufinden, ob die beiden Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau durch ihre touristischen Attraktionen tatsächlich als wirtschaftlicher Motor der Region Bucklige Welt fungieren und somit die gesamte Region vom Kur- und Wellnesstourismus

profitiert. In Bezug auf Bad Erlach soll herausgefunden werden, ob die Unternehmen und Betriebe bereits vom Thermentourismus profitieren oder ob sie sich noch immer in einer Eingewöhnungsphase befinden und noch weitere Angebote in Planung sind, um die Touristinnen und Touristen besser ansprechen zu können. Bei den Befragungen von Unternehmerinnen und Unternehmern aus Bad Schönau erhoffe ich mir, dass diese auf Grund ihrer langjährigen persönlichen Erfahrungen in ihrem Bereich einen wertvollen Beitrag zu den Ergebnissen der Untersuchung beitragen können. Weiters erhoffe ich mir durch die Gespräche einen guten Überblick über die tatsächliche wirtschaftliche Lage der Unternehmen und Betriebe zu bekommen und darüber hinaus Informationen über deren persönliche Einschätzung, ob durch diesen Tourismusbereich die ganze Region Bucklige Welt profitiert.

1.2 Methoden

Im ersten Teil der Arbeit wurde primär Literaturrecherche durchgeführt, um die Region und die Untersuchungsgemeinden kennenzulernen. Das Untersuchungsgebiet die „Bucklige Welt“ wurde ebenfalls abgegrenzt und anhand thematischer Karten graphisch dargestellt, um dessen geographische Lage in Niederösterreich bildlich verdeutlichen zu können. Das eigentliche Ziel dieses Vorgehens ist, Personen, welche dieses Gebiet nicht kennen, einen guten Überblick über dessen Lage und die wesentlichen demographischen Gegebenheiten zu geben. Auch die Bilder, welche in die Arbeit eingegliedert wurden, sollen es der Leserin bzw. dem Leser ermöglichen, die Region kennenzulernen. Die Daten, welche zur Auswertung der demographischen Ergebnisse in Kapitel 2 verwendet wurden, stammen ausnahmslos von der STATISTIK AUSTRIA und wurden von Herrn Magister Alexander Wisbauer vom Institut für Geographie und Regionalforschung der Universität Wien zur Verfügung gestellt.

Der zweite Hauptteil der Arbeit ist eine empirische Studie. Die Ziele, welche in dieser Studie erreicht werden sollen, wurden bereits in Kapitel 1.1 näher erläutert. Um den Zielen näher zu kommen, wurden Interviewfragen in Form eines Fragebogens vorbereitet (siehe Anhang). Diese Interviews wurden mit den Leiterinnen und -leitern gastronomischer Unternehmen in den Gemeinden geführt. Die Ergebnisse werden im Unterkapitel 5.7 ausführlich beschrieben und dargestellt.

2 Beschreibung und Abgrenzung des Untersuchungsgebietes

In diesem Kapitel wird das Untersuchungsgebiet abgegrenzt und beschrieben, um einen guten Überblick über die Region geben zu können. Die beiden Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau werden in den Unterkapiteln 2.2.1 und 2.2.2 explizit vorgestellt, da diese den Schwerpunkt der Untersuchungen im Rahmen dieser Arbeit bilden.

2.1 Die Bucklige Welt

Die Bucklige Welt ist eine Region im Industrieviertel, im südöstlichen Teil Niederösterreichs gelegen. Die zugehörigen Gemeinden liegen in den Politischen Bezirken Wiener Neustadt Land und Neunkirchen. Im Bezirk Wiener Neustadt Land lebten im Jahr 2013 75.129 Menschen auf einer Fläche von 969,72 km² und im Politischen Bezirk Neunkirchen 85.344 Menschen auf einer Fläche von 1146,35 km². Im Vergleich dazu lebten im selben Jahr in den Gemeinden der Buckligen Welt 39.384 Menschen auf einer Gesamtfläche von 586,3 km² (vgl. STATISTIK AUSTRIA, 2014a).

In Abbildung 2 ist die Bevölkerungsentwicklung in den beiden Politischen Bezirken Neunkirchen und Wiener Neustadt Land und in der Buckligen Welt zwischen den Jahren 1869 und 2013 dargestellt. Das Hauptaugenmerk wird im Rahmen dieser Arbeit auf die Entwicklung der Bevölkerung im Untersuchungsgebiet der Buckligen Welt gelegt.

Laut STATISTIK AUSTRIA lebten im Jahr 1869 insgesamt 27.771 Menschen in der Buckligen Welt und am Ende des Untersuchungszeitraumes im Jahr 2013 waren es 39.384 Menschen. Auf den gesamten Untersuchungszeitraum gesehen bedeutet dies einen Bevölkerungsanstieg von 11.613 Personen.

Wenn man die Bevölkerungsentwicklung in dieser Region genauer betrachtet, fallen folgende wesentliche Gegebenheiten auf: Im Vergleich zum Ausgangsjahr 1869 lag die Bevölkerungszahl im Jahr 1880 unter dem Ausgangswert. In diesem Jahr lebten in der Buckligen Welt insgesamt 25.941 Menschen. Die Zahl der Einwohnerinnen und Einwohner ist in den darauffolgenden Jahrzehnten von 1880 bis 2013 stetig gestiegen, im Jahr 1961 ging sie zwischenzeitlich jedoch etwas zurück. In diesem Jahr wurden 24.867 Bewohnerinnen und Bewohner in dieser Region gezählt. Ab dem Jahr 1971 stieg die Zahl wieder an. 1971 lebten 35.427 Einwohnerinnen und

Einwohner in der Buckligen Welt. Dieser Zeitraum stand damals ganz im Zeichen des Baby-Booms. Dessen Auswirkungen könnten eine Erklärung für diesen doch relativ großen Bevölkerungszuwachs zwischen den Jahren 1961 und 1971 sein. Bis 1991 ging die Zahl der Einwohnerinnen und Einwohner wieder etwas zurück, im Jahr 1991 wurden insgesamt 33.993 Personen gezählt. Seit diesem Jahr stieg die Bevölkerungszahl bis zum Jahr 2013 durchgehend an. Vor allem seit 2001 gibt es einen stetigen Anstieg der Bevölkerungszahl in der Buckligen Welt zu vermelden. Im Jahr 2013 erreichte diese ihren vorläufigen absoluten Höhepunkt mit 39.384 Einwohnerinnen und Einwohnern in dieser Region.

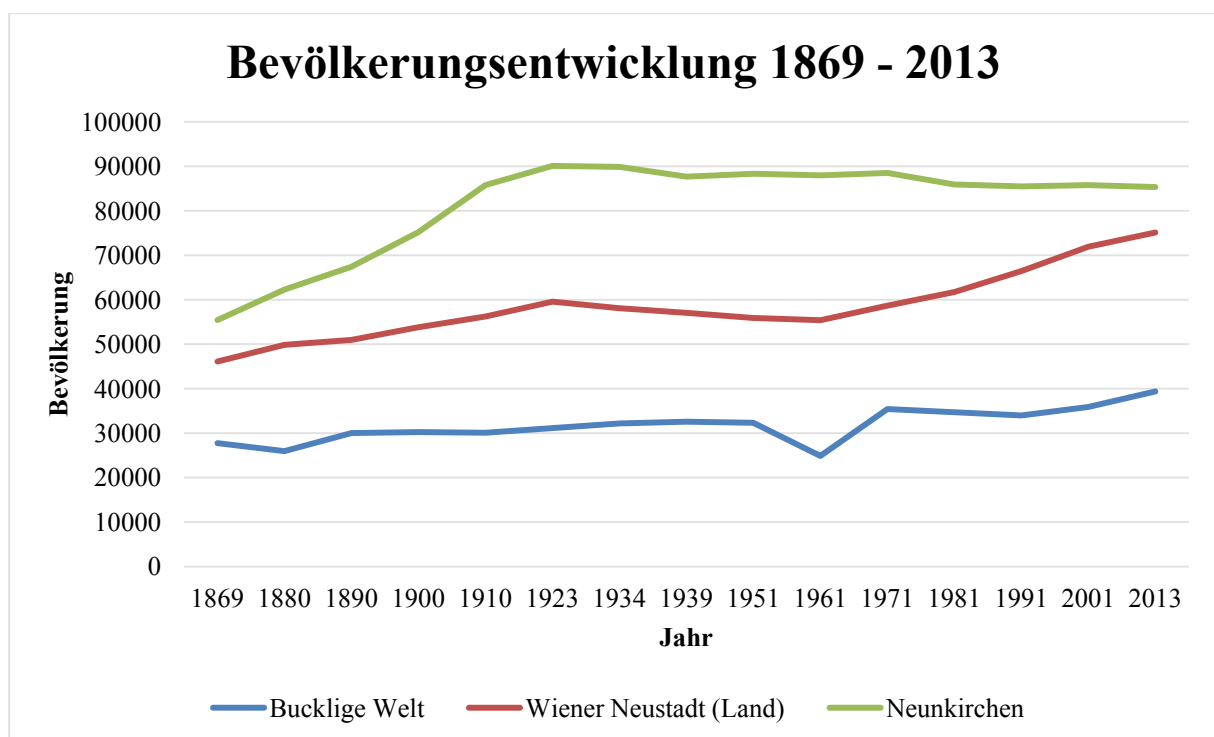


Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung 1869 bis 2013 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014a)

In Abbildung 3 ist die Wanderungsbilanz und die Geburtenbilanz der Buckligen Welt für den Zeitraum von 2002 bis 2012 dargestellt. Durch diese Darstellung soll versucht werden zu verdeutlichen, warum die Bevölkerung in der Region in diesem genannten Zeitraum deutlich angestiegen ist.

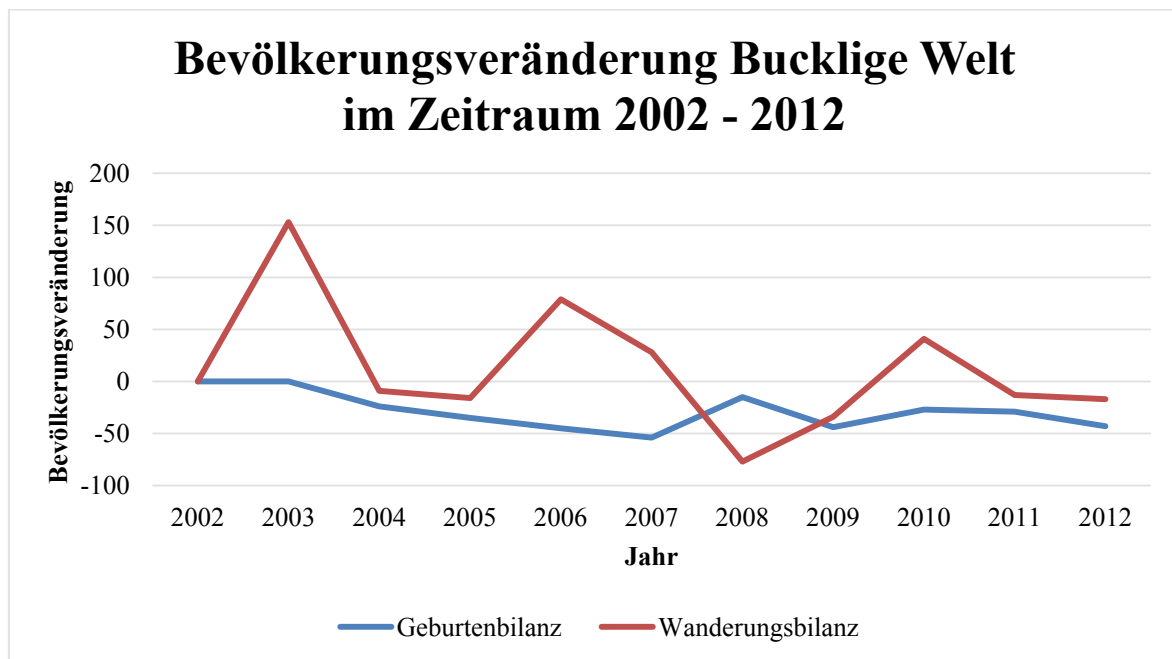


Abbildung 3: Geburten- und Wanderungsbilanz in der Buckligen Welt von 2002 bis 2012 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014a)

In Abbildung 3 ist auf einen Blick zu erkennen, dass das Bevölkerungswachstum in der Buckligen Welt im vergangenen Jahrzehnt nicht durch eine positive Geburtenbilanz erklärt werden kann. Diese war über den gesamten Zeitraum hinweg negativ, es gab somit stets mehr Todesfälle als Geburten. Die Wanderungsbilanz zeigt dem gegenüber ein deutlich anderes Bild. Mit dieser demographischen Komponente könnte eine Erklärung für den Bevölkerungsanstieg gefunden worden sein. Vor allem zwischen den Jahren 2002 und 2003 stieg die Wanderungsbilanz sehr stark an. Das heißt, dass es in diesem Zeitraum deutlich mehr Einwanderung als Abwanderung aus der Region gab. In den darauffolgenden Jahren 2004 und 2005 war die Wanderungsbilanz dann ganz leicht negativ. Im Jahr danach (2006) kam es jedoch zu einem weiteren deutlichen Anstieg der Wanderungsbilanz. 2008 wandte sich dieses entstandene Bild schließlich in eine komplett andere Richtung. In diesem Jahr gab es deutlich mehr Wegzüge aus der Buckligen Welt als Zuzüge und dieses Jahr kennzeichnet gleichzeitig den absoluten Tiefpunkt der Wanderungsbilanz in dieser Untersuchungsperiode. Gesamt gesehen konnte diese kurzfristige negative Entwicklung im Jahr 2008 aber die Zuzüge von 2002 bis 2007 bei weitem nicht kompensieren. Über das Jahr 2009 hinweg erholte sich die Wanderungsbilanz wieder, um im Jahr 2010 erstmals seit 2007 einen kleinen positiven Trend zu verzeichnen. In den

darauffolgenden Jahren 2011 und 2012 war die Wanderungsbilanz jedoch wieder leicht negativ und es kam nach 2008 erneut zu mehr Wegzügen als Zuzügen aus der Region.

Allgemein kann man sagen, dass das Bevölkerungswachstum im letzten Jahrzehnt durch eine beinahe durchgängig positive Wanderungsbilanz erklärt werden kann. Die kurzen Zeiträume der geringen negativen Entwicklungen sind zwar vorhanden, jedoch dominieren die Zuzüge über den gesamten Zeitraum gesehen deutlich. Dem gegenüber steht die Geburtenbilanz, welche über den gesamten Untersuchungszeitraum hinweg negativ war. Somit war dies sicherlich nicht der Grund für den Bevölkerungszuwachs. Lediglich in den Jahren 2002 und 2003 glichen sich die Geburten und Sterbefälle einander praktisch aus. Auch im Jahr 2008 war ein positiver Trend zu erkennen, jedoch war die Geburtenbilanz auch in diesem Jahr negativ. Daraus lässt sich schließen, dass das Bevölkerungswachstum im Untersuchungszeitraum durch eine, mit einigen wenigen negativen Ausreißern, fast durchgängige positive Wanderungsbilanz erklärbar ist.

Nach der Auswertung der Bevölkerungsdaten der STATISTIK AUSTRIA kann gesagt werden, dass die in Bezug auf die Einwohnerinnen und Einwohner kleinste Gemeinde der gesamten Buckligen Welt die Kurgemeinde Bad Schönau mit 728 Einwohnerinnen und Einwohnern im Jahr 2013 ist. Die meisten Einwohnerinnen und Einwohner hatte die Gemeinde Lanzenkirchen zu verzeichnen. Dort lebten im gleichen Jahr 3.861 Menschen.

Um verdeutlichen zu können, wo sich das Gebiet der Buckligen Welt genau befindet, sind in Abbildung 4 alle Gemeinden des Untersuchungsgebietes und deren räumliche Lage in Niederösterreich in blau dargestellt.

Die Lage der Buckligen Welt in Niederösterreich

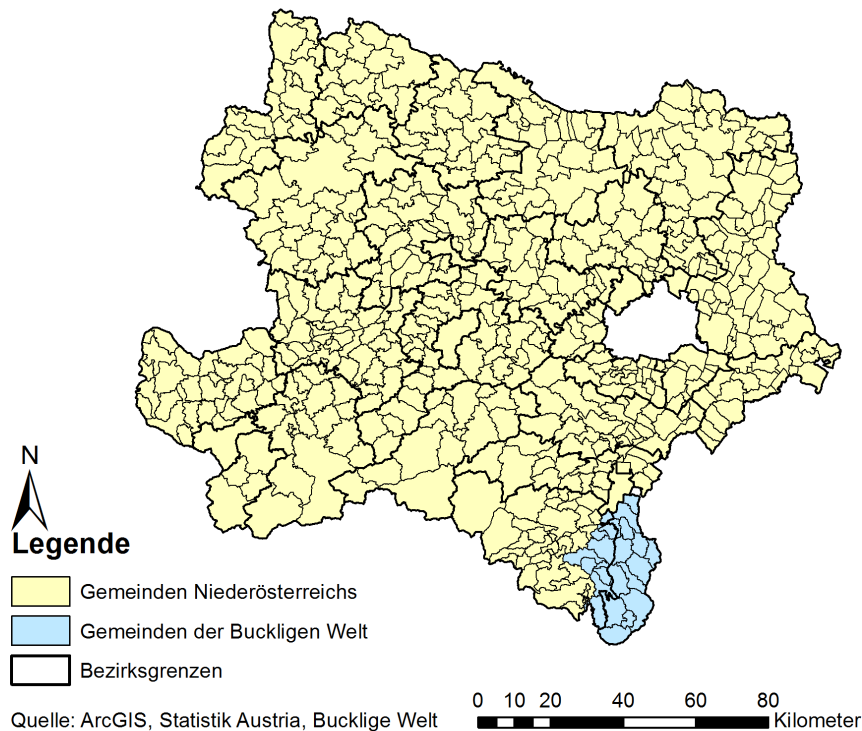


Abbildung 4: Die Lage der Buckligen Welt in Niederösterreich (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014a)

Die Bucklige Welt, auch benannt als das „Land der 1.000 Hügel“, besteht aus insgesamt 23 Gemeinden¹, welche im Folgenden in alphabetischer Reihenfolge aufgezählt werden: Bad Erlach, Bad Schönaun, Bromberg, Edlitz, Grimmenstein, Hochneukirchen-Gschaidt, Hochwolkersdorf, Hollenthon, Katzelsdorf, Kirchschlag, Krumbach, Lanzenkirchen, Lichtenegg, Pitten, Scheiblingkirchen-Thernberg, Schwarzaun am Steinfeld, Schwarzenbach, Seebenstein, Thomasberg, Walpersbach, Warth, Wiesmath und Zöbern. Neun davon gehören dem Politischen Bezirk Neunkirchen, dessen Bezirkshauptstadt die Stadt Neunkirchen ist, an und vierzehn dem Politischen Bezirk Wiener Neustadt Land mit der Bezirkshauptstadt Wiener Neustadt. Die 23 Gemeinden sind in Abbildung 5 dargestellt, getrennt nach deren Bezirkszugehörigkeit. Die Gemeinden der Buckligen Welt im Bezirk Neunkirchen sind in roter Farbe dargestellt, die Gemeinden im Bezirk Wiener Neustadt Land wurden in blau eingefärbt.

¹ vgl. VEREIN BUCKLIGE WELT - REGIONALENTWICKLUNG (HRSG.), o. J.

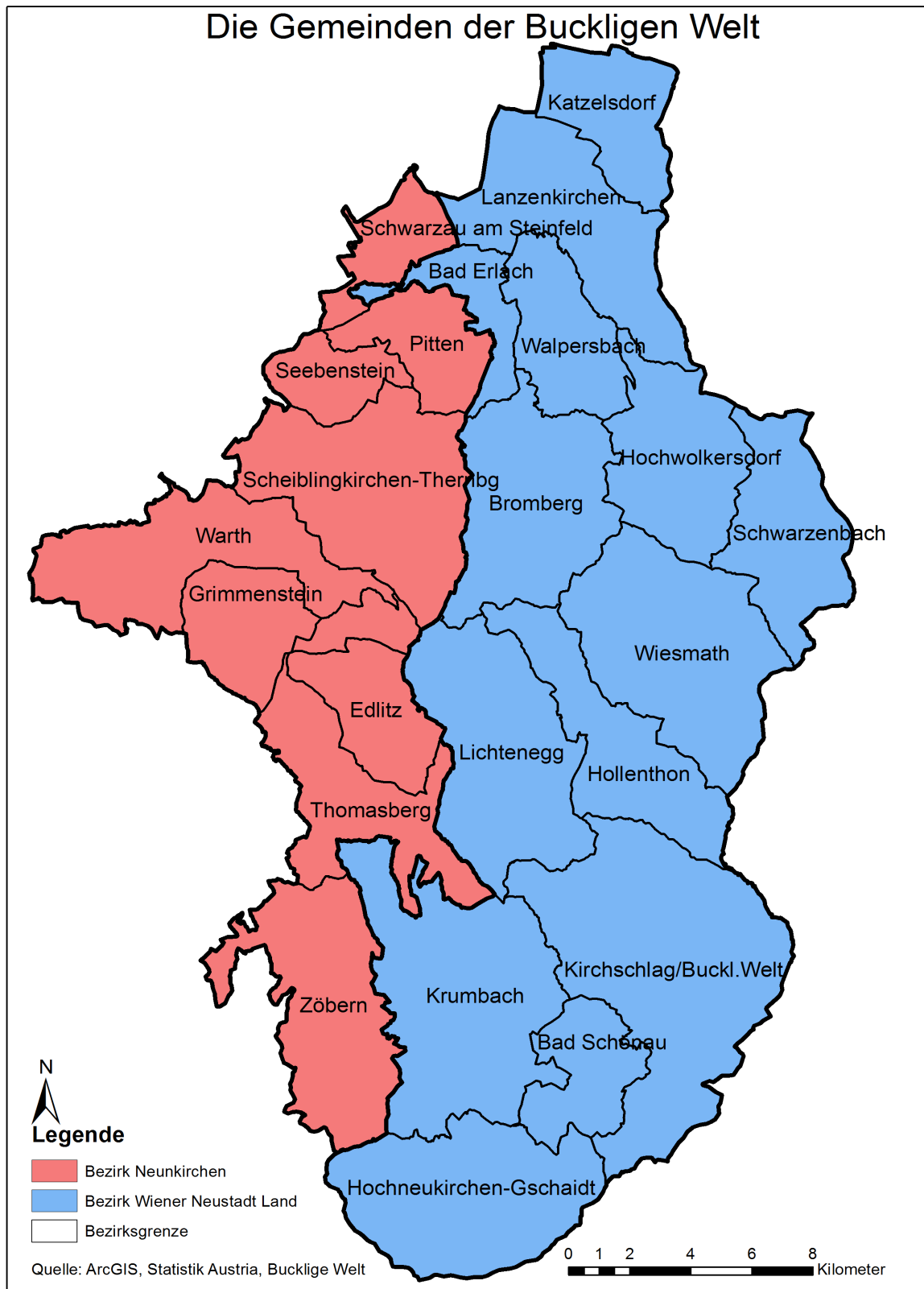


Abbildung 5: Die Gemeinden der Buckligen Welt

2.1.1 Naturraum

Die Bucklige Welt liegt im Industrieviertel, im südlichen Niederösterreich und grenzt an die beiden Bundesländer Steiermark und Burgenland. Das Gebiet liegt daher im so genannten Dreiländereck. Eine exakte Abgrenzung für dieses Gebiet ist schwer zu erfassen und wird in der Literatur immer wieder unterschiedlich dargestellt. Nach TRIMMEL zählt die Bucklige Welt zu den Cetschen Alpen und zum oststeirisch-burgenländischen Hügelland. Diese Gebirgskette kennzeichnet er in seinem Buch mit der Kennziffer 2800. Eine genaue Abgrenzung der Untersuchungsregion findet man nach TRIMMEL unter der Kennziffer 2870-Bucklige Welt. Er unterteilt die Bucklige Welt in eine Bucklige Welt westlich der Pitten mit den Begrenzungen Otterthal-Feistritz-Pitten bis zur Mündung in die Schwarza und die Schwarza aufwärts bis nach Gloggnitz-Schlagl-Otterthal. Weiters wird die Bucklige Welt von ihm in die Bucklige Welt östlich der Pitten mit folgenden Begrenzungen unterteilt: Aspang-Ausschlag-Zöbern-Zöbernbach bis Kirchschlag. Östlich grenzt die Bucklige Welt an die Rabnitz, von der Rabnitz bis zur Staatsgrenze und von dort bis nach Schattendorf-Mattersburg-Ödenburger Pforte-Neudörfleitha und von der Pitten aufwärts bis nach Aspang (vgl. TRIMMEL, 1962).

Ganz allgemein lässt sich beschreiben, dass die Bucklige Welt im südwestlichen Teil an den Wechsel und im Norden an das Rosaliengebirge grenzt. Der westliche Teil der Buckligen Welt grenzt an das Pittental und im Osten befindet sich die niederösterreichisch-burgenländische Landesgrenze. Geographisch kennzeichnen die Region viele Hügel, welche zwischen 750 und knapp 900 Metern über dem Meeresspiegel liegen. Die höchste Erhebung der Buckligen Welt ist der Hutwisch (896 m.ü.d.M). Die Aussichtswarte auf dem Hutwisch zählt zu einem sehr beliebten Wanderziel in der Region (vgl. WOLLENIK, 1979, S. 13).

Im Rahmen dieser Arbeit bezieht sich die Begrenzung des Untersuchungsgebietes „Bucklige Welt“ auf die vorhin genannten und in Abbildung 5 graphisch dargestellten 23 Gemeinden.

Wie der Name selbst aussagt, hat die Bucklige Welt ihren Namen den vielen kleineren und größeren Erhebungen und Bergkuppen in der Region zu verdanken. In der Literatur wird die Bucklige Welt bis in das 15. Jahrhundert als Waldmarch bezeichnet. Auch diese Benennung der Region in der frühen Zeit schließt bereits auf ein sehr bewaldetes Gebiet. Erst im Jahr 1865 konnte man zum ersten Mal den Namen „Bucklige Welt“ auf einer Karte lesen. In dieser neuen Bezeichnung werden vor allem die geologischen und geomorphologischen Besonderheiten dieses Gebietes zum Ausdruck gebracht (vgl. LECHNER, GOTTSCHLING, & HAIDER-BERKY, 2011,

S. 20 & 21). Die Bucklige Welt ist auch in der heutigen Zeit für ihre hügelige und weitläufige Naturlandschaft bekannt. Aber der Name lässt sich nicht nur geologisch und morphologisch herleiten, sondern auch aus dem Volksmund. Im Volksmund wurden die kleinen Hügel früher als so genannte „Riegel“ bezeichnet. Dieser Ausdruck stand dem Volksmund nach für die vielen kleineren und größeren waldbewachsenen Hügel, welche das Landschaftsbild der Buckligen Welt auch heute noch prägen. Die Erhebungen sind somit ein markantes und darüber hinaus typisches Merkmal für die Region. Für die Bucklige Welt waren immer schon der Nadelwald und die neben ihm liegenden helleren Felder kennzeichnend. Durch dieses unterschiedliche Farbenspiel von dunkleren Hügeln und helleren Freiflächen wurde im Volksmund der Name Bucklige Welt geschaffen (vgl. SCHIMETSCHKE, 1991, S. 143). In Abbildung 6 ist genau dieses zuvor beschriebene typische Landschaftsbild der Buckligen Welt zu erkennen.



Abbildung 6: Hügellandschaft der Buckligen Welt mit Vierkanthof (Quelle: FRANZ ZWICKL)

2.1.1.1 Klima

Das Klima in der Buckligen Welt wird stark von den an die Bucklige Welt angrenzenden Landschaften geprägt. In dieser Region herrscht vor allem ein überwiegend mildes Klima vor mit vielen Sonnentagen und wenig Nebel (vgl. WOLLENIK, 1979, S. 14). An dieser Stelle sind die durchschnittliche Monatstemperatur, die durchschnittliche Niederschlagsmenge und die durchschnittliche Anzahl an Sonnenstunden dargestellt.

Die nötigen Daten für die folgenden Berechnungen stammen von der Wetterstation in Krumbach in der Buckligen Welt und wurden von Herrn ALOIS M. HOLZER, einem Wetterredakteur des österreichischen Rundfunks, auf seiner Homepage² veröffentlicht. Die Wetterstation in

² vgl. HOLZER, 2014

Krumbach ist offiziell als ORF und Ö3 Wetterstation anerkannt und misst die Werte repräsentativ für die gesamte Region. Die Messstation steht in etwa 540 Metern über dem Meeresspiegel. Gemessen werden an dieser Stelle regelmäßig Lufttemperatur, -feuchtigkeit, -druck sowie Windgeschwindigkeit, Windrichtung, der Niederschlag und die Dauer des Sonnenscheins (vgl. MARKTGEMEINDE KRUMBACH IN DER BUCKLIGE WELT, o. J., web).

In Abbildung 7 ist der monatliche Verlauf der durchschnittlichen Tiefst- und Höchsttemperaturen der vergangenen sechs Jahre dargestellt. Die blaue Kurve kennzeichnet den Verlauf der jeweiligen Monatsmitteltemperatur. Klar zu erkennen ist, dass die Monate Jänner, Februar und Dezember naturgemäß die kältesten in der Region waren. Im Durchschnitt hatte es in den vergangenen sechs Jahren in diesen Monaten etwa null Grad Celsius. Die wärmsten Monate waren die Sommermonate Juni, Juli und August. In diesen Monaten hatte es im Untersuchungszeitraum im Schnitt rund 20 Grad Celsius in der Region Bucklige Welt. Die maximale Temperatur, welche zu dieser Jahreszeit in der Region vorherrschen könnte, liegt bei etwa 30 Grad Celsius. Viel höhere Temperaturen sind auf Grund dieser Messungen der letzten Jahre im Verlauf des gesamten Jahres eher nicht zu erwarten. Die durchschnittliche Tiefsttemperatur, in rot dargestellt, könnte in den Monaten Jänner, Februar und Dezember bei etwa minus zehn Grad Celsius liegen. Weiters ist diesen Aufzeichnungen zu entnehmen, dass der Frühling mit Durchschnittstemperaturen von etwa 10 bzw. 14 Grad Celsius in den Monaten April und Mai nicht sehr mild ausfällt. Im Zeitraum zwischen den Monaten Mai und September liegen die durchschnittlichen Tiefst- und Höchsttemperaturen immer jenseits der Null-Grad-Celsius-Grenze. In diesen fünf Monaten ist es demnach in der gesamten Region am wärmsten.

Die Durchschnittstemperatur wird natürlich an einigen höher gelegenen Teilen der Buckligen Welt im Vergleich zu diesen Aufzeichnungen etwas variieren. Aus den Aufzeichnungen von ALOIS M. HOLZER geht hervor, dass die jährliche Durchschnittstemperatur in Höhenlagen von etwa 750 Metern rund 1,5 Grad Celsius unter den Werten der Durchschnittstemperatur in Höhenlagen von etwa 500 Metern liegt. Aus seinen Messungen zwischen den Jahren 1989 und 1996 geht hervor, dass das Monatsmittel im Juli für Gegenden um 500 Meter über dem Meeresspiegel bei etwa 18,9 Grad Celsius liegt. Im selben Vergleichszeitraum liegt das Monatsmittel für Regionsbereiche, welche 750 Meter über dem Meeresspiegel liegen, bei etwa 17,4 Grad Celsius. Diese Werte entsprechen tatsächlich einem Unterschied von 1,5 Grad Celsius in den jeweiligen Höhenlagen.

Als Jahresmittel errechnete er in diesem Untersuchungszeitraum für Gegenden über 500 Meter Seehöhe einen Wert von 8,4 Grad Celsius. Für Gegenden über 750 Meter Seehöhe lag dieser Wert bei 6,9 Grad Celsius (vgl. HOLZER, 1997, S. 39f.).

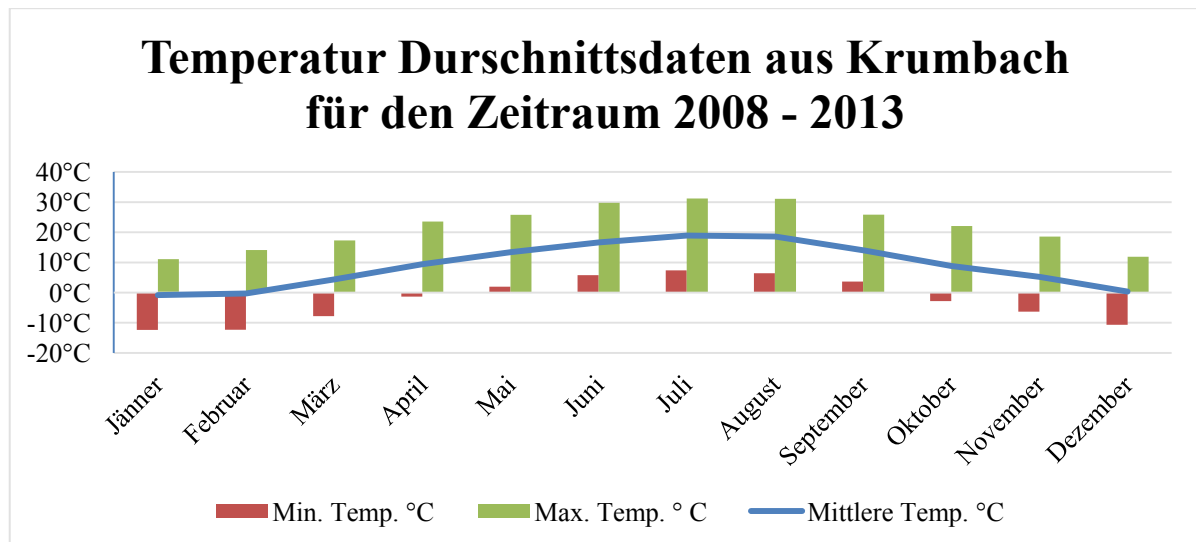


Abbildung 7: Durchschnittstemperatur in Krumbach zwischen 2008 und 2013 (Quelle: HOLZER, 2014)

Bei den physiogeographischen Bedingungen für den Tourismus in der Region Bucklige Welt ist es darüber hinaus sehr interessant, die durchschnittliche Niederschlagsmenge im Jahr darzustellen. Der Thermentourismus ist zwar nicht unbedingt von schönem Wetter abhängig, da sich die meisten Einrichtungen im Innenbereich befinden, jedoch können bei Regen und Schlechtwetter die Außenbereiche gar nicht oder nur eingeschränkt genutzt werden. Das genau gegenteilige Problem ist jedoch, dass ein langer schöner Sommer dieser Tourismusbranche deutlich mehr schaden kann. Im Sommer werden wohl viele Menschen eher Freibäder als Thermeneinrichtungen präferieren, da bei diesen die Eintrittsgebühren im Normalfall erheblich billiger sind. Im Bereich des Kurtourismus könnten lange häufige Niederschläge negative Auswirkungen bei den Gästezahlen haben. Bei Regen können die Kureinrichtungen im Innenbereich zwar weiterhin zur Gänze genutzt werden, jedoch hindert Schlechtwetter die Gäste daran, im Außenbereich aktiv zu sein. Darüber hinaus wird Schlechtwetter dazu führen, dass die Gäste das Kurareal nicht verlassen werden und somit nicht in die Ortschaft und deren Umgebung kommen werden. Das kann natürlich dazu führen, dass auch die Betriebe im Ort das Fernbleiben der Gäste spüren.

Auch für die Berechnungen zur Niederschlagsmenge wurde auf die Daten der Messstation in Krumbach zurückgegriffen. In Abbildung 8 wird die durchschnittliche Niederschlagsmenge in

Krumbach zwischen den Jahren 2008 und 2013 graphisch dargestellt. Gezeigt wird der durchschnittliche monatliche Niederschlag in Litern pro Quadratmeter im genannten Zeitraum. Anhand der Graphik ist zu erkennen, dass in diesen sechs Jahren der Juni jener Monat war, in welchem oftmals der meiste Niederschlag gefallen ist. Im Schnitt waren es in diesem Monat rund 140 Liter pro Quadratmeter. In den Sommermonaten Juli und August ist dagegen mit doch deutlich weniger Niederschlagsmengen zu rechnen. Die geringsten durchschnittlichen Niederschlagsmengen gab es in diesem Untersuchungszeitraum im Februar.

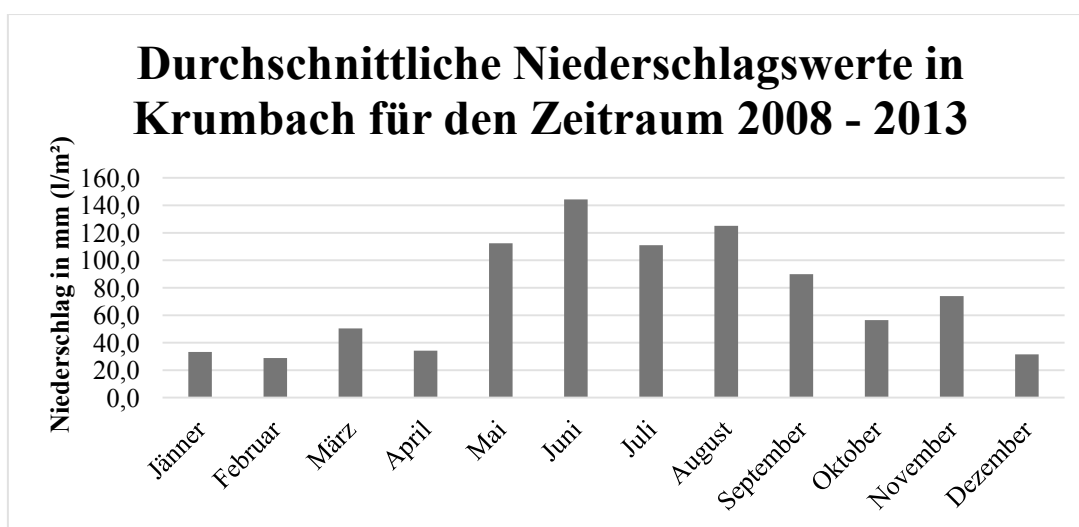


Abbildung 8: Durchschnittliche Niederschlagswerte in Krumbach zwischen 2008 und 2013 (Quelle: HOLZER, 2014)

Ähnlich wie bei der Niederschlagsmenge ist es auch bei der durchschnittlichen Anzahl der Sonnenstunden so, dass diese klimatische Gegebenheit sehr wohl Auswirkungen auf das Tourismusverhalten haben kann. Für den Kurtourismus haben schöne Wetterbedingungen auf jeden Fall positive Auswirkungen. Sonnenstunden laden die Gäste ein, die Umgebung der Kurgemeinde zu erwandern und ihre Freizeit außerhalb des Kurareals zu verbringen. Wenige Sonnenstunden bzw. Schlechtwetter haben beim Kurtourismus natürlich die genau gegenteilige Auswirkung. Deshalb kann gesagt werden, dass diese klimatischen Gegebenheiten den Tourismusbereich in dem Sinn beeinflussen, indem das Verhalten der Menschen von den Wetterbedingungen beeinflusst wird. Dieses Verhalten, ausgelöst durch die Wettersituation, hat dann natürlich wiederum Auswirkungen auf die Gastronomie in der Gemeinde bzw. Region. Beim Thermentourismus, in diesem Fall bezogen auf Bad Erlach, haben viele Sonnenstunden sicherlich zwei unterschiedliche Seiten von Auswirkungen auf die Wirtschaft. Auf der einen Seite regt schönes Wetter die Menschen immer zu Unternehmungen an, in den heißen

Sommermonaten werden Thermenurlaube jedoch sicherlich von den wenigsten bevorzugt. In diesem Zeitraum gilt es ein einzigartiges Konzept zu erarbeiten, um vielleicht dennoch viele Besucherinnen und Besucher in die Therme locken zu können. Auf der anderen Seite lockt trübes und nebeliges Wetter die Menschen oftmals schneller in eine Therme. In der kalten Jahreszeit neigen die Menschen dazu, nach Wärme zu suchen und dafür bietet sich ein Thermenaufenthalt besonders gut an.

In Abbildung 9 ist die durchschnittliche Anzahl der Sonnenstunden im Untersuchungszeitraum von 2008 bis 2013 dargestellt. Klar zu erkennen ist, dass die Sommermonate Juli und August im Durchschnitt die meisten Sonnenstunden aufweisen. Im August gab es in diesem Zeitraum im Schnitt 240 Sonnenstunden. Die wenigsten Sonnenstunden waren im Jänner und Dezember zu verzeichnen.

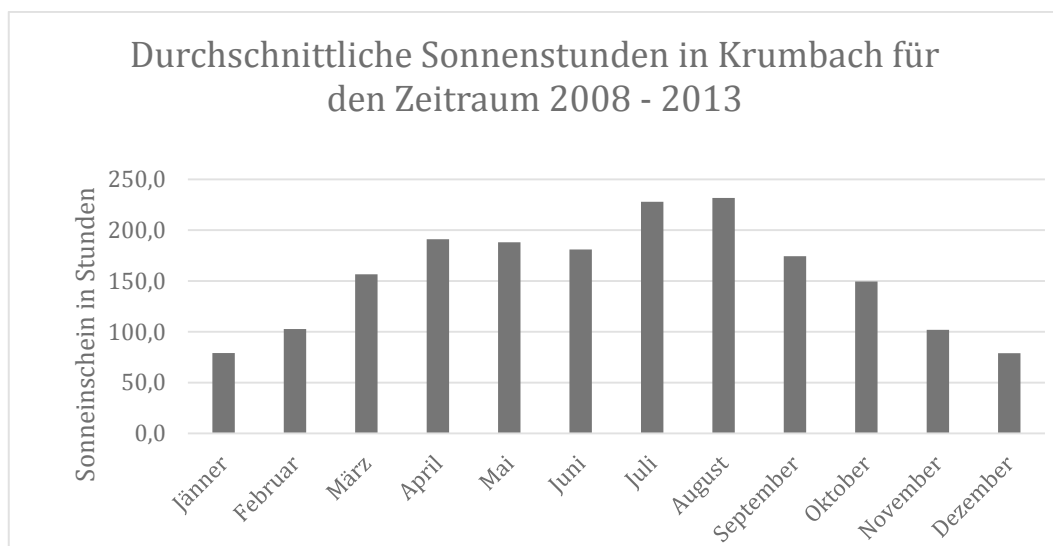


Abbildung 9: Durchschnittliche Sonnenstunden in Krumbach zwischen 2008 und 2013 (Quelle: HOLZER, 2014)

Zu den klimatischen Verhältnissen in der Region ist zu sagen, dass das Untersuchungsgebiet zu großen Teilen der nördlich gemäßigten Klimazone angehört. Darüber hinaus liegt die Region Bucklige Welt in einem Übergangsbereich zwischen dem ozeanischen und dem kontinentalen Klima. Das kontinentale, auch pannonische Klima genannt, ist dafür verantwortlich, dass es in dieser Region sehr kalte Winter und sehr warme Sommer geben kann und gibt (vgl. MARKTGEMEINDE PITTEN (HRSG.), 1969, S. 160).

Im Bereich des Wetters gibt es in der Buckligen Welt deutliche Unterschiede in Bezug auf die Intensität und Häufigkeit zu vermelden. Das Pittental um Pitten und Bad Erlach wird in vielerlei Hinsicht durch die vielen Bergrücken, welche das Pittental prägen, von den Wetterkapriolen

geschützt. Durch diesen Schutz der Berge werden Wetterphänomene, wie etwa ein Gewitter, in ihrem Verlauf verändert und treffen meistens schon sehr abgeschwächt auf die Region um Bad Erlach im Pittental. Dieser Bereich des Untersuchungsgebietes wird somit in den meisten Fällen von schlimmen Unwettern verschont. Es kommt jedoch nicht selten vor, dass das Wasser der Pitten, nach starken Regenfällen oder Gewittern in anderen Teilen der Buckligen Welt, sehr gefährlich nah an den Uferseiten ansteigt. Im April 1965 kam es zu einem geschichtsträchtigen Hochwasser im Pittental, welches die Regulierung des Flusses zur Folge hatte. Unwetter, welche im Schneeberggebiet entstehen, ziehen meistens in Richtung Hohe Wand ab, Unwetter aus dem Wechselgebiet brechen im Bereich Aspang und Edlitz aus. Die höher gelegenen Teile der Buckligen Welt werden häufiger von solchen Unwettern und ihren Auswirkungen heimgesucht. Die Region um Bad Erlach liegt demzufolge insofern sehr vorteilhaft im Tale der Pitten und bleibt somit in den meisten Fällen von großen Unwettern verschont (vgl. MARKTGEMEINDE PITTEN (HRSG.), 1969, S. 160).

Die gravierendsten Unterschiede, welche das Wetter in der Buckligen Welt betreffen, entstehen also durch die vorherrschenden geomorphologischen Gegebenheiten. Damit ist die hügelige Landschaft der Buckligen Welt gemeint. Es handelt sich dabei nicht um sehr große Erhebungen, dennoch haben die Riegel und Hügel der Buckligen Welt einen bedeutungsvollen Einfluss auf die Wetterentwicklung in der gesamten Region. Die Höhenunterschiede können in etwa 600 Meter zwischen den Gebieten auf etwa 300 Meter und Höhenlagen auf etwa 900 Meter betragen. Dass es bei diesen Unterschieden in der Höhenlage auch zu unterschiedlicher Intensität und Häufigkeit bei verschiedenen Naturphänomenen kommen kann, ist nicht von der Hand zu weisen. Nicht nur die Höhenlage beeinflusst das Wetter in der Buckligen Welt, auch der Engegrad eines Tales oder der Bewaldungsgrad eines Gebietes kann zu unterschiedlichen Wetterverhältnissen führen. Die Temperaturunterschiede in der Buckligen Welt können durch die unterschiedlichen Gegebenheiten gravierend sein. Es ist nicht auszuschließen, dass es zum Beispiel bei einem Sommergewitter in Edlitz gerade einmal 15 Grad Celsius hat, während in Bad Schönau hochsommerliche Temperaturen bis zu 30 Grad Celsius herrschen können. Dieses Beispiel verdeutlicht die möglichen klimatischen Unterschiede in der Buckligen Welt besonders gut (vgl. HOLZER, 1997, S. 70f.).

2.1.1.2 Geologie und Geomorphologie

Im Rahmen dieses Kapitels sollen nicht nur die geologischen Gegebenheiten für den Tourismus dargestellt werden, sondern in diesem Zusammenhang soll auch erläutert werden, wie das Gebiet der Buckligen Welt über Jahrmillionen hinweg entstehen konnte.

Die geologische Beschaffenheit der Buckel der Buckligen Welt stammt erdgeschichtlich gesehen bereits aus der Urzeit und dem Altertum. Die Berglandschaft des Wechselgebirges bestand aus Gneis. In einem lang andauernden Prozess wurden Teile des Wechselgebirges abgetragen und diese Teile landeten schließlich durch klimatische Gegebenheiten wie Wind und Wasser im Pannonischen Meer. Am westlichen Rand des Meeres entstand über Jahrtausende hinweg ein großes Hochplateau, verschiedene Gesteinsarten wie zum Beispiel Glimmer oder Schiefer entstanden. Als es zur Entstehung der Alpen kam, in einer Zeit, als die Bucklige Welt schon längst existierte, konnte das Wiener Becken dem Druck nicht mehr standhalten und brach ein. Ab diesem Zeitpunkt flossen die Flüsse der Buckligen Welt in Richtung Norden. Sie gruben sich tief in die Landschaft ein und formten viele größere und kleinere Schluchten. Die Gesteine, welche durch den Strom mittransportiert wurden, lagerten sich im Gewässer des Wiener Beckens ab. Darüber hinaus kam es zu Kalkablagerungen und die Sedimente lagerten sich im damals warmen Meer weiter an. Diese Ablagerungen sind heute noch in einigen Bereichen der Buckligen Welt zu entdecken, wie etwa in Petersbaumgarten (vgl. SCHERZER, 1998, S. 10).

Vor etwa 225 bis 65 Millionen Jahren war das Klima dieses Gebiets von tropischen Temperaturen gekennzeichnet. Zur damaligen Zeit fanden einige Vulkanausbrüche im Zuge von massiven tektonischen Bewegungen und Naturkatastrophen statt. Der oftmals vorherrschende intensive Niederschlag führte dazu, dass die Ecken und Kanten der zuvor beschriebenen Schluchten abgerundet wurden und die Berge, welche übrig blieben, verwitterten mit der Zeit zu unterschiedlich großen Hügeln. Ablagerungen, Schutt und Geröll festigten sich im Verlauf der Zeit in den tiefen Bereichen der Schluchten. Material, welches nicht abgelagert werden konnte, wurde durch die Fließkraft der Flüsse weiter in das Wiener Becken transportiert. Im Zuge dessen entstand das Steinfeld in dieser Region. Durch diese geologischen Entwicklungen konnte die heutige Bucklige Welt über Jahrmillionen hinweg entstehen. Durch tektonische Bewegungen sank das Wiener Becken ab und es entstand ein, für die heutige Zeit sehr bedeutendes landschaftliches Phänomen dieser Region: die Thermenlinie. Durch die Entstehung der Thermenlinie bildeten sich gleichzeitig viele schwefel- und kohlensäurehaltige Quellen. Diese

Linie reicht weit in das Pittental hinein und ist die Grundlage dafür, dass in Bad Erlach heute Thermentourismus und in Bad Schönau Kurtourismus angeboten werden kann (vgl. SCHERZER, 1998, S. 10 & 11). Die Quellen in diesen beiden Ortschaften legten den Grundstein für die Entwicklung zur Kur- bzw. Thermengemeinde. Aus diesem Grund haben die Quellen für die gesamte Region heutzutage auch eine große wirtschaftliche Bedeutung. Doch ab welchem Zeitpunkt darf man geologisch gesehen eigentlich von natürlichem Mineral- bzw. Thermalwasser sprechen? LECHNER schreibt darüber Folgendes:

„Nach gesetzlichen Bestimmungen müssen Mineralwässer im Gegensatz zu normalen Tafelwässern mindestens 1 Gramm gelöste, natürliche mineralische Stoffe je Kilogramm Wasser oder eine bestimmte Menge gelöster Gase – meistens Kohlensäure enthalten. (...) Ab einer gleich bleibenden Temperatur von mindestens 20° am Quellaustritt spricht man von einer Thermalquelle.“ (LECHNER U. A., 2011, S. 43)

In Bad Schönau wurde bekanntlich im Zuge der ersten Bohrung im frühen 20. Jahrhundert stark kohlenensäurehaltiges Wasser entdeckt. Darüber hinaus wurden auch große Mengen von Kohlenäuregas entdeckt, das heute wesentlicher Bestandteil der Kuranwendungen ist. Das Aufbrauchen der vorhandenen Ressourcen führte jedoch bald dazu, dass weitere Bohrungen notwendig waren. Im Jahr 2000 wurde eine Bohrung in diesem Bereich genau geologisch aufgezeichnet. Bei einer bereits durchgeführten Bohrung davor drang man in eine Tiefe von 594 Metern vor, um in diesem Jahr noch weitere 184 Meter tiefer zu bohren. In dieser Tiefe stieß man auf den geologischen Untergrund des Krumbacher Beckens. Vorherrschende Gesteinsarten sind hier Sande und Tone. Unter der Sand- bzw. Tonschicht kamen andere Gesteine zum Vorschein: Grünschiefer, Kalkschiefer und Quarzite. Durch diese Quelle, auch Millenniumsquelle benannt, kommen in etwa ein Liter Mineralwasser pro Sekunde und zwischen 3,5 und 4,5 Liter Kohlenstoffdioxid pro Sekunde an die Erdoberfläche. Die Wassertemperatur beträgt zwischen 16 und 20 Grad Celsius (vgl. LECHNER U. A., 2011, S. 43 & 44).

Auch in Erlach kam es im Zuge der Suche nach Thermalwasser in den Anfangsjahren des neuen Jahrtausends zu Bohrungen. In einer Tiefe zwischen 820 und 892 Metern wurde man schließlich fündig. Es handelt sich um einen artesischen Brunnen. Drei bis vier Liter pro Sekunde strömen an die Erdoberfläche. Die Temperatur des Wassers beträgt in etwa 27,5 Grad Celsius. Das Gebiet um den Ulrichsberg weist folgende geologische Beschaffenheit auf: an der Oberfläche existiert Glimmerschiefer, in der Tiefe sind vor allem Kalke, Dolomiten, Calciumsulfate und Quarzite

vorherrschend. Das Thermalwasser entspringt im Bereich der Kalk- und Dolomitengesteinsschicht (vgl. LECHNER U. A., 2011, S. 49). Dieser Fund legte die Grundlage für den heutigen Thermentourismus in der Thermengemeinde Bad Erlach.

Doch nicht nur in Bad Schönau und Bad Erlach gibt es Quellen, sondern auch in anderen Ortschaften in der Region Bucklige Welt. In Katzelsdorf gibt es die Marienquelle, welche chemisch ähnlich zusammengesetzt ist wie jene Quelle in Bad Schönau. Auch in den Randgebieten der Buckligen Welt sind immer wieder Quellen zu finden. Hier ist besonders die burgenländische Gemeinde Bad Sauerbrunn zu erwähnen (vgl. LECHNER U. A., 2011, S. 49).

Die tektonischen Gegebenheiten dieser Region bringen jedoch nicht nur Vorteile für das Gebiet mit sich, sondern auch wesentliche Nachteile. Das Thermengebiet der Buckligen Welt liegt genau auf einer Erdbebenlinie. Die Region wurde in der Vergangenheit bereits von mehreren großen und kleinen Erdbeben heimgesucht. Die wohl aktivsten Erdbebengebiete in der Buckligen Welt sind jene um die Ortschaften Seebenstein, Pitten und Scheiblingkirchen. Das bis zum heutigen Tag stärkste Erdbeben fand im Jahr 1972 mit einer Stärke von 7 bis 8 nach Richter statt. Das Epizentrum lag in der Gemeinde Seebenstein und das Erdbeben verursachte einige Schäden an Gebäuden. Darüber hinaus waren Ausläufer davon bis nach Deutschland und Tschechien spürbar. Auch im Sommer 2013 kam es genau in diesem Bereich immer wieder zu kleineren Erdbewegungen. Diese zeigten wieder einmal, wie aktiv die Erde unter unserer Heimatregion ist (vgl. LECHNER U. A., 2011, S. 43).

2.1.1.3 Vegetation

In diesem Teilbereich meiner Arbeit stütze ich mich auf jene Informationen, welche aus der Literatur von Herrn SCHERZER entnommen werden können. An dieser Stelle sollen die vegetativen Gegebenheiten der Region beschrieben und vorgestellt werden. Die Pflanzen- und Tierwelt der Buckligen Welt zählt nicht unbedingt zu einer sehr vielfältigen und bunten. Prägend für die Landschaft ist sicherlich der Wald. Wie im geschichtlichen Teil der Arbeit bereits erwähnt wurde, war die Region bevor sie besiedelt wurde, ein verwachsener Urwald und für den Menschen kaum zugänglich. Im Herbst kommt es durch die Existenz der vielen Mischwälder auf den Hügeln der Buckligen Welt zu einem intensiven Farbenspiel. Die bunten Farben stammen von den unterschiedlichen Arten der Buche, der Weißbuche, Rotbuche und Hainbuche, aber auch von der Eiche und der Lärche. Neben den Farben der Laubbäume sticht immer wieder das Grün

der Tannen und Fichten hervor. Auch verschiedene Beeren- und Pilzarten kommen hier vor. Weiters wird die Landschaft der Buckligen Welt im Frühling und Sommer von bunt blühenden Blumenwiesen geprägt. Charakteristisch dabei sind vor allem die Schlüsselblumen, die weißen Margeriten und die Löwenzähne (vgl. SCHERZER, 1998, S. 12). Es gibt noch eine Vielzahl weiterer schöner Pflanzen, jedoch würde eine vollzählige Aufzählung den Rahmen dieser Thematik in meiner Arbeit bei weitem überschreiten.

Die vorherrschende Vegetation spielt auch für den Tourismus eine wesentliche Rolle. Durch die einzigartig schöne Hügellandschaft werden die Menschen eingeladen die Natur in der Buckligen Welt zu erleben und zu genießen. Aber nicht nur das Pflanzenkleid hüllt die Bucklige Welt in einen bunten Schleier, auch die Tierwelt führt dazu, dass dieses Gebiet belebt wird. Die bunten Schmetterlinge läuten den Frühling in der Region ein und zahlreichen Vögeln dienen die Bäume und Sträucher als Nistplätze. Auch Greifvögel und viele andere Vogelarten können bei schönem Wetter von den Besucherinnen und Besuchern entdeckt werden. In den Gewässern der Region leben zahlreiche Bachforellen und die sumpfigen Aulandschaften sind Lebensraum zahlreicher Weiden, Schilfarten und Sumpfdotterblumen. Auch die Zeitzeugen der Geschichte dieser Region wurden mittlerweile von Tieren zu deren Lebensraum umgewandelt. Die Rede ist hierbei von den zahlreichen Ruinen, welche von Tieren bewohnt werden (vgl. SCHERZER, 1998, S. 13).



Abbildung 10: Das Landschaftsbild der Buckligen Welt (Quelle: FRANZ ZWICKL)

Zum Abschluss ist in Abbildung 10 das vegetative Landschaftsbild der Buckligen Welt zu sehen. Auf der einen Seite sind die landschaftstypischen dichten Mischwälder und auf der anderen Seite die oftmals auch landwirtschaftlich genutzten Lichtungen abgebildet. Klar zu erkennen ist auch, dass der dichte Wald an vielen Stellen nicht durchgängig ist, sondern dazwischen immer wieder

freie Flächen zum Vorschein kommen. Diese weitreichende Naturlandschaft bietet nicht nur den Menschen, sondern auch vielen verschiedenen Tierarten ihren Lebensraum.

2.1.2 Geschichte

Die Geschichte der Buckligen Welt reicht in ihren Anfängen bis in die Steinzeit zurück. Die frühe Geschichte der Region ist vor allem von Kriegen und wechselnden Besitzansprüchen geprägt. Für viele Völker war die Bucklige Welt eine eher unliebsame Durchzugsregion bei der Kriegsführung, erst Karl der Große schätzte die Region und erste Besiedelungsversuche wurden zu seiner Zeit unternommen. Die Bucklige Welt war zu dieser Zeit ein dicht verwachsenes und bewaldetes Landschaftsgebiet, vorwiegend mit Misch- und Nadelwäldern. Zur Zeit Karls des Großen entstanden die ersten Siedlungen, es dauerte jedoch nicht lange, bis diese durch andere Völker wieder zerstört wurden. Im Laufe der Zeit gab es viele Kriege zu beklagen und die Ländereien in der Buckligen Welt wechselten oftmals ihre Besitzer. Bekannt ist, dass es im 11. Jahrhundert nach Christus in der Buckligen Welt insgesamt erst drei Pfarren gab. Dabei handelte es sich um die Pfarren von Lanzenkirchen, Neunkirchen und Pitten. Der Rest der Buckligen Welt, wie wir ihn heute kennen, war durch die dichte Bewaldung für Menschen größtenteils unzugänglich. In den folgenden Jahrhunderten wurde aus dem Urwald langsam besiedeltes Gebiet. In dieser Zeit entstanden viele Burgen. Die kommenden Jahrhunderte waren geprägt von Kriegen, wie zum Beispiel den Türkenkriegen im 16. und 17. Jahrhundert. Erst das 18. Jahrhundert brachte vorläufig Frieden in der Buckligen Welt (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 47f.).

Ein wesentlicher Einschnitt in die Geschichte der Buckligen Welt erfolgte mit dem Beginn des Ersten Weltkrieges. Nach dem Ersten Weltkrieg kam es im Jahr 1921 in der Region zum Kampf um die Ortschaft Kirchschlag. Nach dem Friedensvertrag von St. Germain aus dem Jahre 1919 sollte das Burgenland zu Österreich kommen. Ungarn wollte dieses Vorhaben aber nicht zulassen. Der aus diesem Konflikt resultierende Kampf wurde von den Österreichern gewonnen und Kirchschlag gilt deswegen heute als Geburtsort des neuen Österreichs. Auch im Verlauf des Zweiten Weltkrieges musste sich die Region ihrem traurigen Grenzlandschicksal fügen (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 117f.).

Die Bucklige Welt war in den letzten Jahrzehnten vorwiegend von Landwirtschaft geprägt. Im wirtschaftlichen Bereich waren vor allem Getreideanbau und Viehzucht wesentlich für die

Menschen, um überleben und wirtschaften zu können. Es wurden vorwiegend Hafer, Roggen, Gerste aber auch Mais angebaut, Kühe und Schweine wurden am Hof gehalten. Zu dieser Zeit waren alle Arbeiten, sowohl auf dem Felde, als auch im Stall, schwere Handarbeit. Diese schweren Arbeiten bedurften vielerlei Unterstützung von Knechten und Mägden, um überhaupt durchgeführt werden zu können (vgl. SINABELL, 2001, S. 13 & 29).

Als wichtige Handelsstadt für die gesamte Region galt früher die heutige Bezirkshauptstadt Wiener Neustadt. Selbst erzeugte Produkte aus der eigenen Landwirtschaft, welche man nicht für die Versorgung der eigenen Familie brauchte, wurden am Wochenmarkt in Wiener Neustadt verkauft. In der Stadt gab es darüber hinaus viele Geschäfte, welche für die Menschen der ganzen Region wesentlich waren (vgl. KLEPOCH, 2008, S. 9f.). Der heutige Hauptplatz in Wiener Neustadt war bereits damals Dreh- und Angelpunkt für den Handel von Produkten und ist auch heute noch ein wichtiger Standort, an welchem vor allem am Wochenende verschiedene Märkte stattfinden. Erst mit zunehmender Technisierung wurde das Leben der Bäuerinnen und Bauern der Buckligen Welt wesentlich erleichtert. In den fünfziger Jahren des 20. Jahrhunderts gab es Strom und ein Fernsprechnet. Diese neuen Errungenschaften erleichterten den schweren Alltag deutlich. Erstmals konnten Maschinen die mühsame Feldarbeit durchführen. In den 1970er Jahren wurde viel Geld in Abwasserkanäle und Kläranlagen investiert, es entstanden viele infrastrukturelle Innovationen, von denen die Menschen heute profitieren. Darüber hinaus wurde das Straßennetz erweitert und ausgebaut. Diese Entwicklungen machen sich heute insofern bemerkbar, als nahezu jeder Bauernhof der Buckligen Welt durch eine asphaltierte Straße erreichbar ist (vgl. SCHERZER, 1998, S. 34).

In den letzten Jahren investierte man viel Geld und Zeit in den Ausbau touristischer Attraktionen. Damit die Region für die Gäste ansprechender wurde, wurden viele Wege und Plätze neu gestaltet und die weitläufige Naturlandschaft dadurch besser „erwanderbar“ gemacht. Auch ein neues Beschilderungssystem kennzeichnet in vielen Ortschaften die Wanderrouen und Gehwege. Das kartographische Material passte man den neuen Gegebenheiten an und somit steht einem erlebnisreichen Wanderereignis in der Buckligen Welt so gut wie nichts mehr im Wege.

Scherzer schreibt in seinem Buch über die Region Bucklige Welt einen Satz, wie man ihn nicht schöner hätte schreiben können: „*Die Bucklige Welt ist eine Auster, die versteckten Orte sind die Perlen, die auf Entdeckung warten.*“ (SCHERZER, 1998, S. 34).

Im Folgenden werden die 23 Gemeinden der Buckligen Welt vorgestellt. Dabei wird kurz auf deren Geschichte und auf Sehenswertes für Touristinnen und Touristen eingegangen. Die beiden Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau werden in Kapitel 2.2.1 bzw. 2.2.2 extra beschrieben und fehlen in der anschließenden Gemeindeauflistung. Diese eigenständige Beschreibung wird als sinnvoll angesehen, da die beiden Gemeinden den Schwerpunkt dieser Arbeit bilden und deshalb genauer beschrieben werden als die restlichen Gemeinden.

2.2 Die Gemeinden der Buckligen Welt

Bromberg (487 m.ü.d.M.)

Bromberg ist eine Gemeinde in der Buckligen Welt im Bezirk Wiener Neustadt Land und grenzt im Norden an die Thermengemeinde Bad Erlach. Laut STATISTIK AUSTRIA lebten im Jahr 2013 1.229 Personen in Bromberg auf einer Fläche von 30,89 km². Das gesamte Gemeindegebiet besteht aus folgenden vier Ortschaften: Bromberg, Breitenbuch, Schlag und Schlatten.

Der Name Bromberg stammt vom um das Jahr 1144 erstmals urkundlich erwähnten Bramberch, „bramo“ bedeutet im Althochdeutschen so viel wie Dornenstrauch. Diese Ableitung lässt auf einen Berg schließen, welcher mit Dornen bewachsen war. Auffällig ist, dass einige Ortsnamen des Gemeindegebietes von Bromberg nach verschiedenen Holzvorkommen benannt sind. Diese Tatsache lässt darauf schließen, dass es in dieser Region reichlich Wald gibt und die Menschen auch schon früher davon profitierten (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 152). Ein Blick in die Geschichte zeigt, dass die Gemeinde tatsächlich schon sehr früh von Landwirtschaft geprägt war. Viele Bauernhöfe und große Feldflächen zeugen auch heute noch davon. Laut BAUMGARTNER liegt es nahe, dass der Ort Bromberg ungefähr ab 1000 nach Christus entstanden ist. Der Fund von Ruinenresten belegt, dass Bromberg früher eine Grenzfestung war und dementsprechend oft in Kriegsfällen fast zur Gänze zerstört wurde (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 154 & 155).

Sehenswert ist sicherlich die Pfarrkirche, welche im 15. Jahrhundert erbaut wurde und Zeugin einer langen Ortsgeschichte ist (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 155). Bekannt ist Bromberg in der Region auch für den so genannten Hexensommer, eine Theaterveranstaltung, welche in den vergangenen Jahren regelmäßig stattfand. Die Landschaft ist geprägt von sanften Hügeln und lädt vor allem zum Spaziergehen und Wandern ein.

Edlitz (454 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Edlitz liegt im Politischen Bezirk Neunkirchen und hatte im Jahr 2013 laut STATISTIK AUSTRIA 901 Einwohnerinnen und Einwohner. Die Gemeinde hat eine Fläche von 14,23 km².

Die Namensherkunft der Gemeinde Edlitz konnte bis heute nicht vollständig geklärt werden. Es gibt zwei Ansätze, von welchen die Gemeinde ihren Namen ableiten könnte. Die erste Theorie dazu besagt, dass der Name aus dem Slawischen stammt und vom Wort „sedlec“ abgeleitet wurde, was soviel wie Dörfel bedeutet. Wahrscheinlicher ist es jedoch, dass der Ortsname auf das slawische Wort „jedlica“ zurückzuführen ist. Dieses Wort heißt so viel wie Tannenbach und schließt auf den großen Waldreichtum in dieser Region (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 158).

Weiters ist im geschichtlichen Kontext zu erwähnen, dass Edlitz, ähnlich wie Bromberg, ein von den Kriegsfolgen schwer gekennzeichnetes Grenzdorf war. Im 19. Jahrhundert verbesserten sich die Verhältnisse in Edlitz wesentlich. Graf Palffy ließ in dieser Zeit eine Landstraße von Grimmenstein nach Edlitz über Thomasberg und Kirchschatz erbauen. Diese Landstraße war ein bedeutender Wegbereiter für die heutige Bundesstraße 55, welche entlang der damaligen Strecke erbaut wurde. Heute führt die Bundesstraße 55 in das Zentrum der Buckligen Welt (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 159f.).

Zu den Sehenswürdigkeiten der Gemeinde zählt die Pfarrkirche, welche eine von vielen bedeutenden Wehrkirchen des gesamten Bezirkes ist. Neben den vielen Wander- und Spaziermöglichkeiten ist vor allem die Panoramastraße oberhalb von Edlitz zu erwähnen. Wenn man auf dieser Straße entlang fährt, bekommt man einen wunderschönen Ausblick über die Hügel und Täler der östlichen und südlichen Buckligen Welt. Eine weitere Sehenswürdigkeit entlang dieser Strecke ist der Blick auf die Kirche von Maria Schnee. Die Panoramastraße führt von dort aus weiter bis in das Pittental (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 160 & 161).

Grimmenstein (405 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Grimmenstein hat eine Fläche von 14,75 km² und gehört dem Politischen Bezirk Neunkirchen an. Aus den Daten der STATISTIK AUSTRIA ist darüber hinaus zu entnehmen, dass im Jahr 2013 1.346 Menschen in dieser Gemeinde lebten. Es gibt insgesamt zwei Katastralgemeinden: Grimmenstein und Hochegg (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 171).

Der Name Grimmenstein stammt vom mittelhochdeutschen Wort „grimme“, was soviel wie schrecklich, furchtbar oder wild bedeutet. Dem gegenüber steht der Name Hochegg für die Lage des Ortes an einer höheren Stelle. Geschichtlich gesehen stand Grimmenstein immer für eine

Festung in der Buckligen Welt. Auch heute kann man noch drei Anlagen dieser Festung erkennen (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 172).

Sehenswert in dieser Teilregion der Buckligen Welt ist sicherlich das weitläufige Landschaftsbild. Ein beliebtes Ausflugsziel für Familien und Ruhesuchende ist der reich bewaldete Kulmriegel auf 758 Metern. Darüber hinaus bietet diese Landschaft eine besonders passende Kulisse für das Landesklinikum Hohegg, welches im Jahre 1916 als Lungenheilanstalt eröffnet wurde. In der heutigen Zeit bietet das naturbelassene Gebiet rund um das Klinikum Hohegg ein passendes Areal für Kurpatienten und -patientinnen. Die weitläufigen Wege und die herrliche Aussicht über Teile der Buckligen Welt bieten einen perfekten Erholungsraum für die Patientinnen und Patienten des Landesklinikums (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 172 & 173).

Hochneukirchen-Gschaidt (769 m.ü.d.M.)

Hochneukirchen-Gschaidt liegt im Bezirk Wiener Neustadt Land und diese Ortschaft kennzeichnet gleichzeitig den westlichsten Teil der Buckligen Welt. Die Gemeinde liegt genau im Dreiländereck der Bundesländer Niederösterreich, Steiermark und Burgenland und hat eine Fläche von 35,13 km². Aus den Daten der STATISTIK AUSTRIA geht zudem hervor, dass im Jahr 2013 1.663 Menschen hier lebten. Die Gemeinde besteht aus den beiden Katastralgemeinden Hochneukirchen und Gschaidt (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 174).

Der Name Hochneukirchen wurde erstmals im Jahr 1295 erwähnt und zwar mit dem Wort „Hochnuikirche“. Daraus kann man ableiten, dass durch diesen Namen eine neue Kirche beschrieben wurde, welche an einem hohen Punkt lag und somit von überall aus einsehbar war. Der Name „Gschaidt“ stammt aus dem Mittelhochdeutschen und zwar in Anlehnung an das Wort „gescheide“, was so viel wie Grenze bedeutet. Dieser Name könnte auch eine Andeutung auf das Grenzgebiet, in welchem die Gemeinde liegt, sein. Vor allem die höchste Erhebung der Buckligen Welt, der Hutwisch, hatte in der Grenzlandgeschichte der Gemeinde schon früher eine wichtige Funktion. Bereits 1882 gab es am Hutwisch einen Aussichtsturm und man hatte einen guten Überblick über die benachbarten Regionen, bis hin nach Ungarn (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 174). Der Hutwisch gilt als besonders sehenswert in diesem Gemeindegebiet. Rund um diese Aussichtswarte befindet sich eine schöne Waldlandschaft, welche zum Wandern, Spaziergehen und Mountainbiken einlädt. Darüber hinaus kann man in diesem Gebiet den Dreiländerstein entdecken, welcher den Schnittpunkt zwischen den drei Bundesländern Niederösterreich, Steiermark und dem Burgenland kennzeichnet. Zugleich ist dieser

Dreiländerstein ein Merkmal für den südlichsten Punkt Niederösterreichs (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 175). Die Umgebung um den Hutwisch ist vor allem ein beliebtes Familienausflugsziel. Von dieser 22 Meter hohen Warte aus hat man einen faszinierenden Ausblick über die Hügellandschaft der Buckligen Welt und bei schönem Wetter kann man sogar den Neusiedlersee sehen. Die heutige Aussichtswarte wurde im Jahr 1979 erbaut und ist für Besucherinnen und Besucher ganzjährig zugänglich (vgl. GAGER, 2012a, S. 20).

Hochwolkersdorf (630 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Hochwolkersdorf mit einer Fläche von 23,54 km² liegt im Politischen Bezirk Wiener Neustadt Land und hatte laut Aufzeichnungen der STATISTIK AUSTRIA im vergangenen Jahr 1.020 Einwohnerinnen und Einwohner.

Über die Herkunft des Ortsnamens ist nicht viel bekannt, jedoch kann man eine grundlegende Bedeutung aus dem Namen ableiten. Als Dorf über den hohen Wolken, wird Hochwolkersdorf auf Grund seiner hohen Lage benannt. Geschichtlich betrachtet dürfte Hochwolkersdorf früher eine Art Sicherungsfunktion gehabt haben (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 177 & 178).

Als sehenswert gelten in Hochwolkersdorf vor allem das Schloss und die Pfarrkirche, welche dem Heiligen Laurentius geweiht ist. Bekanntheit erlangte die Gemeinde im Jahr 1945, als der russische Generaloberst in Hochwolkersdorf Dr. Karl Renner die Regierungsbildung anbot. Der „Gedenkraum Hochwolkersdorf“ mit seinen jährlichen Veranstaltungen erinnert an die geschichtlichen Ereignisse dieser Zeit und wird immer wieder von auswärtigen Gästen besucht (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 178 & 179).

Hollenthon (661 m.ü.d.M.)

Hollenthon gehört dem Politischen Bezirk Wiener Neustadt Land an und im Jahr 2013 lebten in dieser Gemeinde 1.052 Einwohnerinnen und Einwohner. Weiters ist zu erwähnen, dass die Gemeindefläche 23,80 km² beträgt (vgl. STATISTIK AUSTRIA, 2014a).

Die Namensherkunft des Ortes ist bis zum heutigen Tag nicht restlos geklärt. Laut BAUMGARTNER liest man in mehreren Quellen unterschiedliche Herkunftsbezeichnungen. Bei ihm ist die Rede von „Hohetann“, „Hohentann“ oder „Holetanu“ bzw. „Holthan“. Diese Bezeichnungen lassen darauf schließen, dass der Name entweder eine hohle Tanne oder eine hohe Tanne bezeichnen soll. Auch bei dieser Benennung spielt, wie bei vielen anderen Gemeinden der Buckligen Welt, in Anspielung auf den Waldreichtum der Region, eine Baumart eine wesentliche Rolle (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 180).

Die Sehenswürdigkeiten in Hollenthon beschränken sich auf kirchliche Bauwerke. Die katholische Pfarrkirche Maria Himmelfahrt gehört neben zwei Ortskapellen dazu. Die Pfarrkirche war früher eine Wehrkirche, was heute jedoch fast nicht mehr erkennbar ist. Weiters lohnt es sich, die Burgruine Stickelberg im Rahmen eines Wanderausfluges zu erkunden (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 181).

Katzelsdorf (273 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Katzelsdorf liegt im Politischen Bezirk Wiener Neustadt Land und hatte im Jahr 2013 laut STATISTIK AUSTRIA 3.173 Einwohnerinnen und Einwohner. Die Fläche beträgt 16,26 km². Katzelsdorf zählt neben den Gemeinden Bad Erlach, Lanzenkirchen, Pitten, Schwarza am Steinfeld und Walpersbach zu den sechs Thermengemeinden (vgl. THERMENGEMEINDEN MIT UNTERSTÜTZUNG DER TOURISMUSABTEILUNG DES LANDES NÖ, 2010, S. 1).

Es ist zu erwähnen, dass Katzelsdorf zum ersten Mal als „Cazelinisdorf“ im Jahr 1183 erwähnt wurde. Dieser Name dürfte keltischen und römischen Ursprungs sein.

Die Ortschaft Katzelsdorf ist in der Buckligen Welt vor allem durch ihre Vielzahl an traditionsverbundenen Heurigen bekannt. Darüber hinaus kennt man den Ort wegen seines Zinnfigurenmuseums, wobei es sich gleichzeitig um das zweitgrößte in ganz Europa handelt (vgl. THERMENGEMEINDEN MIT UNTERSTÜTZUNG DER TOURISMUSABTEILUNG DES LANDES NÖ, 2010, S. 4). Im Tourismusbereich ist man im Moment sehr bemüht, in den sechs Thermengemeinden Busreisen für Besucherinnen und Besucher zu arrangieren. Ziel ist es, Ausflugsmöglichkeiten in Verbindung mit Kulinarischem anzubieten. Davon würden nicht nur die Besucher und Besucherinnen profitieren, sondern vor allem die Gastronomen im Thermenland. In Katzelsdorf funktioniert diese Art des Bustourismus bereits sehr gut. In das Zinnfigurenmuseum kommen jährlich 10.000 Besucher und Besucherinnen, 4.000 davon reisen mit Bussen an. Es gibt eigene Packages für Touristen und Touristinnen, welche gemeinsam mit Gastronomen zusammengestellt und angeboten werden (vgl. MARKTGEMEINDE BAD ERLACH, 2013d, S. 4).

Neben der „Zinnfigurenwelt“ ist auch das Schloss Katzelsdorf eine Attraktion in der Gemeinde. Seit 1993 ist es vor allem zu einem Kultur- und Veranstaltungszentrum umfunktioniert worden, in dem viele Seminare und Feiern, wie zum Beispiel Hochzeiten stattfinden. Darüber hinaus wird den Besucherinnen und Besuchern ein sehr vielseitiges Kulturprogramm, welches von

verschiedenen Konzerten bis zum Mittelalterfest reicht, geboten (vgl. THERMENGEMEINDEN MIT UNTERSTÜTZUNG DER TOURISMUSABTEILUNG DES LANDES NÖ, 2010, S. 4).

Kirchschlag (417 m.ü.d.M.)

Kirchschlag in der Buckligen Welt gehört dem Politischen Bezirk Wiener Neustadt Land an und grenzt im Osten an das Burgenland. Seit dem Jahr 2002 ist Kirchschlag eine Stadtgemeinde. Im Jahr 2013 lebten dort laut STATISTIK AUSTRIA 2.901 Menschen auf einer Fläche von 57,97 km². Die Stadtgemeinde Kirchschlag ist somit die flächenmäßig größte Gemeinde in der Buckligen Welt und besteht aus insgesamt fünf Katastralgemeinden: Aigen, Kirchschlag in der Buckligen Welt, Lembach, Stang und Ungerbach (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 192).

Der Name Kirchschlag hat zwei Teilbedeutungen. Zum einen deutet der erste Wortteil auf eine Kirche hin, der zweite Wortteil „Schlag“ ist in der Buckligen Welt noch heute eine Bezeichnung für eine Rodungsart von Bäumen. Auch in diesem Namen spiegelt sich die große Bedeutung des Baumes in der Buckligen Welt bei der Ortsnamengebung wider. Erstmals erwähnt wurde der Name bereits im 11. Jahrhundert und es gab damals verschiedene Schreibweisen wie zum Beispiel „Chirslag“ oder „Kirichschlag“. Auch in der Geschichte dieses Ortes spiegelt sich die mit Leid und Krieg geplagte Zeit des Grenzlandes wider. Im Jahr 1921 gab es einen bedeutungsvollen Kampf um die Ostgrenze Österreichs und um Kirchschlag. Dieses Gefecht und der damit verbundene Sieg der Einheimischen hielt das Burgenland nun endgültig bei Österreich (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 192f.).

Besonders sehenswert sind in Kirchschlag die Burgruine und die spätgotische Pfarrkirche aus dem 15. Jahrhundert. Über die Gemeindegrenzen hinweg bekannt wurde Kirchschlag durch die seit vielen Jahrzehnten erfolgreichen Aufführungen der Passionsspiele. Erstmals wurden diese 1932 abgehalten und wurden zu einer beliebten Tradition in der Gemeinde. Nur der Zweite Weltkrieg zwang die Veranstalter zu einer Pause. Seit dem Jahr 1950 finden die Passionsspiele jedoch im Fünf-Jahres-Rhythmus statt. Durch den Bau eines eigenen Passionsspielhauses wurde ein würdiger Ort für diese Aufführungen ermöglicht (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 195f.). Die Gemeinde lädt nicht nur durch ihr vielfältiges kulturelles Angebot ein, entdeckt zu werden, sondern bietet seinen Gästen auch schöne Wander- und Radwege und ist ein beliebtes Ausflugsziel in der Region.



Abbildung 11: Pfarrkirche, Burgruine und Passionsspielhaus in Kirchschlag (Quelle: FRANZ ZWICKL)

Krumbach (533 m.ü.d.M.)

Die Marktgemeinde Krumbach liegt im Herzen der südlichen Buckligen Welt im Bezirk Wiener Neustadt Land. Aus den Daten der STATISTIK AUSTRIA ist zu entnehmen, dass im Jahr 2013 2.297 Menschen auf einer Fläche von 43,91 km² lebten. Die Gemeinde ist die flächenmäßig zweitgrößte Gemeinde der Buckligen Welt.

Die erstmalige urkundliche Erwähnung des Ortes geht auf das Jahr 1182 zurück. Den Namen fand man erstmals in Aufzeichnungen über die Herrschaft „de Chrumpach“. Auch diese Gemeinde prägten Kriege und Unruhen im Laufe ihrer Geschichte. Im Jahr 1817 wurde von Fürst Palffy eine wichtige Straße erbaut, welche bis heute die Grundlage der wichtigsten Verkehrsanbindung in die Bucklige Welt ist.

Die Burg Krumbach, die Pfarrkirche und die Erasmuskapelle sind einen Besuch wert. Heute ist Krumbach eine Fremdenverkehrsgemeinde und bietet seinen Gästen viele touristische Angebote, sowohl im sportlichen als auch im kulturellen Bereich (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 201f.).

Lanzenkirchen (302 m.ü.d.M.)

Wie bereits oben erwähnt, ist Lanzenkirchen mit 3.861 gemeldeten Personen im Jahr 2013 die einwohnermäßig größte Gemeinde in der Buckligen Welt. Laut der Daten von STATISTIK AUSTRIA beträgt die Fläche des Gemeindegebietes 29,80 km². Lanzenkirchen liegt südlich von Katzelsdorf im Bezirk Wiener Neustadt Land und wird im Volksmund oft als „Tor zur Buckligen Welt“ bezeichnet. Lanzenkirchen ist eine Marktgemeinde und besteht aus mehreren Katastralgemeinden: Lanzenkirchen, Kleinwolkersdorf, Frohsdorf, Haderswörth und Ofenbach.

Geschichtlich ist an dieser Stelle zu erwähnen, dass der Name erstmals im Jahr 1130 unter der Bezeichnung „Uvolfer de Lanzenkirchen“ erwähnt wurde (vgl. THERMENGEMEINDEN MIT UNTERSTÜTZUNG DER TOURISMUSABTEILUNG DES LANDES NÖ, 2010, S. 6). Die genaue Herkunft

des Namens ist bis heute nicht ganz geklärt, in der Literatur wird darüber berichtet, dass sich der Name vom Wort „Lanzo“ ableitet. Dieser Name scheint nämlich bereits seit den Anfängen des Ortes im 12. Jahrhundert urkundlich auf. Die Herkunft des Namens der Katastralgemeinde Frohsdorf ist ebenfalls interessant und gibt Auskunft über die Vegetation in der unmittelbaren Region. Frohsdorf wurde zuerst Krottendorf benannt, später dann Froschdorf. Durch dieses Wort wird die sumpfige Beschaffenheit der Flusslandschaft der Leitha besonders gut zum Ausdruck gebracht (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 205).

Bei den Freizeitaktivitäten hat Lanzenkirchen vor allem im sportlichen Bereich einiges zu bieten. In den letzten Jahren wurde gezielt daran gearbeitet die Wander- und Radwege besser auszubauen und zu erweitern. Mittlerweile gibt es ein sehr gut ausgebautes und beschildertes Wegenetz, welches die Besucher und Besucherinnen zum Wandern, Spaziergehen, Laufen, Walken und Radfahren einlädt. Die Gemeinde Lanzenkirchen ist eine Nachbargemeinde von Bad Erlach und liegt somit unmittelbar in der Nähe der Therme Linsberg Asia. Die Gäste der Therme können somit das Freizeitangebot der Gemeinde sehr gut nutzen. Eine Attraktion für alle Sportbegeisterten ist der zum Gemeindegebiet Lanzenkirchen gehörende Golfplatz Föhrenwald. Dieser 18-Loch große Platz wird im Laufe des Jahres immer wieder zum Austragungsort nationaler und internationaler Turniere und kann natürlich auch von den Gästen genutzt werden (vgl. THERMENGEMEINDEN MIT UNTERSTÜTZUNG DER TOURISMUSABTEILUNG DES LANDES NÖ, 2010, S. 6). Darüber hinaus ist ein Ausflug in die Aulandschaft bei Haderswörth zu empfehlen. An dieser Stelle fließen die beiden Flüsse Schwarza und Pitten zusammen und bilden den Leithaursprung. Ein beliebter Wanderweg entlang der Au ist der Leithaursprungsweg. Sehenswert sind darüber hinaus die romanische Pfarrkirche, welche erst im 18. Jahrhundert mit barocken Elementen renoviert wurde, das Schloss Frohsdorf und das Bauernmuseum an der Hauptstraße in Lanzenkirchen gelegen (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 204 & 205).

Lichtenegg (770 m.ü.d.M.)

Die kleine Ortschaft Lichtenegg in der Buckligen Welt liegt im Bezirk Wiener Neustadt Land und hatte im Jahr 2013 1.074 Einwohnerinnen und Einwohner auf einer Gesamtfläche von 35,41 km² (vgl. STATISTIK AUSTRIA, 2014a).

Der Ursprung des Ortsnamens konnte nicht eindeutig geklärt werden. Im Jahr 1285 wurde die Gemeinde erstmals unter dem Begriff „Lichtenecke“ erwähnt. „Ecke“ steht für den Ort selbst und Licht bedeutet wohl, dass sich dieser Ort an einer freien Stelle befunden hat und somit

einsehbar war. Wie fast alle Gemeinden in der Buckligen Welt wurde auch Lichtenegg zum Schauplatz kriegerischer Auseinandersetzungen (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 212f.).

Einen Besuch wert ist die Wallfahrtskirche Maria Schnee im Ortsteil Kaltenberg. Für viele Einwohnerinnen und Einwohner gilt sie überhaupt als das Wahrzeichen für die gesamte Region (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 214).



Abbildung 12: Wallfahrtskirche Maria Schnee (Quelle: FRANZ ZWICKL)

Pitten (376 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Pitten liegt im Politischen Bezirk Neunkirchen und hatte im Jahr 2013 2.486 Einwohnerinnen und Einwohner. Die Fläche beträgt 13,08 km² (vgl. STATISTIK AUSTRIA, 2014a).

Pitten gilt unter der einheimischen Bevölkerung als Geheimtipp, wenn es um Kunst und Kultur in der Buckligen Welt geht. Jährlich wird Pitten zum Veranstaltungsort von Musicals, Theatervorführungen, Lesungen und Konzerten. Weit über die Ortsgrenzen hinweg bekannt ist das Programm „Pitten Classics“, welches ein Kulturprogramm mit mehreren Veranstaltungen im Ort umfasst und sich großer Beliebtheit in der Region erfreut (vgl. THERMENGEMEINDEN MIT UNTERSTÜTZUNG DER TOURISMUSABTEILUNG DES LANDES NÖ, 2010, S. 8).

Die Herkunft und die Bedeutung des Namens der Gemeinde Pitten können nicht zu hundert Prozent hergeleitet werden. In der Literatur ist von unterschiedlichen Ursprüngen die Rede. Die wohl schlüssigste ist, dass der Name auf das Wort „buda“ zurückzuführen ist, was so viel wie Schilf oder Schilfgras bedeutet. Es ist bekannt, dass die Gegend um Pitten früher sehr sumpfig war und von großem Wasserreichtum gekennzeichnet war. Erstmals urkundlich erwähnt wurde die Ortschaft Pitten vor etwa 1100 Jahren, die Besiedelung der Region wird jedoch noch weit früher begonnen haben (vgl. MARKTGEMEINDE PITTEN (HRSG.), 1969, S. 15f.).

Besonders sehenswert sind der Pfarrhof mit dem Rosengarten, die Bergkirche und das Schloss von Pitten. Der Rosengarten wurde im Jahr 2009 eröffnet. Mit mehr als 2.500 Rosen ist er der zweitgrößte Rosengarten in ganz Niederösterreich und dient oftmals als Kulisse für Hochzeiten. Auch in der Umgebung von Pitten, dem westlichen Nachbarort von Bad Erlach, wurden vor allem in den letzten Jahren die Wander- und Radwege ausgebaut. Einige Gasthöfe und Heurigen runden das Angebot für die Kultur- und Sporttouristinnen und -touristen ab (vgl. THERMENGEMEINDEN MIT UNTERSTÜTZUNG DER TOURISMUSABTEILUNG DES LANDES NÖ, 2010, S. 9).

Scheiblingkirchen-Thernberg (373 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Scheiblingkirchen-Thernberg liegt im Politischen Bezirk Neunkirchen und hatte laut den Daten der STATISTIK AUSTRIA im Jahr 2013 1.895 Einwohnerinnen und Einwohner. Die Ortschaft hat eine Fläche von 37,82 km² und besteht aus insgesamt fünf Katastralgemeinden: Gleißfeld, Witzelsberg, Reitersberg, Scheiblingkirchen und Thernberg (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 227).

Scheiblingkirchen hieß früher einmal Puchberg und wird seit dem 14. Jahrhundert Scheiblingkirchen genannt. Dieser Name geht auf die Kirche im Ort zurück. Dabei handelt es sich um eine sehr seltene Rundkirche, die dem Ort schlussendlich den Namen gab. Der Name Gleißfeld leitet sich von dem Mittelhochdeutschen „glizen“ ab. Dieses Wort bedeutet soviel wie „glänzen“ oder „leuchten“, womit Gleißfeld so viel wie leuchtendes oder glänzendes Feld bedeutet. Auch die Namensherkunft einer dritten Katastralgemeinde ist bekannt und zwar jene von Thernberg. Dieser Name stammt vom Geschlecht der Thernberger, welche im frühen 12. Jahrhundert die Herrschaft über die Burg und die Ortschaft besaßen (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 228).

Besonders sehenswert und sehr bekannt in dieser Region ist der Türkensturz im Ortsteil Gleißfeld. Die Felsen des Türkensturzes waren und sind bis heute ein beliebtes Ausflugs- und Kletterziel. Ein Wanderweg führt direkt hinauf auf die mächtige Felsformation, aber auch ein Kletteranstieg von unten ist möglich. Die Wand des Türkensturzes bot Stoff für so manche Sagen. Die Bezeichnung hat der Türkensturz von einer Sage über die Türkenkriege im 16. Jahrhundert. Angeblich haben zu dieser Zeit einige wütende Bauern aus Seebenstein und Gleißfeld eindringende Türken über diesen steilen Abgrund zum Absturz gezwungen (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 80).



Abbildung 13: Blick auf den Türkensturz und Gleißfeld (Quelle: FRANZ ZWICKL)

Schwarzau am Steinfeld (329 m.ü.d.M.)

Schwarzau am Steinfeld ist eine der sechs Thermengemeinden in der Buckligen Welt und liegt im Politischen Bezirk Neunkirchen. Im Jahr 2013 lebten in Schwarzau am Steinfeld laut STATISTIK AUSTRIA 1.854 Personen auf einer Fläche von 9,79 km². Die Gemeinde besteht aus den Ortsteilen Schwarzau, Föhrenau und Guntrams (vgl. THERMENGEMEINDEN MIT UNTERSTÜTZUNG DER TOURISMUSABTEILUNG DES LANDES NÖ, 2010, S. 10).

Schwarzau am Steinfeld wird oftmals auch als die Heimat von Karl und Zita bezeichnet (vgl. HAIDER-BERKY, 2008, S. 44), welche neben anderen berühmten österreichischen Adelsgeschlechtern im Schloss Schwarzau lebten.

Die Au entlang der Schwarza und der umliegende Wald dienen als Erholungsraum. Ähnlich wie in den anderen Thermengemeinden wurde in Schwarzau das Wegenetz erweitert und ausgebaut. Den Touristinnen und Touristen stehen nun viele Rad-, Wander-, Lauf-, und Spazierwege zur Verfügung. Durch die direkte Anbindung der B54 an die A2 liegt der Ort sehr verkehrsgünstig und ist für seine Gäste gut erreichbar (vgl. THERMENGEMEINDEN MIT UNTERSTÜTZUNG DER TOURISMUSABTEILUNG DES LANDES NÖ, 2010, S. 10).

Schwarzenbach (383 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Schwarzenbach liegt im östlichsten Teil der Buckligen Welt und grenzt an das Burgenland. In dieser Gemeinde lebten laut STATISTIK AUSTRIA im Jahr 2013 987 Menschen auf einer Fläche von 22,32 km². Die Gemeinde gehört dem Politischen Bezirk Wiener Neustadt Land an.

Die Geschichte Schwarzenbachs reicht bis in die Steinzeit zurück. Man fand bei Ausgrabungen verschiedene Gegenstände, welche auf eine Besiedelung in dieser Zeit schließen lassen. Der Ort Schwarzenbach wird auch heute noch sehr eng mit seiner keltischen Vergangenheit in Verbindung gebracht. Eine Steinmauer aus dieser Zeit weist darauf hin, dass dieses Gebiet früher die Heimat der Kelten gewesen ist. Es dürfte eine große Siedlung bestanden haben, der Hauptort lag im Gebiet um Schwarzenbach. Auch die Geschichte Schwarzenbachs war von Kriegen und Plagen geprägt, im Jahr 1337 wurde die Ortschaft von den Ungarn besetzt und gehörte ab diesem Zeitpunkt zu Ungarn. Erst ein viertel Jahrhundert später wurde die Burg durch einen Tauschhandel zurückgegeben. Im Jahr 1587 wurde das Marktrecht für die Gemeinde erstmals urkundlich dokumentiert. Die Ortsbevölkerung wurde beim Einfall der Kuruzzen zu Beginn des 18. Jahrhunderts auf eine harte Probe gestellt. Viele Menschen verloren damals bei diesen Auseinandersetzungen ihr Leben. Auch der Zweite Weltkrieg forderte in Schwarzenbach zahlreiche Todesopfer. In den Nachkriegsjahrzehnten wurden in der Gemeinde viele neue Gebäude errichtet, darunter die Kirche, das Gemeindeamt und eine Schule.

Sehenswert sind in Schwarzenbach vor allem das „Keltendorf“ und die Ruine der Burg Schwarzenbach. Auch für Naturfreunde hat die Gemeinde einiges zu bieten. Im Jahr 1998 wurde der Vogelwanderweg angelegt. Er bietet seinen Besucherinnen und Besuchern zahlreiche Informationen über insgesamt 73 verschiedene Vogelarten, welche in der Region beheimatet sind (vgl. SCHERZER, 1998, S. 119f.).

Die Gemeinde Schwarzenbach ist heute vor allem durch die jährliche Austragung des Keltenfestes weit über die Ortsgrenzen hinweg bekannt. Dieses Fest zieht die Menschen aus verschiedenen Regionen Österreichs an. Die Besucherinnen und Besucher werden dabei in die Welt der Kelten entführt. Die Lebensweise der frühzeitlichen Bewohner und Bewohnerinnen wird ihnen auf unterhaltsame Weise nahe gebracht. Eine keltische Siedlung aus dem 1. Jahrhundert kann besichtigt werden, unterschiedliche Musikgruppen treten auf und das Essen wird mit den typischen Zutaten der damaligen Zeit zubereitet (vgl. MARKTGEMEINDE SCHWARZENBACH, 2013).

Seebenstein (348 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Seebenstein liegt im Politischen Bezirk Neunkirchen und hatte im Jahr 2013 laut STATISTIK AUSTRIA 1.361 Einwohnerinnen und Einwohner. Die Fläche beträgt 9,09 km². Damit ist Seebenstein die flächenmäßig kleinste Gemeinde der Buckligen Welt.

Der Name Seebenstein geht auf die so genannten Sebenbäume, welche früher auf den Burgfelsen wuchsen, zurück. Eine weitere Erklärung für den Namen ist, dass sich Seebenstein vom Stein am See ableitet. Erstmals urkundlich erwähnt wurde der Name um 1160/70 (vgl. PUTZ & RINGHOFER, 2009, S. 8).

Das Wahrzeichen der Ortschaft ist zweifelsohne die Burg, welche bereits im 11. Jahrhundert errichtet wurde. Heute befindet sich in einigen Räumen der Burg ein Museum mit wertvollen Kunstschatzen und alten Gebrauchsgegenständen (vgl. PUTZ & RINGHOFER, 2009, S. 45). Das Gebiet um die Burg Seebenstein ist ein beliebtes Wander- und Ausflugsziel. Eine weitere Attraktion ist der Naturpark Seebenstein-Türkensturz mit vielen Wanderwegen, einem Park, dem Parkbad, einem Kinderspielplatz und einem großen Teich (vgl. PUTZ & RINGHOFER, 2009, S. 58). Der im Jahr 2010 fertiggestellte Euro Velo 9, welcher von Danzing nach Pula führt, führt auch durch Seebenstein (vgl. PUTZ & RINGHOFER, 2009, S. 116).



Abbildung 14: Blick auf die Burg Seebenstein (Quelle: FRANZ ZWICKL)

Thomasberg (541 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Thomasberg liegt im Bezirk Neunkirchen und beheimatete laut STATISTIK AUSTRIA im Jahr 2013 1.229 Einwohnerinnen und Einwohner auf einer Gesamtfläche von 28,98 km².

Die Gemeinde weist eine Besonderheit auf. Sie besteht aus einem Nord- und einem Südteil. Diese sind durch die Gemeinde Edlitz voneinander getrennt. Erst im Jahr 1975 bekam Thomasberg durch die niederösterreichische Landesregierung ein eigenes Wappen verliehen.

Dieses Jahr ist sehr bedeutungsvoll in der Geschichte von Thomasberg und kennzeichnet immer mehr eine räumliche Trennung von der Gemeinde Edlitz (vgl. SCHERZER, 1998, S. 127f.).

Walpersbach (317 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Walpersbach grenzt im Westen an die Thermengemeinde Bad Erlach und hatte laut STATISTIK AUSTRIA im Jahr 2013 1.051 Einwohnerinnen und Einwohner zu verzeichnen. Die Gemeinde liegt im Bezirk Wiener Neustadt Land und die Fläche beträgt 16,46 km².

Zum ersten Mal urkundlich erwähnt wurde die Ortschaft im Jahr 1316, als es erstmals Aufzeichnungen über Otte de Walpersbach gab. Im frühen 19. Jahrhundert wurde in der Umgebung von Walpersbach, vor allem in Schleinz, Steinkohleabbau betrieben. Im Jahr 1854 wurde Walpersbach zu einer freien Gemeinde und im Jahr 1861 zu einer eigenständigen Pfarre. Als der Steinkohlenabbau eingestellt werden musste, kam es zu wirtschaftlichen Rückschlägen für die Gemeinde. Viele Menschen verloren dadurch ihren Arbeitsplatz und Not und Armut machten sich breit. Seit dem Jahr 1921 gibt es in der Walpersbach elektrisches Licht und seit 1925 einen Anschluss an das Telefonnetz. Auch der Zweite Weltkrieg suchte die Gemeinde heim und es gab rund 50 Opfer zu beklagen. In den folgenden Jahrzehnten ging es langsam wieder aufwärts. Im späten 20. Jahrhundert wurde erstmals ein Kindergarten eröffnet und eine neue Kirche in Klingfurth gebaut (vgl. SCHERZER, 1998, S. 132f.).

Heute steht die Gemeinde Walpersbach gemeinsam mit anderen fünf Gemeinden im Verbund der Thermengemeinden. In den letzten Jahren wurden auch hier die Radwege ausgebaut.

Warth (385 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Warth ist die am westlichsten gelegene Gemeinde in der Buckligen Welt und liegt im Politischen Bezirk Neunkirchen. Im Jahr 2013 lebten in Warth 1.510 Menschen auf einer Fläche von 29,96 km² (vgl. STATISTIK AUSTRIA, 2014a). Warth besteht aus insgesamt sechs Katastralgemeinden: Haßbach, Kirchau, Kulm, Steyersberg, Thann und Warth (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 243).

Warth leitet sich vom mittelhochdeutschen Wort „wart“ ab, was soviel wie Wachposten bedeutet. Im 19. Jahrhundert entwickelte sich Warth immer mehr zum wirtschaftlichen Mittelpunkt der Buckligen Welt und ist auch in der heutigen Zeit ein wichtiger Dreh- und Angelpunkt der Region. Neben der Burg Steyersberg ist die Ruine Stubenberg sicherlich wert besucht zu werden (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 243f.).

Wiesmath (695 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Wiesmath liegt im Bezirk Wiener Neustadt Land und hat eine Fläche von 38,57 km². Im Jahr 2013 lebten hier 1.513 Menschen (vgl. STATISTIK AUSTRIA, 2014a).

Die Gemeinde hat eine ganz besondere Stellung in der Geschichte der Buckligen Welt inne. Wiesmath war eine der ersten Siedlungen dieser Region und wurde erstmals im Jahr 829 urkundlich erwähnt. Der Name stammt vom mittelhochdeutschen Wort „wismat“ ab. Dieses Wort bedeutet soviel wie gemähte Wiese (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 247f.). Besonders sehenswert sind in Wiesmath die Anna Kirche und die schöne, weitreichende Hügellandschaft, welche auf Abbildung 15 zu erkennen sind.



Abbildung 15: Anna Kirche in Wiesmath und Hügellandschaft der Buckligen Welt (Quelle: FRANZ ZWICKL)
Zöbern (591 m.ü.d.M.)

Die Gemeinde Zöbern ist die südlichste Gemeinde der Buckligen Welt im Bezirk Neunkirchen und hatte im Jahr 2013 1.431 Einwohnerinnen und Einwohner. Die Fläche beträgt 31,57 km² (vgl. STATISTIK AUSTRIA, 2014a).

Der Name der Gemeinde geht auf das Wort „sanaria“ zurück und die Bedeutung des Wortes liegt in der Farbe eines Flusses. Der Fluss soll die gleiche Farbe gehabt haben wie Milch. Sehenswert sind in Zöbern vor allem die Ruine Ziegersberg aber auch das Schloss Schlag, welches im 19. Jahrhundert erbaut wurde. Die Gemeinde Zöbern und deren Umgebung sind auf Grund der Lage in der Buckligen Welt vor allem für ihren Ruf als gutes Ausflugsziel bekannt. Die Gäste haben nicht nur die Möglichkeit die Umgebung zu Fuß über einen der vielen Wege zu erkunden, die Region lädt darüber hinaus auch zum Radfahren und Mountainbiken ein. In Zöbern gibt es für alle Naturfreunde und Naturfreundinnen außerdem die Möglichkeit die Gegend über eine Langlaufloipe zu erkunden (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 253f.).

2.2.1 Bad Erlach

Bad Erlach ist eine Marktgemeinde im Bezirk Wiener Neustadt Land und liegt im nördlichen Teil der Buckligen Welt. Laut STATISTIK AUSTRIA lebten hier im Jahr 2013 2.822 Personen auf einer Fläche von 9,17 km². Die Gemeinde ist flächenmäßig die zweitkleinste Gemeinde in der Buckligen Welt, nur die Gemeinde Seebenstein ist flächenmäßig noch kleiner. Bad Erlach liegt 312 Meter über dem Meeresspiegel.

Die Gemeinde liegt im Pittental und besteht aus drei Katastralgemeinden: Brunn bei Pitten, Bad Erlach und Linsberg (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 162). Im Jahr 1996 wurde Erlach feierlich zur Marktgemeinde erhoben (vgl. SCHERZER, 1998, S. 54f.). Die Gemeinde hieß bis zur Ernennung zur Kurgemeinde im Jahr 2007 Erlach.

Bad Erlach liegt besonders verkehrsgünstig direkt an der Aspangbahn und ist über die Südautobahn mit dem Personenkraftwagen leicht zu erreichen (vgl. MARKTGEMEINDE BAD ERLACH, 2011). Von Wien ist die Thermengemeinde etwa eine halbe Autostunde entfernt. Auch die Zugverbindungen von und nach Bad Erlach sind in den letzten Jahren verbessert worden. So fährt im Schnitt alle halben Stunden am Tag ein Zug Richtung Wiener Neustadt und in die entgegengesetzte Richtung nach Aspang bzw. Friedberg. Generell ist die Aspangbahn für alle umliegenden Thermengemeinden die wichtigste öffentliche Verkehrsanbindung. Durch die Haltestelle in Bad Erlach, wird es den Thermengästen ermöglicht, öffentlich anzureisen (vgl. HRUBY, 2012d, S. 11).



Abbildung 16: Blick auf die Gemeinde Bad Erlach (Quelle: FRANZ ZWICKL)

Heute ist Bad Erlach vor allem als Gesundheits- und Wellnessgemeinde (vgl. HRUBY, 2012c, S. 46) bekannt. Im Jahr 2004 wurden in Erlach Bohrarbeiten nach Trinkwasser durchgeführt. Nach ersten Hinweisen auf Thermalwasser fanden weitere Bohrungen statt. Bei diesen Arbeiten stieß man im Sommer 2004 schlussendlich tatsächlich auf Thermalwasser im Ortsteil Linsberg (vgl. HRUBY, 2012a, S. 5). Dieser Fund war zugleich der Startschuss für ein groß angelegtes Zukunftsprojekt: die Therme Linsberg Asia. Nachdem die Wasservorkommen gesichert waren, wurde das Thermenprojekt geplant, um es nur wenige Jahre danach erfolgreich umsetzen zu können. Man profierte davon, dass es sich bei der gefundenen Quelle um einen Artesischen Brunnen handelte. Das heißt, das Wasser musste nicht an die Oberfläche gepumpt werden, sondern sprudelt seit seinem Fund aus 865 Metern Tiefe mit einer Temperatur von etwa 27,7 Grad Celsius an die Erdoberfläche. Als das Thermalwasser schließlich nach dem niederösterreichischen Heilwasser- und Kurortsgesetz offiziell als Heilwasser anerkannt wurde, stand der Umsetzung der groß angelegten Thermenpläne endgültig nichts mehr im Wege. Diese offizielle Anerkennung des Wassers als Heilwasser war ein wichtiger Meilenstein in der Geschichte des Thermenbaus in Bad Erlach. Das Heilwasser ist für die Gesundheit der Menschen von sehr großer Bedeutung und hat darüber hinaus therapeutische Wirkungen. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, dass mit diesem Heilwasser auch Krankheiten behandelt werden können und durch das Wasser das Wohlbefinden der Menschen gesteigert werden kann. Bei der gefundenen Quelle in Linsberg handelt es sich um ein so genanntes Calcium-Magnesium-Sulfat-Schwefel-Thermalmineralwasser. Dieses erlangt die beste Wirkung, wenn es bei Erkrankungen und Einschränkungen des Bewegungsapparates und des Nervensystems angewendet wird. Darüber hinaus können dadurch besonders gut verschiedene Verletzungen und Hautkrankheiten behandelt und gelindert werden (vgl. HRUBY, 2012a, S. 5).

Durch die Planung der Therme Linsberg Asia beschritt die Gemeinde vor allem im Bereich des Tourismus Neuland. Im Jahr 2007 wurde dieser Schritt mit der Umbenennung von Erlach in Bad Erlach offiziell besiegelt. Noch im selben Jahr wurde mit den Bauarbeiten der Therme und des Hotels begonnen. Um die nötige Wärme für das Thermenwasser und das Hotel zu sichern, wurde im Jahr 2007 ein Hackschnitzel-Fernheizwerk in der Nachbargemeinde Schwarzbach am Steinfeld errichtet (vgl. HRUBY, 2012a, S. 5). Dadurch wurden die Versorgung der neuen Einrichtungen mit Wärme und das Aufheizen des Wassers auf lange Sicht gesichert. Die geplanten Bauarbeiten schritten in den kommenden Monaten sehr zügig voran und die Therme Linsberg Asia und das

zugehörige Thermenhotel wurden an einem sehr symbolträchtigen Datum, dem 08. August 2008, feierlich eröffnet.

Durch die Eröffnung der Therme Linsberg Asia wurde der Grundstein für die Gemeinde gelegt, sich in Richtung Kur- und Wellnessgemeinde zu entwickeln. Dieses neue Projekt soll nicht nur Bad Erlach zu einem großen Aufschwung verhelfen, sondern auch der gesamten Region des südlichen Niederösterreichs, insbesondere der Buckligen Welt (vgl. MARKTGEMEINDE BAD ERLACH, 2011).

Einen weiteren Schwerpunkt setzte man in den letzten Jahren im Bereich Tourismus durch den Ausbau des Bad Erlacher Fußballplatzes zu einer Fußballarena. Das Ziel wird es sein, durch perfekte Rahmenbedingungen auf sportlicher Ebene, Großclubs aus aller Welt für Trainingslager und Vorbereitungswochen in die Thermengemeinde zu locken. Dafür wurde der gesamte Sportplatzbereich umgebaut und neu gestaltet. Am 7. September 2013 wurde im Rahmen eines Ligaspiels das neue Gelände schließlich feierlich eröffnet. Neben einer neuen Tribüne mit neuer Kantine und Umkleidekabinen wurde vor allem der Außenbereich neu gestaltet. Ein neuer Rasen wurde verlegt, zwei Trainingsplätze wurden neu angelegt und das Hauptspielfeld mit bundesligatauglichem Rasen wurde mit einer modernen Flutlichtanlage ausgestattet. Darüber hinaus wurde das gesamte Areal großflächig eingezäunt und so vor allem ideale Voraussetzungen für die zukünftigen Pläne geschaffen, Topteams aus ganz Europa nach Bad Erlach zu holen (vgl. MARKTGEMEINDE BAD ERLACH, 2013f, S. 8 & 9).

Natürlich läuft dieses Projekt in Zusammenarbeit mit der Therme Linsberg Asia. Die Mannschaften quartieren sich während ihres Aufenthaltes im Thermenhotel ein. Aus diesem Projekt will die Gemeinde einen touristischen Nutzen generieren. Die Trainigseinheiten der Großclubs in der neuen Fußballarena sollen ihre Fans in die Gemeinde locken, welche dann wiederum die Wirtschaft in Bad Erlach beleben sollen (vgl. MARKTGEMEINDE BAD ERLACH, 2013b, S. 10 & 11). Einige bekannte Fußballvereine, darunter Fenerbache Istanbul, konnte man in den vergangenen zwei Jahren in Bad Erlach schon beim Trainig beobachten, auch Red Bull Salzburg und andere Bundesligavereine bereiten sich regelmäßig in Bad Erlach auf ihre Bundesligaspiele gegen Wiener Neustadt vor. Wie sich dieses Projekt entwickelt und ob es tatsächlich Fuß fassen wird, wird die Zukunft erst zeigen. Zu bedenken ist auf jeden Fall, dass die Konkurrenz in diesem Bereich vor allem in unmittelbarer Umgebung sehr groß ist und sich schon einige andere Thermengemeinden einen Namen in diesem Zusammenhang gemacht

haben, etwa das nur rund 90 Kilometer von Bad Erlach entfernte Stegersbach. Hier bereiteten sich in den vergangenen Jahren Spitzenclubs aus ganz Europa, wie zum Beispiel Borussia Dortmund, Paris St. Germain, Schalke 04 oder die Blackburn Rovers, um nur einige davon zu nennen, vor. Auch das österreichische Fußballnationalteam bereitet sich regelmäßig in Stegersbach auf seine Spiele im In- und Ausland vor (vgl. STEGERSBACH TOURISMUS, 2013, web). Das steirische Bad Waltersdorf, nur rund 15 Kilometer von Stegersbach und rund 80 Kilometer von Bad Erlach entfernt, ist für diese Art des Tourismus schon länger bekannt. In den letzten zehn Jahren entwickelte sich Bad Waltersdorf zu einer beliebten Destination für die Vorbereitungseinheiten von Spitzenfußballvereinen aus ganz Europa. Im Thermenstadion von Bad Waltersdorf trainierten schon Fußballgrößen wie Werder Bremen, Hannover 96, Hertha BSC Berlin oder Arsenal London (vgl. KURKOMMISSION UND TOURISMUSVERBAND BAD WALTERSDORF, o. J., web).

Aber nicht nur diese beiden Gemeinden profitieren von dieser Art des Tourismus. In ganz Österreich, Deutschland und der Schweiz gibt es solche Konzepte, mit denen man die Fußballvereine in die jeweiligen Gemeinden zur Vorbereitung holen will. Diese beiden Beispiele zeigen zwar, dass im Moment in diesem Bereich die Nachfrage von Seiten der Vereine groß ist, jedoch auch, dass es bereits eine Vielzahl von hochklassigen Angeboten vor allem in den zuvor genannten drei Ländern gibt. Ob es jedoch einen weiteren Platz in diesem Bereich für die Thermengemeinde Bad Erlach geben und sich diese auch einen Namen machen wird, wird sich erst in den kommenden Jahren zeigen.

Therme Linsberg Asia

Die Therme Linsberg Asia liegt im Ortsteil Linsberg von Bad Erlach und der Schwerpunkt der Therme liegt auf dem Erleben der fernöstlichen Kultur. Die Therme und das daran anschließende Hotel wurden im Jahr 2008 eröffnet und sind seither das Aushängeschild im Thermentourismusbereich für die ganze Region. Im Sommer des Jahres 2013 feierte die Therme ihr fünfjähriges Bestehen und bereits im Sommer 2012 wurde die „Eine-Million-Besuchermarke“³ geknackt. Laut hauseigener Statistik wurden bisher 1.250.000 Thermengäste begrüßt, 270.000 Nächtigungen und 1.600 Seminarveranstaltungen gezählt und rund 93.000 Wellnessanwendungen durchgeführt (vgl. MARKTGEMEINDE BAD ERLACH, 2013a, S. 4).

³ vgl. MARKTGEMEINDE BAD ERLACH, 2012

Diese Zahlen und Daten sprechen für sich und zeigen zugleich, dass sich die Thermenlandschaft in Bad Erlach in den vergangenen Jahren am Thermenmarkt etablieren konnte. Die Therme ist von allen Seiten von unberührter Natur umgeben und den Gästen wird ein wunderschöner Blick auf den naheliegenden Schneeberg und die Hohe Wand geboten.

Das gesamte Thermenareal hat eine Größe von insgesamt sechs Hektar und besteht aus einem Hotel mit großem Garten, unterschiedlichen Wasserflächen im In- und Outdoor-Bereich und aus einem Spa- und Therapiebereich. Weiters stehen den Besucherinnen und Besuchern drei Restaurants und insgesamt acht verschiedene Wasserbecken zum Schwimmen und Erholen zur Verfügung (vgl. HRUBY, 2012f, S. 6).

Im Bereich Kulinarik setzt man auf eine Mischung von regionalen Produkten und typisch asiatischen Gerichten. „Das Linsberg“ ist ein á la carte Haubenrestaurant und bietet seinen Gästen neben einer eigenen Vinothek auch viele Spezialitäten aus der Region, aber vor allem auch typisch asiatische Köstlichkeiten. Das zweite Restaurant wird „China Grill“ genannt, hierbei handelt es sich um ein Buffetrestaurant. Den Köchen und Köchinnen kann man beim Kochen zusehen und aus vielen Speisen selbst auswählen. Neben diesem Restaurant befindet sich eine Piano Bar, in welcher die Gäste den Abend gemütlich ausklingen lassen können. Für Thermengäste steht darüber hinaus ein Selbstbedienungsrestaurant im Thermenbereich zur Verfügung. Auch hier können die Gäste zwischen regionalen oder asiatischen Gerichten wählen (vgl. HOTEL & SPA LINSBERG ASIA, 2013a, S. 14f.). Diese Mischung bedeutet, dass man auf der einen Seite den Gästen die Produkte aus der Region vorstellen und schmackhaft machen will und auf der anderen Seite ein vielfältiges Angebot, dem Schwerpunkt der Thermenlandschaft entsprechend, an asiatischen Speisen bieten will.

Beim Besuch der Therme können die Gäste ein sehr breit gefächertes Therapieangebot in Anspruch nehmen. Hier setzt man vor allem fernöstliche Heilmethoden um, im Mittelpunkt stehen die Traditionen der chinesischen Medizin und fernöstliche Entspannungstechniken. Durch das Heilwasservorkommen können Krankheiten gelindert und besser behandelt werden. In Absprache mit der Thermenärztin wird bei medizinischen Behandlungen für jeden Gast ein auf ihn bzw. sie eigens abgestimmtes Therapieprogramm erstellt, um so dem Patienten bzw. der Patientin einen bestmöglichen Heilungsverlauf zu ermöglichen (vgl. HRUBY, 2012f, S. 6). Im Mittelpunkt dabei stehen besondere Medical Wellness und Spa Anwendungen. Das Therapieprogramm steht nicht nur im Zeichen der Gesundheitsförderung, sondern auch im

Zeichen der körperlichen und geistigen Entspannung und der Schönheit. Durch Akupunktur können verschiedene körperliche Einschränkungen und Beschwerden wie Migräne, Verspannungszustände oder Schmerzen behandelt werden. Auch emotionales und psychisches Unwohlsein, wie zum Beispiel Antriebslosigkeit oder Schlafstörung, kann mit Hilfe der Akupunktur behoben werden. Neben diesen medizinischen Anwendungen werden im Spa-Bereich verschiedene Arten von Massagen angeboten. Ein eigener Kosmetikbereich komplementiert das Wohlfühlangebot. Diese Leistungen stehen nicht nur den Thermen- und Hotelgästen zur Verfügung, auch Privatpersonen können die Anwendungen ohne Einschränkungen nach vorheriger Terminvereinbarung in Anspruch nehmen (vgl. MARKTGEMEINDE BAD ERLACH, 2014, S. 5).

Neben der Gestaltung der Thermenlandschaft im asiatischen Stil wurde auch die Hotellandschaft im fernöstlichen Stil erbaut und gestaltet. Mit den vielen verschiedensten Einrichtungsgegenständen und Dekorationselementen wird das fernöstliche Flair in jedem einzelnen Zimmer des Hotels vermittelt. Das Hotel Linsberg Asia gehört der vier Sterne Kategorie Superior an, ermöglicht seinen Gästen jeden möglichen Komfort, ist sehr modern ausgestattet und lädt zum Verweilen und Entspannen ein. Gäste, welche im Hotel übernachten, können nicht nur die öffentlich zugängliche Therme benutzen, sondern auch einen eigenen Spa- und Wellnessbereich. Das Hotel selbst besteht aus insgesamt 116 Doppelzimmern und neun Suiten, welche alle zwischen 36 und 84 m² groß sind. Darüber hinaus gibt es fünf Räume, welche für Seminare, Konferenzen oder andere Veranstaltungen genützt werden können (vgl. HRUBY, 2012f, S. 6 & 7). Diese Konferenzräume sind mit den aktuell modernsten Techniken ausgestattet und es besteht zudem die Möglichkeit, dass Seminare und Konferenzen im asiatisch gestalteten Gartenpavillon im Freien veranstaltet werden können (vgl. HOTEL & SPA LINSBERG ASIA, 2013b, S. 14f.).

Durch die günstige Lage der Therme zu den öffentlichen Verkehrsmitteln wird vom Hotel ein thermeneigener Abholdienst angeboten. Viele Thermengäste, welche mit dem Zug am Bahnhof ankommen, nutzen dieses Angebot. Die Gäste werden direkt vom Bahnhof in Bad Erlach abgeholt und mit dem Kleinbus zur Therme gebracht. Auch vom Ausbau des Nahversorgungsangebotes nach dem Bau der Therme profitieren Gäste der Therme genauso wie Bewohner und Bewohnerinnen der Gemeinde. In Bad Erlach gibt es drei Lebensmittelgeschäfte.

Auch eine Apotheke wurde in Thermennähe gebaut und erleichtert nötige Besorgungen in diesem Bereich sowohl für die Bewohner und Bewohnerinnen Bad Erlachs, als auch für die Thermengäste. Neben der neu errichteten Apotheke findet man in Bad Erlach im Gesundheitsbereich zwei Allgemeinmediziner, eine Zahnarztpraxis, ein Massageinstitut und eine Rot Kreuz Stelle (vgl. MARKTGEMEINDE BAD ERLACH, o. J., web).



Abbildung 17: Therme Linsberg Asia (Quelle: FRANZ ZWICKL)

Zukünftige Entwicklungen im Gesundheitsbereich

Zwei weitere Meilensteine, welche die Stellung Bad Erlachs als Kur- und Gesundheitsgemeinde in der Region festigen sollen, sind gerade in Planung bzw. in Bau. Im Herbst 2014 soll das Gesundheitszentrum „Lebens.Med“ mit insgesamt 192 Betten für Patienten und Patientinnen und deren Angehörige fertiggestellt werden. Der medizinische Schwerpunkt dieses Zentrums liegt bei der onkologischen Rehabilitation und Remobilisierung krebserkrankter Menschen. Nach der ersten notwendigen Behandlung in einem Krankenhaus, werden die Patienten und Patientinnen in diesem Zentrum individuell therapeutisch betreut und auf die Entlassung vorbereitet. Für persönliche Unterstützung und Begleitung auf ihrem Weg dorthin stehen im Gesundheitszentrum Lebens.Med 32 Betten für Angehörige zur Verfügung. Diese Tatsache könnte mental beim Heilungsverlauf für viele Patientinnen und Patienten einen Vorteil darstellen. Auch wirtschaftlich soll das Gesundheitszentrum Lebens.Med Aufschwung für die Region bringen. So sollen über hundert Arbeitsplätze geschaffen werden, vor allem auch für Menschen aus und rund um Bad Erlach (vgl. MARKTGEMEINDE BAD ERLACH, 2013e, S. 10 & 11). Der zweite Meilenstein ist bereits seit einigen Jahren in Planung und soll entweder 2014 oder 2015 in die erste Bauphase gelangen. Die Rede hierbei ist von einer Kinderrehabilitationsklinik, welche vis a

vis der Therme gebaut werden soll. Geplant ist, dass die Kinderrehabilitationsklinik Bucklige Welt insgesamt 114 Betten für krebskranke Kinder und siebzig Betten für deren Angehörige zur Verfügung stellt. Dieses Projekt ist ein Zukunftsprojekt und steht eng in Verbindung mit dem gerade in Bau befindlichen Med Austron in Wiener Neustadt, wo krebskranke Menschen in Zukunft mit Iontherapien behandelt und geheilt werden sollen. Durch das Projekt in Bad Erlach werden zirka 150 Arbeitsplätze geschaffen. Darüber hinaus ist die Planung einer Kinderrehabilitationsklinik für krebskranke Kinder in Österreich einzigartig und sicherlich von gewisser Notwendigkeit (vgl. ZEZULA, 2013, web).

Das Med Austron in Wiener Neustadt ist einer von vielen Steinen dieses zukünftigen Gesundheitsclusters in der Region Niederösterreich Süd, in welchem auch Bad Erlach in Zukunft eine bedeutende Rolle spielen wird. Schon bald sollen im Med Austron die ersten Patientinnen und Patienten mit Hilfe einer Iontherapie behandelt werden. Der große Vorteil dieser Therapie ist, dass tatsächlich nur der Tumor selbst bestrahlt und abgetötet wird, nicht aber das umliegende, oftmals gesunde Gewebe. In vielen Behandlungsbereichen erhofft man sich einen Durchbruch, so werden durch diese Therapien in Zukunft Tumore behandelt werden können, welche bis jetzt nicht oder nur sehr schwer behandelbar waren. Auch die Nebenwirkungen für die Patientinnen und Patienten sollen durch die präzise Bestrahlung verringert werden. Die Iontherapie ist vor allem für Behandlungen von sehr sensiblen Organen geeignet, wie zum Beispiel das Gehirn oder das Auge (vgl. MARKTGEMEINDE BAD ERLACH, 2013e, S. 10).

Das langfristige Ziel wird eine Zusammenarbeit der beiden in Bad Erlach gebauten Zentren mit dem Med Austron in Wiener Neustadt sein. Med Austron legt seinen Schwerpunkt auf die Krebsbehandlung und -forschung. In Bad Erlach sollen die wesentlichen Einrichtungen für die nötigen Therapie- und Rehabilitationsmaßnahmen nach der Krebsbehandlung zur Verfügung stehen.

Sehenswertes und Aktivitäten

Neben der Therme ist Bad Erlach in der Region auch für die Ulrichskirche, das Schloss Linsberg und für den Storchenrauchfang bekannt. Dieser wird nicht selten als Wahrzeichen von Bad Erlach bezeichnet. Der Storchenrauchfang erinnert viele Bad Erlacher und Bad Erlacherinnen an die industrielle Vergangenheit ihrer Gemeinde. Als der alte Fabrikschlot zu verfallen drohte, wurde er vor einigen Jahren saniert und bleibt somit weiterhin die Heimat der jährlich wiederkommenden Störche (vgl. HRUBY, 2012b, S. 9). Eine weitere Sehenswürdigkeit ist die

Ulrichskirche beim Bad Erlacher Waldfriedhof. Diese Kirche ist eine der ältesten Niederösterreichs und deren Existenz konnte bis in das Jahr 987 zurückverfolgt werden. Die Ulrichskirche ist einer der ältesten noch bestehenden Sakralbauten in der Buckligen Welt und erst im Jahr 1933 erhielt Erlach eine Pfarrkirche im Ortszentrum (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 164). Vor ein paar Jahren wurde die Ulrichskirche renoviert und im Zuge dieser Renovierungsarbeiten wurden historische Bemalungen an den Wänden entdeckt. Um die Ulrichskirche herum befindet sich der Waldfriedhof, der Weg hinauf auf den Bischofskogel wird seit ein paar Jahren von einem gläsernen Kreuzweg begleitet (vgl. HRUBY, 2012e, S. 14). Sehenswert ist darüber hinaus auch das Schloss Linsberg, welches im Ortsteil Linsberg liegt. Dieser barocke Bau besteht aus einem Turm und verschiedenen Trakten. Darüber hinaus kennzeichnet das Schloss die Durchfahrt von Linsberg nach Brunn (vgl. BAUMGARTNER, 1984, S. 164).

Neben den bereits erwähnten möglichen Aktivitäten, wie zum Beispiel das Benutzen der Thermallandschaft oder des neuen Fußballplatzes, gibt es in Bad Erlach die Möglichkeiten für Wanderungen, Radtouren und andere Freizeitaktivitäten.

2.2.2 Bad Schönau

Bad Schönau ist neben Bad Erlach die zweite Gemeinde in der Buckligen Welt, welche im Bereich Gesundheitstourismus Fuß gefasst hat. Auch Bad Schönau liegt im Bezirk Wiener Neustadt Land, jedoch im Süden der Buckligen Welt, nahe der Grenze zu den Bundesländern Burgenland und Steiermark. In der Gemeinde lebten im Jahr 2013 laut STATISTIK AUSTRIA 728 Menschen auf einer Fläche von 13,59 km². Die Seehöhe beträgt 490 Meter über dem Meeresspiegel. Bad Schönau ist schon seit langem als Kurgemeinde in der ganzen Region bekannt.

Die Entstehungsgeschichte Bad Schönaus zu einer Kurgemeinde reicht bereits bis in die Jahre 1913 und 1914 zurück. Zu dieser Zeit fanden in der Region Bohrungen nach Kohle statt und im Rahmen dieser Bohrungen wurde ein Sauerbrunnen gefunden. Ein Sauerbrunnen beinhaltet natürlich vorkommendes Mineralwasser als Grundwasser. Dieser Fund wurde zu der damaligen Zeit nicht weiter berücksichtigt. Erst knappe 35 Jahre später, im Jahr 1950, wurde dieser Quelle wieder Beachtung geschenkt, da neben dem kohlensäurehaltigen Wasser auch freies Kohlensäuregas aus dem Bohrloch aufstieg. Das Potential dieses Naturschatzes wurde von der

Genossenschaft Landsknechte erkannt und im Jahr 1951 erstand diese die Quelle. Man erkannte, dass man dieses Wasser als Heilwasser nutzen konnte und in Folge dessen im Gesundheitsbereich anwenden konnte. Zwei Jahre später, im Jahr 1953, wurde das Wasser auch als Heilquelle anerkannt und im Jahr darauf wurde die Gemeinde Schönau in Bad Schönau umbenannt. Dies war gleichzeitig der Startschuss für Bad Schönau zu einer Kurgemeinde aufzusteigen. Bad Schönau ist heute einer der bekanntesten und modernsten Kurorte in ganz Österreich (vgl. GAGER, 2012d, S. 7).

Bad Schönau heute

Bad Schönau kann, wie bereits erwähnt, auf eine lange Geschichte im Bereich des Gesundheits- und Kurtourismus zurückblicken. Das ist wohl der größte Unterschied zur Thermengemeinde Bad Erlach, da sich diese Gemeinde aktuell erst in einem Entwicklungsprozess zur Kur- und Gesundheitsgemeinde befindet. Der Kurbetrieb in Bad Schönau profitiert sicherlich von der einzigartigen Lage der Gemeinde in der Buckligen Welt. Umgeben von naturbelassenen Hügellandschaften bietet die Gemeinde einen idealen Standpunkt für einen solchen Kurbetrieb und ist somit gleichzeitig eine ideale Basis für die Betreuung der Kurgäste und Erholungssuchenden.



Abbildung 18: Blick auf Bad Schönau (Quelle: FRANZ ZWICKL)

Bekannt ist der Kurbetrieb in Bad Schönau vor allem auch durch die Behandlungen der Patientinnen und Patienten mit Kohlensäuregas. Dieses Gas kommt durch eine Mineralwasserquelle an die Erdoberfläche und wird durch ein eigenes Verfahren vom Wasser getrennt. Dadurch ist der Weg frei, das Kohlensäuregas für bestimmte Therapien im Gesundheitsbereich anwenden zu können (vgl. GAGER, 2012d, S. 6). Die Kohlensäuregastherapie wird vor allem bei Herz-, Kreislauf und bei Gefäßerkrankungen angewendet. Darüber hinaus werden Mineralwassertherapien angeboten. Dabei handelt es sich

um Trinkkuren mit dem Heilwasser aus der Bad Schönauer Quelle. Diese Trinkkuren sollen vor allem bei Entzündungen des Magen- Darmbereichs, der Nieren und der Harnwege helfen und den menschlichen Stoffkreislauf wieder in Einklang bringen. Das Besondere am Kohlensäurewasser ist, dass es besonders eisenhaltig ist und somit bei Beschwerden wie zum Beispiel Gastritis sehr gut helfen kann. Neben der Kohlensäuregastherapie und der Kohlensäuretrinkwasserkur stehen für die Patientinnen und Patienten weitere spezifische Angebote für jegliche Art von körperlichen Beschwerden zur Verfügung. Die Rede ist hierbei von einer Vielzahl an diversen Massagen, Bewegungstherapien, Elektrotherapien, Niedrig-, Mittel- und Hochfrequenztherapien, Inhalationen, Ultraschall- und Lasertherapien, verschiedene Gymnastikarten und noch einiges mehr (vgl. TOURISMUSGESELLSCHAFT BAD SCHÖNAU GMBH, 2010, S. 9f.).

Für die nötigen Therapien stehen den Gästen drei verschiedene Kurbetriebe zur Verfügung. Im Folgenden sollen diese drei großen Kurbetriebe genannt und vorgestellt werden: das Gesundheitsresort Königsberg, das Kurzentrum Landsknechte mit den Häusern „Zum Landsknecht“ und „Zur Quelle“.

Das Gesundheitsresort Königsberg

Mit dem Bau des Gesundheitsresorts Königsberg wurde im Jahr 1976 begonnen. Zwei Jahre später wurde es eröffnet und steht seither für hohe Qualität im Kurbereich in dieser Ortschaft. Damals lautete die Bezeichnung für das heutige Resort noch „Kurhotel“ und es beherbergte 130 Zimmer. 85 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren dort beschäftigt. Im Jahr 2001 wurde das Hotel von der Moorheilbad-Harbach-Gruppe übernommen und im Jahr 2003 durch das Parkhotel erweitert. Im gleichen Jahr bekam das Kurhotel seinen neuen Namen: Gesundheitsresort Königsberg. Mitte des Jahres 2011 wurde das Therapie- und Aktivresort „Therarama“ eröffnet. Im vergangenen Jahr feierte das Resort sein 35-jähriges Jubiläum und das Jahr 2014 steht ganz im Zeichen der Neueröffnung des Zentrums für psychosoziale Rehabilitation (vgl. KÖNIGSBERGJOURNAL, 2013a, S. 6).

In diesem Resort hat man sich vor allem auf Behandlungen in folgenden Bereichen spezialisiert: Gefäßerkrankungen, Erkrankungen des Stütz- und Bewegungsapparates, Behandlungen mit dem natürlich vorkommenden Kohlensäuregas und seit kurzem auch Behandlungen bei Störungen der psychosozialen Gesundheit (vgl. KÖNIGSBERGJOURNAL, 2013c, S. 8). Die nötigen Therapien werden individuell auf den Patienten bzw. die Patientin abgestimmt. Gezielte Diagnostik ist

wesentlich für einen positiven Therapieverlauf und neben den Therapien stehen den Gästen viele Freizeitmöglichkeiten zur Verfügung. Ziel dieses Resorts ist, seine Gäste durch hohe medizinische und therapeutische Kompetenz zu einem besseren Lebensgefühl zu begleiten und deren Aufenthalt so angenehm wie möglich zu gestalten.

Im Gesundheitsresort Königsberg werden vor allem Venenerkrankungen, Durchblutungsstörungen der Arterien und Gefäßprobleme medizinisch behandelt. Diese Behandlungen werden mit Hilfe des natürlichen Kohlensäuregases durchgeführt. Das Kohlensäuregas führt dazu, dass die Gefäße besser durchblutet werden und es können sich darüber hinaus neue Gefäße bilden. Die Behandlung führt zu mehr Lebensqualität bei den Menschen und kann Bluthochdruck, Schlaganfällen und sonstigen Gefahren durch Gefäßverengungen vorbeugen. Auch bei Problemen mit dem Stütz- und Bewegungsapparat wird die Kohlensäuretherapie angewendet. Ziel dabei ist es, dass durch das Kohlensäuregas die Muskulatur gelockert wird und Verkrampfungen in diesem Bereich gelöst werden und die Patientinnen und Patienten so wieder mehr Beweglichkeit erlangen. Auch Gelenks- und Wirbelsäulenprobleme werden behandelt. Diese Art der natürlichen Kohlensäurebehandlung ist in Österreich einzigartig. Im Jahr 2011 wurde im Gesundheitsresort Königsberg ein großer Bewegungsbereich im Inneren des Hauses eröffnet. Dieser Bereich heißt „Therarama“ und steht den Gästen jederzeit zur Verfügung. Es wird ihnen hier ermöglicht, ihre Ausdauer, die Kraft und Koordinationsfähigkeiten zu trainieren und zu verbessern. Den Gästen stehen neben vielen neuen Geräten auch eine Kletterwand und eine Gehstrecke in diesem Indoor-Bereich zur Verfügung. Darüber hinaus gibt es im Gesundheitsresort verschiedene Arten therapeutischer Behandlungen wie zum Beispiel Physiotherapie oder Ergotherapie, weiters physikalische Behandlungen, Akupunktur, Laserbehandlungen, Heilmassagen und vieles mehr (vgl. GESUNDHEITSRESORT KÖNIGSBERG BAD SCHÖNAU, 2013, S. 2f.).

Im Jahr 2013 wurde ein neuer Bereich in diesem Resort eröffnet, der der psychiatrischen Rehabilitation dient. Damit reagierte die Leitung auf einen immer weiter verbreiteten negativen Trend: psychische Erkrankungen. Österreichweit sind diese immer mehr im Kommen und eine kompetente Betreuung und Behandlung muss in diesen Fällen gewährleistet sein. Immer öfter liest man von den so genannten neuen Volkskrankheiten der Österreicher und Österreicherinnen: Burnout und Depressionen. Alarmierend ist es allemal, dass laut einem Bericht der WHO im Jahre 2015 die Depression die zweithäufigste Krankheit weltweit sein wird. Genau hier muss

man ansetzen, denn psychisch kranke Menschen werden dem Staat in Zukunft viel mehr Geld kosten als die dafür nötigen Behandlungen. Ein gut ausgebildetes Team soll die psychisch kranken Menschen wieder in ihren Alltag einführen, den Patientinnen und Patienten soll ein neues Lebensgefühl vermittelt werden und der Anschluss in das Berufsleben und in ihr soziales Umfeld wieder ermöglicht werden. Die psychosoziale Rehabilitation steht hierbei im Mittelpunkt. Dazu stehen den Patientinnen und Patienten im Gesundheitsresort Königsberg 84 Einzelzimmer zur Verfügung (vgl. KÖNIGSBERGJOURNAL, 2013b, S. 2 & 3).

Neben der Neueröffnung des Zentrums für psychosoziale Rehabilitation steht das Jahr 2014 auch für das erstmalige Angebot von Musiktherapie und Ergotherapie. Darüber hinaus wurde im gleichen Trakt ein neuer Schwesternstützpunkt errichtet, um eine bessere Betreuung durch das Arzt- und Pflegepersonal zu gewährleisten. Ein weiteres wichtiges Anliegen ist, die Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Nur durch bestmögliche Qualifikation des Personals in allen Bereichen kann der Aufenthalt für die Gäste effizient und wirkungsvoll gestaltet werden (vgl. KÖNIGSBERGJOURNAL, 2013c, S. 7).

Neben dem Gesundheitsresort Königsberg gibt es in Bad Schöнау noch das Kurzentrum Landsknechte, welches aus zwei Häusern besteht: das Haus „Zum Landsknecht“ und das Haus „Zur Quelle“. Das Haus „Zum Landsknecht“ hat insgesamt 165 Zimmer mit 213 Betten und ist ein Vier-Sterne-Haus. Das Haus „Zur Quelle“ wurde im Jahr 2003 eröffnet und kann 153 Zimmer mit 219 Betten vorweisen. Ähnlich wie im Gesundheitsresort Königsberg stehen auch in diesen beiden Kur- und Behandlungszentren die Therapien mit den natürlichen Kohlensäurevorkommen im Mittelpunkt. Beide Häuser zeichnet die individuelle Betreuung seiner Kurgäste durch ärztliches und therapeutisches Personal aus. Ein Angebot des Hauses „Zum Landsknecht“ ist die Gesundheitswoche. In dieser Woche stehen gesunde Ernährung, ärztliche Untersuchungen, verschiedene Kuranwendungen, Wellnessangebote und abwechslungsreiche Freizeitgestaltung im Vordergrund. Der Gast soll die Möglichkeit bekommen, in dieser Woche das eigene Wohlbefinden zu steigern. Eine Besonderheit im Haus „Zur Quelle“ ist die Ganzkörperkältetherapie. Es gibt eine Kältekammer, in der es minus 110 Grad Celsius hat. Der Nutzen der Therapie besteht darin, dass die Gäste durch den Kälteschock in der Lage sind Bewegungen besser auszuführen, ohne dass sie dabei Schmerzen verspüren. Das Prinzip dabei ist Folgendes: Durch die Kälte werden verschiedenste Nervenreize gehemmt und blockiert. Das führt dazu, dass vom Patienten bzw. von der Patientin einige Stunden lang

Bewegungen gemacht werden können, die früher Schmerzen verursachten. Diese Vorgehensweise wird genutzt, um in dieser Zeit eine wirkungsvolle Therapie abzuhalten. Das heißt, dass in diesen Stunden eine schmerzfreie Bewegungstherapie möglich ist. Angewendet wird diese Art der Therapie zum Beispiel bei chronisch entzündeten Gelenks- oder Wirbelsäulenerkrankungen, anderen Problemen mit den Gelenken und der Wirbelsäule, bei Neurodermitis, Asthma, Migräne und einigen anderen körperlichen Leiden (vgl. TOURISMUSGESELLSCHAFT BAD SCHÖNAU GMBH, 2010, S. 12f.).

Neben den großen Kurbetrieben stehen den Gästen in Bad Schönau für ihren Aufenthalt zudem Hotels und Pensionen, aber auch Privatzimmer zur Verfügung. Ein Beispiel ist das Hotel Weber. Dieses privat betriebene Hotel verfügt über einen direkten Verbindungsgang zum Kurzentrum. Das Hotel bietet seinen Gästen insgesamt 49 Betten und man hat die Möglichkeit das Therapieprogramm des Kurzentrums in Anspruch zu nehmen. Natürlich steht auch das kulinarische Verwöhnen der Gäste mit regionalen Produkten im Vordergrund. Ähnliche Angebote weist das Drei-Sterne-Hotel Geier auf. Auch dabei handelt es sich um ein familiär geführtes Hotel in direkter Umgebung zum Kurzentrum. Neben diesen Hotels gibt es die Möglichkeit, in Gasthöfen oder Pensionen direkt im Ort zu wohnen. Der große Vorteil dieser Wohnstätten ist natürlich das familiäre Ambiente. Wenige Gehminuten vom Kurzentrum entfernt, dafür aber eine private Atmosphäre und regionale Hausmannskost scheint für viele Gasthöfe und Pensionen das Motto zu sein, um Gäste zu gewinnen (vgl. TOURISMUSGESELLSCHAFT BAD SCHÖNAU GMBH, 2013, S. 16f.).

Sehenswertes und Aktivitäten

Sehenswert sind in Bad Schönau sicherlich die Wehrkirche, welche den Heiligen Peter und Paul geweiht wurde und die Marienkirche. Darüber hinaus lädt Bad Schönau seine Gäste vor allem durch die wunderschöne naturbelassene Umgebung zum Verweilen ein. In Bad Schönau gibt es besonders für sportlich begeisterte Menschen viele Angebote. Neben einem Tennisplatz und einem Golfplatz gibt es viele ausgebaute Inlineskater- und Mountainbikestrecken. Auch im Winter wird für den bewegungsfreudigen Gast einiges geboten. So stehen ihm viele Langlaufloipen und ein Eislaufplatz zur Verfügung (vgl. KURZENTRUM BAD SCHÖNAU, 2013, S. 7).

Durch das pannonische Klima mit einer Vielzahl an sehr milden und nebellosen Tagen ist die Umgebung um Bad Schönau ein besonders beliebtes Ausflugsziel. Auch die Kurgäste profitieren

von diesen Klimaverhältnissen und können ihre Tage in Bad Schönau bei Spaziergängen im warmen Sonnenschein genießen. Mittlerweile gibt es zahlreiche Wander- und Gehwege in der Gemeinde und in der umliegenden Region. Weiters wurden so genannte Themenwege entworfen. Bekannt ist der „Gedankenweg“ oder der „Weg der Blicke“. Beim Gedankenweg handelt es sich um einen Weg zwischen Bad Schönau und Krumbach, welchen man zu Fuß und per Rad zurücklegen kann. Am Wegesrand sind kleine Holztafeln zu finden, auf denen Sprüche und Gedanken von Ernst Ferstl stehen. Auch der Weg der Blicke ist ein sehr beliebter Wander- und Spazierweg, welcher von Bad Schönau aus durch den Kurpark, am Wald entlang auf die Hügel der Buckligen Welt führt und dann wieder in der Ortschaft Bad Schönau mündet. Wenn man diesen Weg entlang geht, findet man immer wieder kleine Tafeln, auf denen Informationen zu Sehenswürdigkeiten zu finden sind (vgl. GAGER, 2012e, 2012f, S. 13f.).



Abbildung 19: Pfarrkirche von Bad Schönau und im Hintergrund das Schloss Krumbach (Quelle: FRANZ ZWICKL)

Eine weitere Besonderheit in Bad Schönau erwartet den Gast beim Erkunden der Landschaft durch das E-Bike. Ein beliebtes Ausflugsziel dafür ist die Panoramablicke-Tour. Die Tour startet in der Ortschaft Bad Schönau und führt über die schöne Hügellandschaft der Buckligen Welt nach Kirchschlag, weiter nach Lichtenegg, hinab nach Grimmenstein und Hohegg bis nach Krumbach und Hochneukirchen-Gschaidt. Von dort aus geht es mit dem E-Bike wieder zurück in den Ausgangsort Bad Schönau. Das Panorama ist durch weitläufige Landschaften, schöne Ausblicke, hügelige Wiesen, alte Apfelbäume und dichte Wälder gekennzeichnet (vgl. GAGER, 2012c, S. 18 & 19).

Die E-Bikes kann man in Bad Schönau und in anderen Gemeinden ausborgen, durch welche die Strecke führt. Seit dem Jahr 2012 gibt es sogar das Angebot von geführten E-Bike-Touren durch

die Region. Dabei werden die Gäste von einem Einheimischen begleitet und erfahren so während ihrer Tour Wissenswertes über die Region (vgl. GAGER, 2012b, S. 28 & 29).

Rund 19.000 Gäste im Jahr nutzen die Kur- und Therapiemöglichkeiten, genauso wie die Freizeit- und Sportmöglichkeiten in Bad Schönau und Umgebung. Das macht Bad Schönau zu einem der beliebtesten Kurorte in Niederösterreich und auch österreichweit (vgl. GAGER, 2012d, S. 6).

Zum Abschluss der Vorstellung der beiden Gemeinden, sei noch eine kurze Anmerkung in Bezug auf deren Wettbewerbsfähigkeit im Tourismusbereich gestattet. Die beiden Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau befinden sich in der Buckligen Welt, im Dreiländereck gelegen, und somit nahe an den Grenzen zum Burgenland und zur Steiermark. Die Region des Dreiländereckes ist als Thermenregion sehr bekannt. Die beiden Bundesländer Burgenland und Steiermark beheimaten eine Vielzahl an Thermen und Kuranstalten. Auf burgenländischer Seite sei die bekannte Therme Stegersbach, auf steirischer Seite die Thermen Bad Blumau, Bad Waltersdorf oder Loipersdorf genannt. Darüber hinaus ist Ungarn nicht weit entfernt und auch dort gibt es immer mehr Thermalbäder. Wenn man die Angebote der in den österreichischen Bundesländern gelegenen Thermen kennt, merkt man, dass die Schwerpunkte sehr unterschiedlich sind. Dies ist in Bezug auf die Wettbewerbsfähigkeit sicherlich unumgänglich und auch notwendig. Diese Schwerpunkte der einzelnen Thermen dienen dazu, nicht die gleiche Gästegruppe anzusprechen und sich die Gäste nicht gegenseitig wegzunehmen. Wie bereits erwähnt liegt der Schwerpunkt der Therme Linsberg Asia im Erleben der asiatischen Kultur. Die Therme Stegersbach dagegen ist vor allem für ihren Schwerpunkt im Bereich Golf bekannt. Die Therme Loipersdorf gilt als sehr familien- und kinderfreundlich und wird daher immer wieder als Familientherme bezeichnet. Die beiden Thermen Bad Blumau und Bad Waltersdorf gelten als teure Thermen und sprechen daher eher eine gehobene Kundenschicht an. Es scheint als würde in dieser Region, in welcher einige Thermen relativ knapp nebeneinander liegen, zwar Konkurrenz vorhanden sein, diese aber auf Grund der breitgefächerten Angebote im Rahmen bleiben.

3 Zentrale Begriffe

Im theoretischen Teil dieser Arbeit ist es wichtig, die zentralen Begriffe, welche für den Inhalt der Arbeit vorrangig von Bedeutung sind, wie Tourismus, Gesundheit, Wellness und Kur zu

definieren, da vor allem die folgende Untersuchung in Kapitel 5 auf diesem theoretischen Grundgerüst aufbaut.

3.1 Tourismus

Der Begriff Tourismus ist für viele Untergruppen ein Überbegriff. Tourismus ist für eine Vielzahl der Menschen die Bezeichnung dafür, Urlaub zu machen oder neue Plätze der Erde zu erkunden. AISTLEITNER schreibt von einer Abgrenzung des Tourismus in „Freizeittourismus“, „Geschäftstourismus“ und des „weiteren Tourismus“. Im Rahmen dieser Arbeit wird auf den Freizeittourismus Bezug genommen, welcher sich aus dem Kulturtourismus, Gesundheitstourismus und dem sonstigen Tourismus zusammensetzt (vgl. AISTLEITNER, 2010, S. 49).

Da der Begriff Tourismus im Laufe dieser Arbeit immer wieder vorkommen wird, stellt sich die Frage, was man unter einem Touristen bzw. einer Touristin und Tourismus im Allgemeinen verstehen kann.

Auf Basis der Untersuchungen der Welttourismusorganisation (WTO) werden Touristen und Touristinnen von Tagesbesuchern und Tagesbesucherinnen unterschieden.

„Touristen (übernachtende Besucher) sind Besucher, die wenigstens eine Nacht in einem Beherbergungsbetrieb oder einer Privatunterkunft am besuchten Ort verbringen.“
(FREYER, 2006, S. 5).

Demgegenüber stehen Tagesbesucher und Tagesbesucherinnen, welche an dem Ort, den sie besuchen, nicht über Nacht bleiben, sondern am selben Tag wieder abreisen (vgl. FREYER, 2006, S. 5).

Die Welttourismusorganisation definiert Tourismus wie folgt:

„Tourismus umfaßt die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten. (Quelle: WTO 1993)“
(FREYER, 2006, S. 2).

FREYER spricht davon, dass es einige wesentliche Elemente im Tourismusbereich gibt. Laut ihm findet Tourismus dann statt, wenn es von einer oder mehreren Personen zu einem Ortswechsel kommt. Das bedeutet, dass die Person bzw. Personen einen Ausgangsort verlässt bzw. verlassen und an einen für sie neuen Ort mit Hilfe von unterschiedlichen, individuell gewählten,

Transportmitteln reisen. Das Reisen steht demnach im Vordergrund bei der Definition des Begriffs Tourismus. Weiters wird Tourismus durch einen vorübergehenden Aufenthalt an dem zuvor genannten neuen Ort gekennzeichnet. Bei diesem Ort kann es sich um ein Hotel oder eine Unterkunft bei bekannten Menschen handeln und die Dauer des dortigen Aufenthaltes begrenzt sich auf einen bestimmten Zeitraum. Gemeint wird damit, dass die Personen nach einer selbst gewählten Zeitspanne an dem unbekannten Ort, wieder die Absicht hegen an den Ausgangsort, der in den meisten Fällen ihre Heimat darstellt, zurückzukehren. Ein weiteres Element des Tourismus ist laut FREYER das so genannte Reisemotiv. Das bedeutet, die Reisenden haben ein Motiv um zu reisen und es stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage nach dem individuellen Grund des Reisens (vgl. FREYER, 2006, S. 2). Zu den Gründen können Urlaub, Geschäfte, Auswanderungen, Studienaufenthalte oder noch eine Vielzahl anderer Faktoren zählen (vgl. FREYER, 2006, S. 3).

Wenn man von Tourismus spricht, ist in den meisten Fällen Erholungstourismus gemeint. Dieser Tourismustyp wird von uns Menschen oftmals mit dem typischen Urlaub gleichgesetzt. Die Dauer des Aufenthalts variiert in diesem Fall sehr stark und zwar im Schnitt zwischen fünf bis 30 bzw. 45 Tagen oder vier bis 30 bzw. 45 Nächten. Als beliebte Zielorte für reisende Menschen zählen sowohl das Inland wie auch das Ausland. Bei dieser Art des Tourismus hängt die Auswahl des Zielortes nur von der persönlichen Präferenz der reisenden Menschen ab (vgl. FREYER, 2006, S. 3).

Auch im wirtschaftlichen Kontext ist eine Tourismusdefinition für diese Arbeit wichtig. Im GABLER WIRTSCHAFTSLEXIKON wird Tourismus wie folgt definiert:

„Tourismus umfasst die Gesamtheit aller Erscheinungen und Beziehungen, die mit dem Verlassen des üblichen Lebensmittelpunktes und dem Aufenthalt an einer anderen Destination verbunden sind. Dies führt zu einer Vielzahl von Reisearten und Akteuren im Tourismus. Ökonomische, ökologische interkulturelle und infrastrukturelle Ziele bilden den Kern in der Tourismuspolitik und im Wirken der Tourismusorganisationen. Die Tourismuswirtschaft zählt aufgrund ihrer positiven Einkommens-, Arbeitsplatz und Deviseneffekte in vielen Regionen und Ländern zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen. Das Wachstum im Tourismus wird weltweit anhalten, jedoch destinationsabhängig sich zwischen Stagnation und Expansion bewegen.“

(FRIETZSCHE, o. J., web)

Bei dieser Definition wird nun auch der wirtschaftliche Aspekt in den Bereich des Tourismus miteinbezogen. Gerade in der heutigen Zeit sind die wirtschaftlichen Komponenten und Auswirkungen, welche der Tourismus mit sich bringt, nicht mehr voneinander zu trennen. Vom Tourismusaufkommen profitieren ganze Regionen, Länder und allen voran natürlich die Wirtschaft. Vor allem die im Rahmen dieser Arbeit im Vordergrund stehenden Arten des Tourismus, der Gesundheits-, Wellness-, und Kurtourismus sind in den letzten Jahren zu den wichtigsten Wachstumsmärkten der Tourismusbranche geworden. Die Menschen sind mobiler geworden und haben ein höheres Gesundheitsbewusstsein entwickelt. Diese Tatsachen wirken sich in den meisten Fällen positiv auf den Tourismus aus.

An dieser Stelle ist anzumerken, dass Wellness und Gesundheit und somit der Wellness- und Gesundheitstourismus in vielen Bereichen nebeneinander einhergehen und voneinander nicht wirklich trennbar sind. Wellness ist eine Komponente der Gesundheit und der Gesundheitstourismus ist ein Überbegriff für verschiedene Tourismusarten. Einer davon ist der Wellnesstourismus (vgl. BERG, 2008, S. 5). Im Rahmen dieser Arbeit soll jedoch ein besserer Überblick über diese Arten gegeben werden und somit wird auch individuell auf diese beiden Tourismusarten Bezug genommen, um eventuelle Abweichungen und Unterschiede besser erkennen zu können.

3.1.1 Gesundheitstourismus

Um die Begriffe Gesundheits- und Wellnesstourismus definieren zu können, stellt sich die Frage, was man unter Gesundheit und Wellness verstehen kann.

Für die Erläuterung des Begriffs Gesundheit wird auf die Definition der WELTGESUNDHEITSORGANISATION (WHO) zurückgegriffen:

„Gesundheit ist ein Zustand des vollständigen körperlichen, geistigen und sozialen Wohlergehens und nicht nur das Fehlen von Krankheit oder Gebrechen. Der Besitz des bestmöglichen Gesundheitszustandes bildet eines der Grundrechte jedes menschlichen Wesens, ohne Unterschied der Rasse, der Religion, der politischen Anschauung und der wirtschaftlichen oder sozialen Stellung.“ (WELTGESUNDHEITSORGANISATION, 1946)

Anhand dieser Definition kann man erkennen, dass Gesundheit nicht nur die äußere, körperliche Erscheinung des Menschen umfasst, sondern auch seinen geistigen Zustand miteinbezieht.

Weiters müsste man aus dieser Definition darauf schließen, dass viele Menschen nie wirklich vollständig gesund wären, da es fast utopisch ist, anzunehmen, immer sowohl körperlich als auch geistig durchgehend fit zu sein. Darüber hinaus ist es ein Wunschdenken, dass der bestmögliche Gesundheitszustand tatsächlich ein Grundrecht für alle Menschen auf unserer Welt ist. Es sollte so sein, jedoch scheitert es an der Umsetzung, damit verbunden an den finanziellen Mitteln, der Infrastruktur und der globalen Ungleichverteilung von Gütern und Rechten. Auch im Bereich der wirtschaftlichen Stellung ist diese Definition zu hinterfragen. Nicht oft werden Menschen medizinisch weniger gut oder gar nicht behandelt, da sie nicht die nötigen finanziellen Mittel für die dringend notwendige Behandlung aufbringen können. In vielen Ländern der Welt ist die Zweiklassenmedizin Realität und nur den Reichen kann eine bestmögliche Behandlung ermöglicht werden. Man kann anhand dieser Definition und den tatsächlichen realen Bedingungen erkennen, dass es wirklich schwierig ist eine gute Definition für Gesundheit zu finden. Gesund zu sein bedeutet vielleicht für viele einfach, dass man nicht krank ist oder sich nicht krank fühlt (vgl. BARTH & WERNER, 2005, S. 5).

Bei der Definition der WHO wird klar, dass Gesundheit auch von vielen äußeren Bedingungen abhängt. Gemeint sind hier etwa soziale, ökologische, wirtschaftliche und kulturelle Gegebenheiten, welche einen Rahmen für die Gesundheit darstellen. In diesem Rahmen kann sich Gesundheit festigen oder weiter entwickeln. Gesundheit ist für jeden Menschen individuell zu definieren, jeder bringt unterschiedliche persönliche Geschichten mit und Menschen haben unterschiedliche Umwelten, von denen sie schlussendlich auch beeinflusst werden (vgl. BARTH & WERNER, 2005, S. 6).

Laut BARTH & WERNER sehen die Menschen Gesundheit oftmals als ganzheitliches Phänomen. Bei den neuen Definitionen von Gesundheit stehen vor allem die Individualität und auch die individuellen Ziele und Bedürfnisse des jeweiligen Menschen im Vordergrund. Es gibt einige Punkte, welche Menschen immer wieder nahegelegt werden um ihre körperliche Gesundheit zu fördern und zu erhalten:

- ausreichend Bewegung
- Verzicht auf Alkohol, Rauchen und Drogen
- und Vermeidung von Übergewicht

Auch im Bereich der Psyche und dem sozialen Aspekt gibt es Punkte, welche man beachten sollte, um sich gesund zu fühlen:

- gute soziale Beziehungen und Bindungen
- Verringerung von Stress
- ein hohes Bildungsniveau

Gesundheit ist also ganzheitlich zu sehen und es muss sowohl der körperliche als auch der psychisch, soziale Zustand stimmen, um sich vollständig gut und gesund zu fühlen (vgl. BARTH & WERNER, 2005, S. 13).

Eine gute Gesundheit hat nicht nur Vorteile für das Individuum, sondern auch Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit einer ganzen Region, sogar eines ganzen Landes. Auch hier ist nicht nur die körperliche, sondern vor allem auch die mentale Gesundheit der Menschen gemeint. Doch wie soll sich die Gesundheit oder Krankheit der Menschen auf die Wirtschaft auswirken?

An dieser Stelle stellt sich vordergründig die Frage, was die Gesundheit mit der Wirtschaft zu tun haben könnte. BARTH & WERNER beziehen sich in ihrem Buch auf den Sozialforscher LEO A. NEFIODOW. Er ist der Meinung, dass der Gesundheitsmarkt noch ein enormes Wachstumspotential mit sich bringen wird und noch lange nicht vollständig ausgeschöpft wurde. Das würde heißen, dass ganz neue Aspekte in den Gesundheitssektor miteinfließen werden und in Zukunft dort dominieren könnten. Die Rede ist zum Beispiel von Psychologie, Psychotherapie, Umwelttechnologie oder Gesundheits- und Wellnesstourismus. Laut NEFIODOW *„liegt in diesem neuen Gesundheitssektor ungeahntes und derzeit auch weitgehend ungenütztes Potential“* (BARTH & WERNER, 2005, S. 30).

Weiters sieht er für jene Nationen, welche die gesündesten Einwohnerinnen und Einwohner haben, Vorteile gegenüber anderen Nationen und Gesellschaften. Das bedeutet, dass die Wettbewerbsfähigkeit und die wirtschaftliche Zukunft der Länder zukünftig mit ihrer gesunden Bevölkerung einhergehen könnten. Werden die sozialen und psychischen Aspekte in die Produktion miteinbezogen, würde das nicht nur zu innovativen Ideen führen, sondern auch die Lebensqualität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhöhen (vgl. BARTH & WERNER, 2005, S. 28f.).

Das Resultat dieser Überlegungen von NEFIODOW ist, dass, wenn in die Gesundheit der Menschen investiert wird, dies auch gleichzeitig positive Auswirkungen auf die Wirtschaft hat. Motivierte, kreative und selbstbewusste Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bringen seiner Meinung nach ein Unternehmen weiter voran und dies hat positive Auswirkungen auf den gesamten Wirtschaftsmarkt eines Landes.

Genau an diesem Punkt setzt jedoch ein Widerspruch an. Auf der einen Seite werden die Menschen durch den Erfolgsdruck und den hohen Stress am Arbeitsmarkt weitgehend krank gemacht. Burn-Out scheint mittlerweile eine weit verbreitete Volkskrankheit zu sein. Auf der anderen Seite beleben unter anderem dann genau diese Menschen jene Gesundheitssektoren, welche laut NEFIODOW noch nicht ganz ausgeschöpft sind. Die Rede ist hier vor allem von den Bereichen Psychologie, Psychotherapie und Wellness- und Gesundheitstourismus. Denn erschöpfte und ausgebrannte Menschen werden diese Sektoren in Zukunft besonders beleben.

In anderen Bereichen ist die Gesundheitsbranche schon länger eine Wachstumsbranche. Corinna MÜHLHAUSEN nennt in BARTH & WERNER sieben Branchen, welche bereits jetzt ein hohes Wachstum aufweisen und in Zukunft noch weiter wachsen werden: Pharmazie, Biotechnologie, Kosmetik und Körperpflege, Ernährung, Psychologie und Beratung, Sport und Tourismus (vgl. BARTH & WERNER, 2005, S. 33f.).

Genau an diesen aufgezählten Branchen setzt der Gesundheitstourismus an. Doch was kann man unter Gesundheitstourismus verstehen?

Der Begriff Gesundheitstourismus gilt als Überbegriff für viele andere Tourismusarten im Gesundheitsbereich. Laut BARTH & WERNER ist beim Gesundheitstourismus zwischen Gesundheitsvorsorgetourismus und Kur-/Rehabilitationstourismus zu unterscheiden. Der Gesundheitsvorsorgetourismus steht für Menschen, die ihre Gesundheit erhalten und verbessern wollen. Die Autoren unterscheiden dabei die spezifische Gesundheitsvorsorge, damit werden unterschiedliche Leistungen gemeint, welche vom Patienten bzw. von der Patientin in Anspruch genommen werden, um gesund zu bleiben und den Wellnesstourismus (siehe Kapitel 3.1.2). Beim Kur- und Rehabilitationstourismus geht es darum, dass der Mensch wieder gesund werden soll. Im Gegensatz zum Vorsorgetourismus müssen hier bereits medizinische Leistungen in Anspruch genommen werden (vgl. BARTH & WERNER, 2005, S. 87).

BERG schreibt wie folgt über den Gesundheitstourismus:

„Die Zielsetzung von Gesundheitstourismus ist im Wesentlichen die Erhaltung, Stabilisierung oder die Wiederherstellung der Gesundheit an einem fremden Ort, an welchem – um ihn von einem normalen Urlaubs- oder Ferienaufenthalt zu unterscheiden – die Gesundheitsleistungen einen Schwerpunkt finden. Diese Leistungen, die der Reisende/Tourist in Anspruch nimmt können u.a. sein:

- *medizinische Leistungen*
- *balneologische Leistungen*
- *therapeutische Beratung und Betreuung*
- *sportliche Aktivitäten und Möglichkeiten*
- *gesunde Ernährung“* (BERG, 2008, S. 39).

Wichtig scheinen an dieser Stelle noch andere charakteristische Eckdaten für den Gesundheitstourismus. Der Aufenthalt beschränkt sich in diesem Rahmen auf etwa zwei bis vier Tage, dies entspricht einer Anzahl von ein bis drei Nächten. Der Gesundheitstourismus wird darüber hinaus oftmals als kurzfristiger Tourismus und Nahtourismus bezeichnet. Die Menschen reisen dabei nicht weit, sondern bleiben meistens in der unmittelbaren Umgebung (vgl. FREYER, 2006, S. 3).

Dieser Tourismusbereich wird in der Zukunft sicherlich weiterhin vom steigenden Gesundheitsbewusstsein der Menschen profitieren. Darüber hinaus wird es immer mehr Menschen geben, die für eine gesunde Lebensweise und eine gute Lebensqualität, bereit sein werden (viel) Geld auszugeben (vgl. BARTH & WERNER, 2005, S. 44). Besonders jene Menschen beleben den Gesundheits- und Wellnesstourismus in Österreich. Was natürlich im Gegenzug von diesen Menschen erwartet wird, ist eine gewisse Qualität während ihres Aufenthaltes. Der österreichische Markt hat sich genau auf diese Qualität spezialisiert, da er nicht mit den günstigen Preisen der internationalen Konkurrenz mithalten kann. Diese Qualität muss während des gesamten Aufenthalts der Kundin bzw. des Kunden gegeben sein (vgl. BARTH & WERNER, 2005, S. 139 & 140).

3.1.2 Wellnesstourismus

Der Begriff Wellness scheint uns besonders in den letzten Jahren auf Schritt und Tritt zu verfolgen. Man könnte fast meinen, es handle sich um ein Modewort. Der Ausdruck Wellness steht schon lange mit Wasser sehr stark in Verbindung. Wasser ist für uns Menschen nicht nur ein Lebensmittel, sondern bereits seit langer Zeit Heilmittel für diverse Krankheiten. Wasser wird darüber hinaus auch mit Schönheit und somit mit Wellness in Verbindung gebracht. Diese Verbindung geht bereits auf die alten Römer zurück, die früher viele Thermenanlagen bauten und die Thermen als Gesundheitsoasen ansahen. Wie gut das Gesundheitsangebot bereits zu jener Zeit ausgebaut war, zeigt, dass es in manchen Thermen sogar eigene Bereiche gab, in

welchen chirurgische Eingriffe durchgeführt wurden (vgl. LANGBEIN & BARDEHLE, 2007, S. 160f.).

Auch in anderen Ländern der Welt hat der Wellnessgedanke eine sehr lange Tradition. Einer der vor allem in der heutigen Zeit wieder stark im Kommen ist, ist Ayurveda. Dabei handelt es sich um eine Heilmethode, welche aus Indien stammt. Wörtlich übersetzt bedeutet Ayurveda die Wissenschaft des Lebens. Bei dieser Heilmethode steht der Mensch im Mittelpunkt. Ihr Schwerpunkt ist in vielen unterschiedlichen Bereichen, wie zum Beispiel der Chirurgie, Ernährungslehre, Pflanzenheilkunde und unterschiedlichen manuellen Therapien zu finden (vgl. LANGBEIN & BARDEHLE, 2007, S. 18). Um nach dieser Heilmethode zu vollständiger Gesundheit zu gelangen, sind ein inneres Gleichgewicht des Menschen und eine ausgeglichene Beziehung zur Natur und Gesellschaft sehr wichtig. Neben der Wellnessmethoden der alten Römer und des alten Indiens reicht deren Geschichte auch in das alte chinesische Gedankengut zurück. Der Wellnessgedanke im alten China beinhaltete vor allem die passende Zusammensetzung der Ernährung. Darüber hinaus wurden Übungen entwickelt, welche den Menschen halfen, ihr psychisches Gleichgewicht zu finden. Die Natur wurde sehr in diese Heilmethoden miteinbezogen. Im Mittelpunkt der chinesischen Medizin stand jedoch das Qi, womit die Chinesen die Lebensenergie bezeichnen (vgl. LANGBEIN & BARDEHLE, 2007, S. 48). Einige Methoden haben sich aus diesem chinesischen Grundgedanken heraus entwickelt und sind heute feste Bestandteile im Wellnessbereich. Die Rede ist hier zum Beispiel von Qigong oder Taichi. Bei diesen Körperübungen geht es schlussendlich darum, durch Konzentration und Entspannung die Gesundheit zu stärken und zu fördern (vgl. HEWSON & SCHRAMM, 2006, S. 146).

Dieser kurze geschichtliche Rückblick zeigt, dass die Grundzüge unserer heutigen Wellnessgedanken schon sehr alt sind. Vor allem Wellness- und Thermenanlagen erfreuen sich großer Beliebtheit und scheinen den Nerv der Zeit getroffen zu haben. Profitieren wird dieser Bereich durch das ständig wachsende Gesundheitsbewusstsein der Menschen. Man kann sehen, dass die Wellnessgedanken der römischen, indischen und chinesischen Kultur im heutigen 21. Jahrhundert weiterleben und sehr beliebt sind (vgl. LANGBEIN & BARDEHLE, 2007, S. 167).

Der Begriff Wellness hat seinen Ursprung in den Vereinigten Staaten von Amerika. Der Arzt HALBERT L. DUNN war derjenige, der diesen Begriff zum ersten Mal verwendete. Die Bedeutung stammt jedoch aus dem Englischsprachigen und setzt sich aus den beiden Wörtern „wellbeing“

und „fitness“ zusammen (vgl. HEWSON & SCHRAMM, 2006, S. 12). Der Begriff Wellness wird in der heutigen Zeit für sehr viele Anwendungen verwendet und hat eine breit gefächerte Bedeutung. Es ist schwierig, eine allumfassende Definition für den Wellnessbegriff zu finden. Für manche Menschen ist Wandern die absolute Entspannung, andere sehen den Wellnessfaktor in einer Massage oder im Sport. Die Autoren HEWSON und SCHRAMM verwenden eine besonders schöne Bezeichnung in ihrem Wellnesslexikon: Wellness ist eine wunderschöne Art und Weise, sein Leben in persönlichen Freiräumen zu genießen und besteht aus der richtigen Ernährung, aus genügend Bewegung und zu guter Letzt aus ausreichend Entspannung und Ruhe (vgl. HEWSON & SCHRAMM, 2006, S. 14 & 15).

Vom Drang nach Gesundheit und Wohlbefinden profitiert mittlerweile eine ganze Tourismusbranche. Vor allem in den letzten Jahrzehnten gab es in unserem Land einen enormen Wellnessboom, der sicherlich auf das stetig steigende Gesundheitsbewusstsein der Österreicherinnen und Österreicher zurückzuführen ist. Auf Grund der großen Nachfrage nach Wellness steigt natürlich auch das Angebot in den vielen Thermen und Gesundheitsresorts des Landes. Der Wellness-tourismus ist in Österreich mittlerweile so beliebt wie selten zuvor. Doch was versteht man unter Wellness-tourismus und gibt es Unterschiede zum Gesundheitstourismus? Ein wesentlicher Unterschied zum Gesundheitstourismus besteht darin, dass beim Wellness-tourismus nicht die Behandlung und Prävention von körperlichen Beschwerden und Krankheiten im Vordergrund steht. Die Menschen wollen durch den Wellnessaufenthalt primär körperliche und geistige Entspannung und neue Kräfte für den Alltag erlangen. Der Sinn eines Wellnessaufenthaltes überschneidet sich aber auch mit den Merkmalen des Gesundheitstourismus. Ziel ist neben der körperlichen Entspannung sicherlich auch, die eigene Gesundheit durch diese Wohlfühl-atmosphäre im Wellnessurlaub zu fördern und zu erhalten (vgl. BERG, 2008, S. 42). Der Begriff Wellnessurlaub ist jedoch für verschiedene Urlaubsarten ein Überbegriff. BERG unterscheidet dabei folgende Arten:

- *„Anti-Aging-Urlaub: Urlaub, in dem der Gast ein konsequentes Maßnahmenprogramm absolviert, dass ihm hilft beim Älter werden körperlich und geistig fit zu bleiben*
- *Beauty-Urlaub: Urlaub mit Behandlungen, Programmen und Beratungen, die das äußere Erscheinungsbild verbessern helfen*

- *Medical-Wellness: Kombination aus Wellnessurlaub und Gesundheits- und/oder Anti-Aging-Urlaub*
- *Passiv-Wellness: Urlaub, in dem der Verwöhnaspekt im Vordergrund steht, teilweise werden auch Beautyanwendungen wahrgenommen“ (BERG, 2008, S. 42)*

Man kann anhand dieser Aufzählung erkennen, dass der Wellnesstourismus oftmals mit dem Gesundheitstourismus einhergeht und viele unterschiedliche Arten davon existieren, diese sich aber in Teilbereichen überschneiden. Welche Art des Wellnesstourismus in Anspruch genommen wird, hängt ganz von der jeweiligen Motivation des Menschen ab. Der Aufenthalt des Gastes im Rahmen eines Wellnessurlaubes findet in einem in dieser Branche spezialisiertem Hotel statt. Die Hotels können dabei unterschiedliche Wellnessschwerpunkte aufweisen. Die gängigsten dabei sind: gesunde Ernährung und körperliche Ertüchtigung, körperliche und geistige Entspannung und äußere Schönheitsanwendungen. Ein spezifisches Leistungspaket sowie dementsprechende Wellnesseinrichtungen gehören zum Standard und sind somit Voraussetzung (vgl. BERG, 2008, S. 42).

3.2 Die Kur

Der Bereich der Kur stellt einen wesentlichen Teil dieser Arbeit dar. Vor allem in Bezug auf Bad Schönau, denn in dieser Ortschaft liegt der Tourismusschwerpunkt bereits seit einigen Jahrzehnten auf dem Kurtourismus.

3.2.1 Kurtourismus

Der Kurtourismus gilt schon lange als wichtiger Bestandteil im Bereich des Gesundheits- und Wellnesstourismus. Bad Schönau zählt zu einer der modernsten Kurgemeinden Österreichs. Insofern ist eine Definition und Erklärung des Kurgedankens für diese Arbeit von wesentlicher Bedeutung. Doch was genau kann man unter einer Kur und dem Kurtourismus im Vergleich zum Gesundheits- und Wellnesstourismus verstehen?

„Die Kur integriert interdisziplinär verschiedene Therapieformen mit der Behandlung durch natürliche Heilmittel des Bodens, des Klimas und des Meeres. (...) Dabei spielen neben einer gegebenenfalls notwendigen medikamentösen Behandlung die physikalische Therapie, die Bewegungstherapie, die Entspannungstherapie, die Diätetik, die kleine Psychotherapie in Gruppen und in Einzelbehandlungen (zur Verhaltensänderung) und

die Gesundheitsbildung (Information, Motivation und Gesundheitstraining) entscheidende Rollen.“ (DHV/DTV, 2005, S. 20 & 21).

Bei einem Kuraufenthalt stehen neben der körperlichen Entspannung für die Patientin bzw. den Patienten auch sportliche Aktivitäten und die Erhaltung und Förderung des eigenen Gesundheitszustandes im Vordergrund. Der Aufenthalt sollte mit mentaler und körperlicher Eigenarbeit unterstützt werden, um die eigene Gesundheit zu verbessern oder zu erhalten. Der Kuraufenthalt ist somit nicht nur mit einem Entspannungsurlaub gleichzusetzen, sondern das Ziel sollte darüber hinaus sein, durch professionelle Therapien und viel Eigeninitiative in den verschiedensten Bereichen seinen Körperzustand zu verbessern und neue Kräfte für den Lebensalltag zu sammeln.

Es gibt verschiedene Arten eines Kuraufenthaltes. Zum einen die stationäre Kur, welche mindestens 21 Tage lange dauert. Die Patientin bzw. der Patient steht während der gesamten Zeitspanne unter ärztlicher Aufsicht. Die Kosten für diese Art des Kuraufenthaltes übernimmt die jeweilige Sozialversicherung. Die zweite Kurart ist die ambulante Kur. Kennzeichen der ambulanten Kur sind, dass die Patientin bzw. der Patient den Ort und den Termin der Kur selbst wählen darf und darüber hinaus auch die ärztliche Aufsicht. Diese Art des Kuraufenthalts kann man alle vier Jahre erneut beantragen und die Kosten werden in Teilen oder zur Gänze von der jeweiligen Sozialversicherung übernommen (vgl. FREYER, 2006, S. 269 & 270).

Beim Kurtourismus gibt es verschiedene Arten und somit unterschiedliche Kurangebote, welche die Patientin bzw. der Patient in Anspruch nehmen kann. Die zwei Hauptpfeiler des Kurtourismus sind die Prävention und die Rehabilitation. Bei der Prävention geht es darum, Krankheiten und/oder körperlichen Beschwerden durch verschiedene Therapien vorzubeugen. Die Aufgaben der Prävention stehen ganz im Gegensatz zu den Aufgaben der Rehabilitation. Im Gegensatz zur Vorbeugung geht es bei der Rehabilitation primär um die Behandlung bereits bestehender körperlicher Beschwerden und Krankheiten. Im Vordergrund steht somit die Wiederherstellung des Gesundheitszustandes (vgl. HUBATKA, 2010, S. 40).

Ein wesentliches Kennzeichen des Kurtourismus im Vergleich zum Gesundheits- und Wellness-tourismus ist, dass die medizinischen Kurbehandlungen oftmals mit natürlichen Heilmitteln durchgeführt werden. Ein Kurort hat im Vergleich zu anderen Wellness- und Gesundheitseinrichtungen bestimmte Anforderungen, wie zum Beispiel das Vorkommen einer natürlichen Heilquelle, zu erfüllen. Genau diese speziellen und einzigartigen natürlichen

Heilvorkommen, sind der Anreiz für viele Patientinnen und Patienten, einen Kuraufenthalt anzutreten (vgl. BARTH & WERNER, 2005, S. 75). Wenn ein bestimmtes Heilvorkommnis an einem Ort österreichweit einzigartig ist, bedeutet das für den jeweiligen Kurort einen großen Gästezuwachs und die Sicherheit, dass Menschen mit den Beschwerden, die durch diese Heilmethode gelindert werden können, immer wieder auf dieses Angebot zurückgreifen werden. Schlussendlich profitiert die Kuranstalt bzw. die gesamte Ortschaft von der jeweiligen Heilquelle bzw. -methode.

Wie bereits erwähnt sind der Wellness-, Gesundheits- und der Kurtourismus in den letzten Jahren zu den wichtigsten Wachstumsmärkten der gesamten Tourismusbranche geworden. Der Wellness- und der Kurtourismus haben den Vorteil, dass sie im Vergleich zu anderen Tourismusarten ganzjährig stattfinden können. Das bedeutet, dass die Wirtschaftlichkeit eines Ortes über das ganze Jahr hinweg von diesen Tourismuszeigen profitiert. Der Kurgast bleibt im Schnitt drei Wochen in der Kuranstalt und nach diesen drei Wochen kommt der nächste. Daraus lässt sich schließen, dass die Auslastung der Kurhotels immer recht gut ist. Weil das Gesundheitsbewusstsein der Österreicherinnen und Österreicher in den letzten Jahren immer mehr angestiegen ist, ist die Nachfrage nach einem Kuraufenthalt sehr groß und genau von dieser Nachfrage profitiert die Wellness- und Kurbranche sehr stark. Dieses Gesundheitsbewusstsein wird unter anderem dazu führen, dass es beim Kur- und Wellnesstourismus im Vergleich zu anderen Tourismuszeigen, wie zum Beispiel dem Badetourismus oder dem Wintertourismus keine Saison an sich gibt, sondern sowohl im Winter als auch im Sommer die nötige Auslastung der Einrichtungen gegeben ist. Darüber hinaus sind Menschen immer öfter dazu bereit, mehr Geld in ihre Gesundheit zu investieren. Das ist sicherlich auch ein großer Vorteil des Wellness- und Kurtourismus im Gegensatz zu anderen Tourismuszeigen. Viele Menschen investieren ihr Geld lieber in ihre persönliche Gesundheitsförderung als in einen teuren Winterurlaub in den Bergen oder einen Badeurlaub am Meer.

Auch die stetig steigende ältere Bevölkerung in unserem Land begünstigt diesen Wirtschaftszweig. Vor allem ältere und gebrechliche Menschen benötigen einen Kuraufenthalt eher als jüngere Menschen. Die große Nachfrage führt auch dazu, dass mehr Arbeitsplätze im Gesundheitsbereich geschaffen werden. Diese Trends sind ganz klar wirtschaftliche Vorteile für Ortschaften, welche auf den Wellness- und Gesundheitstourismus setzen.

4 Tourismus in der Buckligen Welt unter besonderer Berücksichtigung der Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönaau

Dieses Kapitel stellt den Tourismus und dessen Entwicklung in den letzten Jahrzehnten in der Buckligen Welt vor. Im ersten Unterkapitel 4.1 liegt der Schwerpunkt auf der Beschreibung und Darstellung der Entwicklung des Tourismus in der besagten Region. Dabei werden die Nächtigungszahlen der Region und der Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau von 1974 bis 2013 genau unter die Lupe genommen. Durch die Untersuchung der vergangenen vier Jahrzehnte im Bereich der Tourismusentwicklung kann vielleicht ein Entwicklungstrend für die Zukunft erkannt werden. Im zweiten Unterkapitel 4.2 wird auf den Tourismus in der Buckligen Welt unter besonderer Berücksichtigung der Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau näher eingegangen. Dabei sollen vor allem jene Merkmale und Strategien im Vordergrund stehen, welche dafür verantwortlich sind, dass der Tourismus in dieser Region belebt wird.

4.1 Entwicklung des Tourismus

An dieser Stelle sollten die Nächtigungszahlen der 23 Gemeinden der Buckligen Welt von 1974 bis 2013 dargestellt werden, um die Entwicklung des Tourismus in dieser Region nachvollziehen zu können. Auf Grund der unterschiedlichen Vollständigkeit der Datensätze ist diese vollständige Darstellung leider nicht möglich. Ortschaften die weniger als drei Betriebe oder Unternehmen beheimaten, genießen eine Geheimhaltungspflicht, was die Veröffentlichung der Nächtigungszahlen betrifft. Die Datensätze, welche von der STATISTIK AUSTRIA erworben wurden, waren somit nie vollständig und gut brauchbar. Von 15 Gemeinden konnten vollständige Datensätze von den Jahren 1974 bis 2003 und von 13 Gemeinden von den Jahren 2003 bis 2013 zur Verfügung gestellt werden. Leider handelte es sich dabei immer wieder um unterschiedliche Gemeinden. Ein paar Beispiele: Von der Gemeinde Thomasberg sind Daten von 1974 bis 2003 vorhanden, aber keine von 2003 bis 2013, ebenso für die Gemeinden Scheiblingkirchen-Thernberg, Lichtenegg und Hollenthon. Dagegen sind für die Gemeinden Katzelsdorf und Lanzenkirchen von 1974 bis 2003 keine, aber von 2003 bis 2013 sehr wohl Daten vorhanden. Von vier Gemeinden (Hochwolkersdorf, Schwarza am Steinfeld, Schwarzenbach und Wiesmath) gibt es über den gesamten Zeitraum hinweg keine

Aufzeichnungen, da diese geheim gehalten werden. Ein weiteres Problem stellte die Unvollständigkeit der Daten innerhalb eines Ortes dar. Für Bromberg, Hochneukirchen-Gschaidt und Pitten gibt es zwar für einen Großteil der Untersuchungsjahre Daten, aber nicht für alle. Daher sind auch diese Daten für die Untersuchung nicht verwendbar. Auf Grund dieser Unvollständigkeiten können ganze 13 Gemeinden bei den weiteren Berechnungen nicht berücksichtigt werden. Von lediglich zehn der 23 untersuchten Gemeinden war es möglich, alle Daten über den gesamten Untersuchungszeitraum zu bekommen. Dabei handelt es sich um folgende Gemeinden: Bad Erlach, Bad Schönau, Edlitz, Grimmenstein, Kirchschlag, Krumbach, Seebenstein, Walpersbach, Warth und Zöbern. Diese Gemeinden wurden für die Berechnungen für die folgenden Diagramme unter Teilraum 1 zusammengefasst. Fünf Gemeinden davon gehören dem Politischen Bezirk Wiener Neustadt Land und fünf dem Politischen Bezirk Neunkirchen an. Auf Grund dieser Ausgeglichenheit nach der Bezirkszugehörigkeit und der Tatsache, dass die Daten der zwei Hauptgemeinden der Untersuchung, Bad Erlach und Bad Schönau vorhanden sind, habe ich mich entschlossen, die Daten dieser zehn Gemeinden in der folgenden Untersuchung repräsentativ für die Region Bucklige Welt zu verwenden. Das bedeutet, die Entwicklung der Tourismuszahlen in diesen zehn Gemeinden über den Untersuchungszeitraum hinweg, steht repräsentativ für die Tourismusedwicklung der Region Bucklige Welt. In Abbildung 20 wird die Entwicklung der Nächtigungszahlen von 1974 bis 2013 in Teilraum 1 für das jeweilige Sommer- und Winterhalbjahr dargestellt.

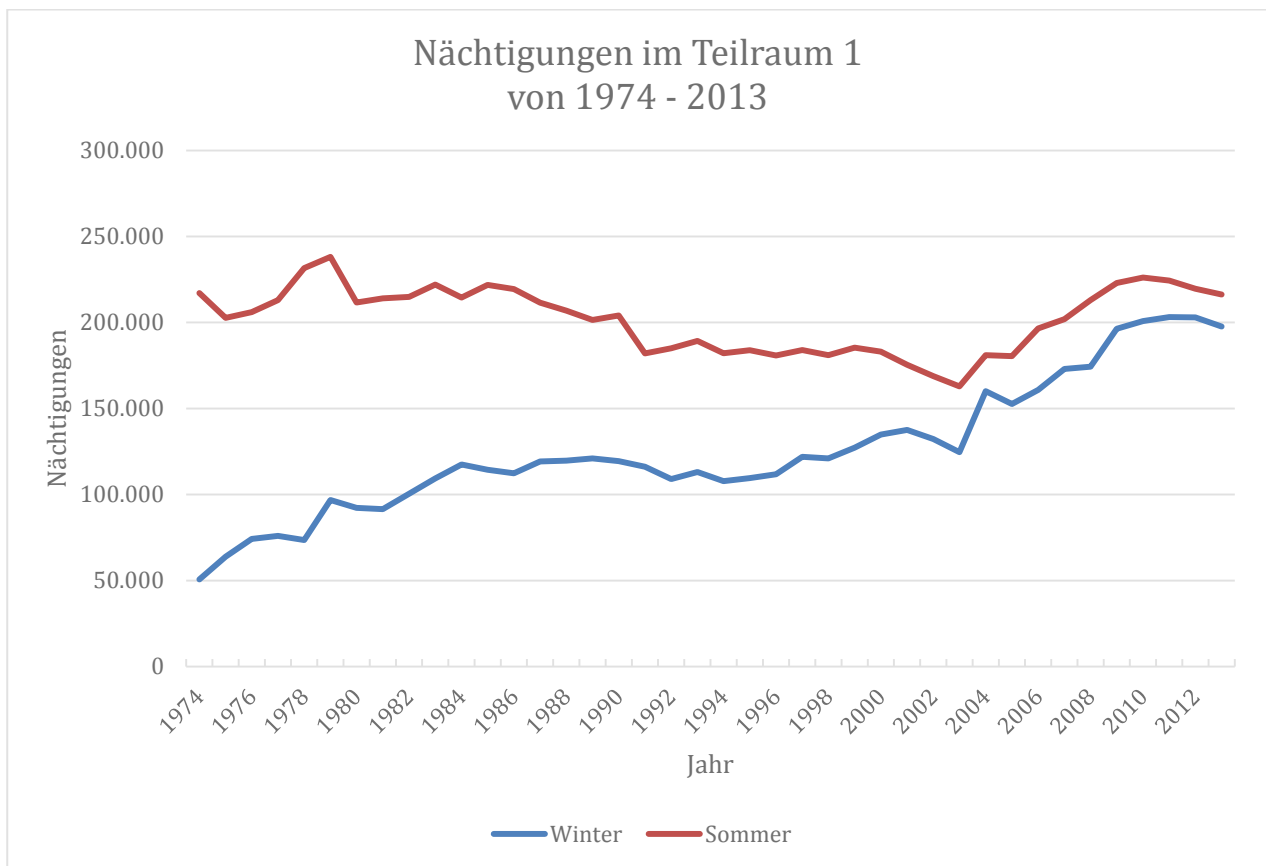


Abbildung 20: Nächtigungszahlen Teilraum 1 1974 – 2013 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014b)

Klar zu erkennen ist, dass es im gesamten Untersuchungszeitraum im Teilraum 1 in den Sommermonaten mehr Nächtigungen gab als in den Wintermonaten. Im Ausgangsjahr ist der Unterschied am gravierendsten, bis in das Jahr 2013 nähern sich die Kurven immer weiter an. Im Jahr 1974 wurden in diesen zehn Gemeinden der Buckligen Welt im Winterhalbjahr laut STATISTIK AUSTRIA 50.690 Übernachtungen gezählt. Im Vergleich dazu waren es im Sommerhalbjahr mit 217.076 Übernachtungen deutlich mehr. Im Jahr 1982 überschritt die Übernachtungszahl im Winter erstmals die 100.000er Marke (100.478).

Bemerkenswert sind die Jahre 1978 und 2008, als das Gesundheitsresort Königsberg bzw. die Therme Linsberg Asia ihre Pforten öffneten. Die Übernachtungszahlen in den Winterhalbjahren stiegen konstant bis in das Jahr 2013 an. Einen deutlichen Anstieg gab es ab dem Jahr 2003. Wurden in diesem Jahr noch 124.668 Nächtigungen gezählt, waren es im Jahr 2008 schon 174.335. In den Jahren danach merkte man das Hinzukommen des Hotels Linsberg Asia sehr stark. Im Jahr 2009 lagen die Nächtigungszahlen im Winter bereits bei 196.392, 2010 wurden erstmals mehr als 200.000 Nächtigungen gezählt (200.814). Nach einem Höhepunkt im Jahr

2011 (203.181), gingen die Zahlen bis in das Jahr 2013 wieder etwas zurück (197.700) (vgl. STATISTIK AUSTRIA, 2014b). Die Entwicklungen in den Sommerhalbjahren zeigen ein deutlich anderes Bild. Wurden in dieser Jahreszeit im Jahr 1974 noch deutlich mehr Übernachtungen als im Winter gezählt, ging die Zahl immer weiter zurück, um im Jahr 2003 einen vorläufigen Tiefpunkt zu erreichen (162.881 Übernachtungen). Ab diesem Zeitpunkt stiegen die Zahlen jedoch wieder an und im Jahr 2013 wurden 216.320 Übernachtungen in dieser Teilregion der Buckligen Welt gezählt. Das bedeutet, dass die Zahlen im Sommer 2013 ähnlich waren wie im Jahr 1974.

Repräsentativ für die Bucklige Welt ist an dieser Stelle zu sagen, dass die Nächtigungszahlen vor allem im Winter sehr stark angestiegen sind und auch im Sommer zuletzt wieder so hoch waren wie im Ausgangsjahr 1974. Das bedeutet, dass sich der Tourismus in der Buckligen Welt vor allem durch den positiven Verlauf in den letzten Jahren wieder auf einem guten Weg befindet. Darüber hinaus ist zu sagen, dass sich die beiden Kurven bis in das Jahr 2013 immer mehr angenähert haben. Dies spricht klar dafür, dass der Tourismus mittlerweile in beiden Saisons zu einem wichtigen Wirtschaftszweig für diese Region geworden ist. Während in den Anfangsjahren der Aufzeichnungen klar der Sommertourismus dominierte, holte der Wintertourismus immer mehr auf. Es ist so eindeutig ein Trend in Richtung Ganzjahrestourismus in der Buckligen Welt zu erkennen.

Über die genauen Zahlen der Nächtigungen pro Jahr in der Region Bucklige Welt (Teilraum 1) und deren touristische Bedeutung wird in der Beschreibung und Interpretation zu Tabelle 1 genauer eingegangen.

In Abbildung 21 ist die Entwicklung der Nächtigungszahlen von Bad Schönau, ebenfalls jeweils unterteilt in Sommer- und Winterhalbjahre, von 1974 bis 2013 zu sehen. Auch hier ist deutlich zu erkennen, dass es im Sommer immer mehr Übernachtungen gab als im Winter. Die Struktur der beiden Kurven verläuft in ihrer Entwicklung sehr ähnlich. Auf einen Blick ist klar zu erkennen, dass die Zahlen in beiden Halbjahren über den Zeitverlauf hinweg einen positiven Trend verzeichnen und die Kurven sich immer mehr annähern. Sowohl die Nächtigungszahlen vom Sommer als auch Winter steigen von 1974 an deutlich an. Schaut man sich die Entwicklung von den Winterhalbjahren an, ist dieser positive Trend besonders deutlich zu erkennen. Im Winter 1974 wurden 8.002 Übernachtungen in Bad Schönau gezählt. Vier Jahre später, als das

Gesundheitsresort Königsberg eröffnete, waren es bereits 15.851 Übernachtungen. In den Sommerhalbjahren zeichnete sich eine ähnliche positive Entwicklung ab. 1974 lag die Nächtigungszahl bei 54.188, vier Jahre später bei 94.907. Diese Steigerung ist sicherlich auf die Neueröffnung des Gesundheitsresorts Königsberg im Jahr 1978 zurückzuführen.

In den Winterhalbjahren stieg die Zahl bis in das Jahr 2000 auf 76.955 Übernachtungen an. Besonders in den Jahren nach dem Ausbau des Kurareals im Jahr 2003, in welchem das Haus „Zur Quelle“ eröffnet wurde, kam es zu einem neuerlich deutlichen Ansteigen der Nächtigungszahlen in beiden Halbjahren. Im Jahr 2004 wurden im Winter 96.017 und im Sommer 103.320 Übernachtungen gezählt. Insgesamt waren es in diesem Jahr 199.337 Nächtigungen. Die positive Entwicklung durch den ansteigenden Kurtourismus hielt bis in das Jahr 2013 an. Im letzten Jahr stiegen die Nächtigungszahlen im Sommer auf 129.322 und im Winter auf 118.446, insgesamt also auf 247.768 Nächtigungen. Über den Gesamtverlauf gesehen stiegen die Nächtigungszahlen nach einigen Schwankungen in den Jahren von 1974 bis 2013 von 62.190 auf 247.768 an (vgl. STATISTIK AUSTRIA, 2014b). Zusammenfassend kann man sagen, dass die deutlichen Anstiege der Nächtigungszahlen im Jahr 1978 und zur Jahrtausendwende hin auf den Etablierung des Kurtourismus in der Gemeinde zurückzuführen sind.

Die Entwicklung der Nächtigungszahlen über den gesamten Untersuchungszeitraum hinweg ist deutlich positiv und kennzeichnet einen positiven Trend in der Nächtigungsstatistik des Ortes. Dieser positive Trend bedeutet auf jeden Fall, dass Bad Schönau auf einem guten Weg im Bereich des Kurtourismus ist und sich bereits einen großen Namen in dieser Branche gemacht hat.

Ähnlich wie bei der Graphik zu Teilraum 1 ist auch hier zu erkennen, dass sich die beiden Kurven in ihrer jährlichen Entwicklung immer mehr annähern. War 1974 noch der Sommertourismus in Bad Schönau klar vorherrschend, gibt es im Jahr 2013 fast keine Unterschiede mehr bei den Nächtigungszahlen zwischen Winter- und Sommerhalbjahr. Auch in diesem Fall zeigt uns die Entwicklung der Tourismuszahlen in den beiden Halbjahren, dass es immer mehr und kontinuierlich in Richtung Ganzjahrestourismus geht. Diese Entwicklung ist natürlich ein großer wirtschaftlicher Vorteil für die Gemeinde und die gesamte Region.

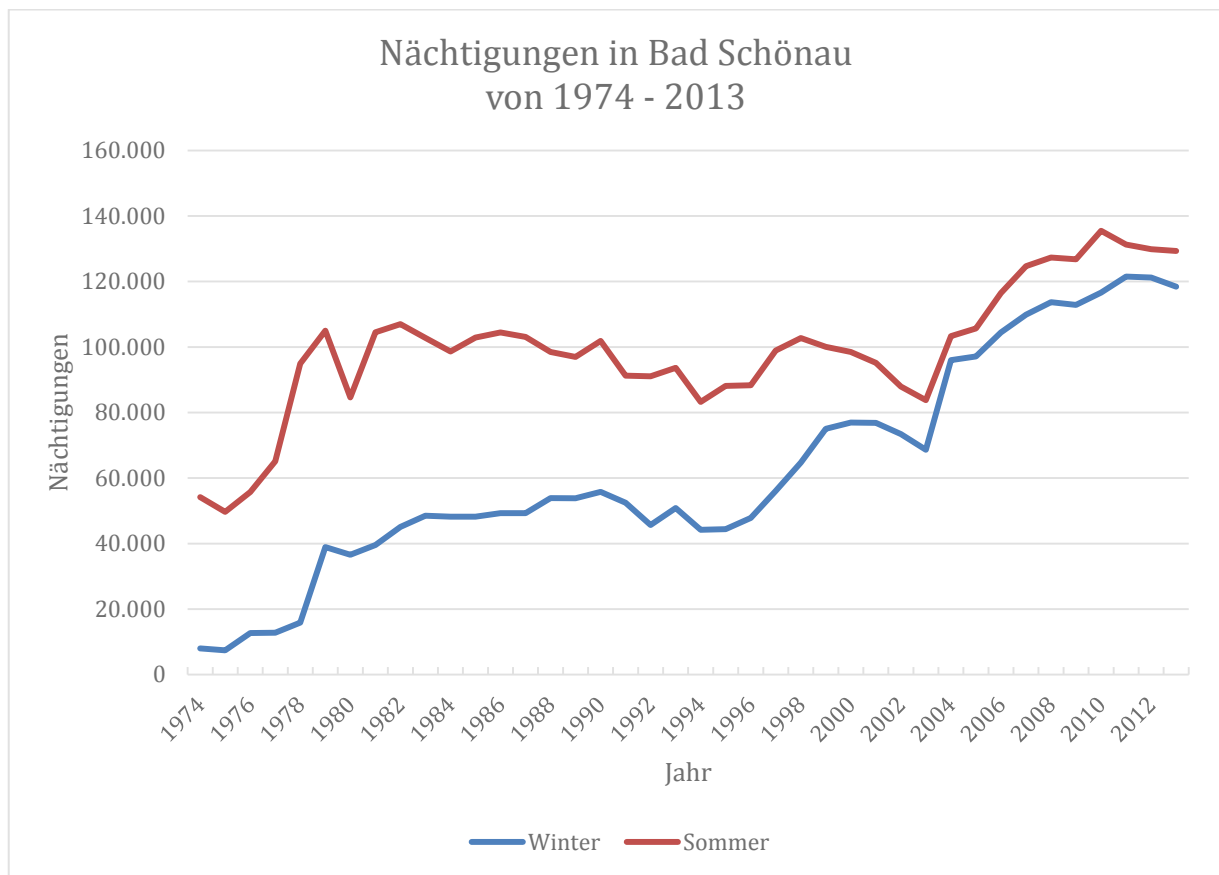


Abbildung 21: Nächtigungszahlen in Bad Schönau von 1974 bis 2013 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014b)

In Abbildung 22 werden die Nächtigungszahlen des Gesundheitsresorts Königsberg pro Jahr von 1978 bis 2013 dargestellt, welche freundlicherweise vom Resort für diese Studie zur Verfügung gestellt wurden. Auf diesen Daten und jenen von der STATISTIK AUSTRIA basieren die Berechnungen für folgende Gegenüberstellung. Das Ziel dahinter soll sein, dass man einerseits die Entwicklung der Zahlen für das Gesundheitsresort nachvollziehen kann, andererseits dadurch auch die Entwicklung der Nächtigungszahlen für den Ort Bad Schönau etwas genauer erklärt werden können. An dieser Stelle ist anzumerken, dass auch die beiden Häuser „Zur Quelle“ und „Zum Landsknecht“ nach den Nächtigungszahlen gefragt wurden, diese die Daten jedoch leider nicht zur Verfügung stellten.

Im Kurhotel Königsberg wurden im ersten Jahr (1978) insgesamt 35.718 Übernachtungen gezählt, in der Ortschaft Bad Schönau im gleichen Jahr 110.758. Bereits im darauffolgenden Jahr konnten die Zahlen des Resorts deutlich erhöht werden. In diesem Jahr stieg die Nächtigungszahl auf 49.901 Nächtigungen an. An der Kurve in Abbildung 22 ist klar zu erkennen, dass die Zahlen in den folgenden Jahrzehnten immer weiter anstiegen. Im Jahr 1993 wurden bereits 63.278

Übernachtungen im Gesundheitsresort Königsberg gezählt. Im Vergleich dazu waren es in der Gemeinde Bad Schönau in diesem Jahr 144.517 Übernachtungen. Das heißt, sowohl in der Kurgemeinde Bad Schönau als auch im Gesundheitsresort Königsberg stiegen die Übernachtungszahlen von 1978 bis 1993 deutlich an. Ab diesem Jahr sanken die Übernachtungszahlen des Gesundheitsresorts Königsberg etwas. 1994 wurden dort 58.141 Nächtigungen gezählt. Bis in das Jahr 1998 stabilisierten sich die Zahlen jedoch wieder (61.275). Danach kam es, ausgenommen der Jahre 2002 und 2003, zu einem konstanten Anstieg der Nächtigungszahlen im Gesundheitsresort. In diesen Jahren um die Jahrtausendwende kam es immer wieder zu Erweiterungen im Resort, worauf der Anstieg der Nächtigungszahlen höchstwahrscheinlich zurückzuführen ist. Im Jahr 2005 stiegen die Nächtigungszahlen des Resorts auf 74.019 Übernachtungen an. Nach einem kurzen Rückgang im Jahr 2006 (69.483), stiegen die Zahlen ab 2007 (77.141) wieder deutlich an. Auch in der Ortschaft Bad Schönau gab es eine ähnliche Entwicklung der Nächtigungszahlen. Zur Jahrtausendwende stiegen die Zahlen etwas an, aber auch in den Jahren 2002 und 2003 waren deutliche Rückgänge zu beklagen. Im Jahr 2003 wurden nur 152.420 Übernachtungen gezählt, ehe die Zahlen danach, wie im Resort Königsberg, deutlich anstiegen. Im Jahr 2004 waren 199.337 Übernachtungen in Bad Schönau zu verzeichnen, im Jahr 2007 bereits 234.513.

Im Gesundheitsresort Königsberg stiegen die Zahlen bis in das Jahr 2009 auf 85.166 Übernachtungen an. Diese Zahl kennzeichnet den bis heute absoluten Höhepunkt an Übernachtungen in diesem Resort. In Bad Schönau wurden im gleichen Jahr 239.601 Übernachtungen gezählt. Auch hier stieg die Zahl an. Während die Nächtigungszahlen in Bad Schönau in den kommenden Jahren weiter anstiegen (2010: 252.097; 2011: 252.761) und erst in den Jahren 2012 (251.043) und Jahr 2013 rückläufig waren (247.768), entwickelte sich im Gesundheitsresort Königsberg ein gegenteiliges Bild. Hier sanken die Nächtigungszahlen bis 2011 (80.260) relativ deutlich, stiegen im Jahr 2012 wieder an (83.764), um dann im Jahr 2013 wieder zu sinken (80.201).

Im Gesundheitsresort Königsberg konnten im gesamten Zeitraum von 1978 bis 2013 2.267.737 Übernachtungen gezählt werden. In Bad Schönau waren es im gleichen Zeitraum insgesamt 6.210.072 Übernachtungen. Das bedeutet, dass das Gesundheitsresort Königsberg für rund 36,5% der Übernachtungen in Bad Schönau verantwortlich ist, das ist gut ein Drittel der Gesamtübernachtungen.

Anhand dieser Gegenüberstellung wird deutlich, dass das Gesundheitsresort Königsberg einen großen Anteil zu den Übernachtungszahlen in Bad Schönau beiträgt und trotz kleinerer Rückgänge der Nächtigungszahlen seit dem Jahr 2009 zu einer wichtigen Institution im Kurtourismus der Gemeinde geworden ist.

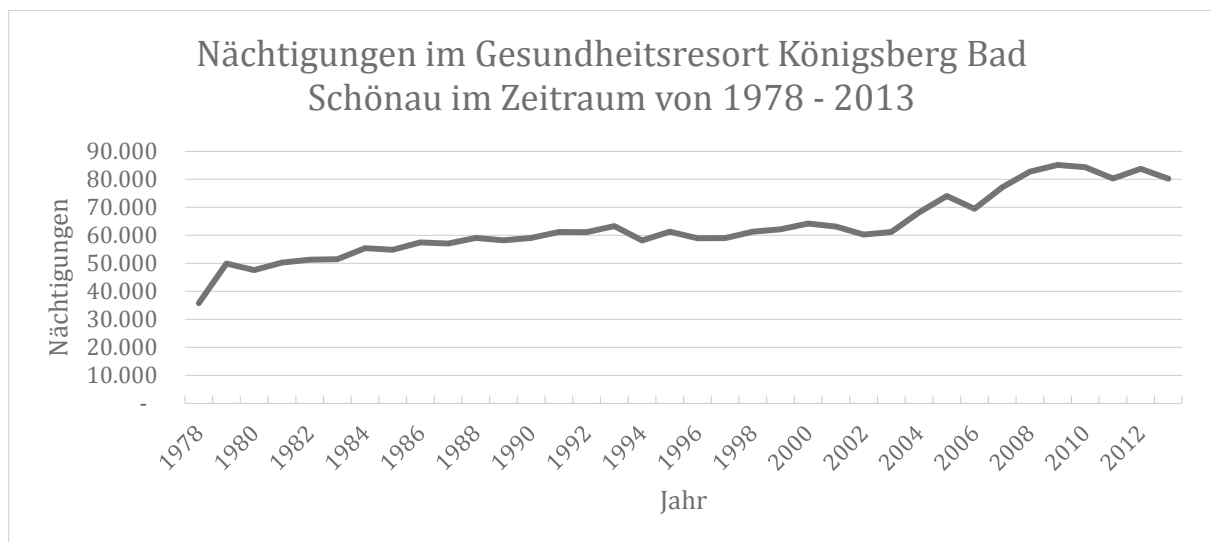


Abbildung 22: Nächtigungszahlen des Gesundheitsresorts Königsberg von 1978 bis 2013 (Quelle: GESUNDHEITSRESORT KÖNIGSBERG, 2014)

In Abbildung 23 sind die Nächtigungszahlen in der Thermengemeinde Bad Erlach von 1974 bis 2013 jeweils für das Winter- und das Sommerhalbjahr dargestellt. Hier zeigt sich im Vergleich zu Bad Schönau ein deutlich anderes Bild. Während in Bad Schönau die Nächtigungszahlen im Sommer über den gesamten Zeitverlauf hinweg relativ deutlich höher waren als im Winter, ist dieser Unterschied in Bad Erlach nicht so deutlich auszumachen. Bis in das Jahr 1996 konnten im Sommer mehr Übernachtungen gezählt werden als im Winter. Im Jahr 1997 gab es im Winter zum ersten Mal mehr Übernachtungen (5.527) als im Sommer (5.335). Danach waren die Zahlen in beiden Halbjahren immer in etwa ausgeglichen. Im Jahr 2008 wurden im Winter erstmals deutlich höhere Nächtigungszahlen aufgezeichnet als im Sommer. Seit diesem Jahr gibt es in Bad Erlach die Therme Linsberg Asia. Genau diese Tatsache wird ausschlaggebend für diese Entwicklung sein.

Die beiden Kurven zeigen deutlich, dass es von 1974 bis 2008 kaum Schwankungen bei den Nächtigungszahlen in Bad Erlach gab. Im Jahr 1974 wurden im Sommer 8.899 und im Winter 5.613 Nächtigungen gezählt, insgesamt waren es in diesem Jahr 14.512 Nächtigungen. Die Zahlen gingen im Sommer immer ganz leicht zurück und auch im Winter blieb die Kurve mit

Ausnahme von ein paar Schwankungen relativ konstant. Im Jahr 2007 wurden 1.988 Nächtigungen im Sommer und 2.934 Nächtigungen im Winter gezählt (gesamt: 4.922).

Im August 2008 eröffnete die Therme Linsberg Asia ihre Pforten und dadurch stiegen die Nächtigungszahlen erstmals deutlich an. Während im Winterhalbjahr 2008 noch 2.453 Übernachtungen gezählt wurden, waren es im Sommerhalbjahr 2008 bereits 12.042. Insgesamt konnten im Jahr 2008 14.495 Nächtigungen gezählt werden. Das Jahr 2009 war das erste ganze Jahr, in dem es in Bad Erlach Thermentourismus gab, das zeigen auch die Zahlen ganz deutlich. In diesem Jahr gab es 55.958 Übernachtungen in Bad Erlach, 29.860 davon im Winterhalbjahr und 26.098 davon im Sommerhalbjahr. In den kommenden vier Jahren entwickelten sich die Zahlen in den Winterhalbjahren besser als in den Sommerhalbjahren. Nach diesem ersten Jahr ist jedoch auch zu erkennen, dass in den Folgejahren die Nächtigungszahlen rückläufig waren. Im Jahr 2013 waren es insgesamt 46.532 Übernachtungen, 26.281 davon im Winterhalbjahr und 20.251 im Sommerhalbjahr. In Zukunft wird es interessant sein, diese Entwicklung zu beobachten. Die Frage wird sein, ob sich die Nächtigungszahlen wieder erholen und weiter ansteigen. Dies wird jedoch erwartungsgemäß der Fall sein, da ab Herbst 2014 das Lebens.Med Zentrum in Bad Erlach seinen Betrieb aufnehmen wird. Dadurch wird es zweifelsfrei zu einem Anstieg der Nächtigungszahlen kommen.

Interessant wäre an dieser Stelle auch eine Gegenüberstellung der Nächtigungszahlen Bad Erlachs mit den Übernachtungszahlen des Hotels Linsberg Asia. Leider wurden diese Daten trotz mehrmaliger Bitte nicht für diese Untersuchung zur Verfügung gestellt.

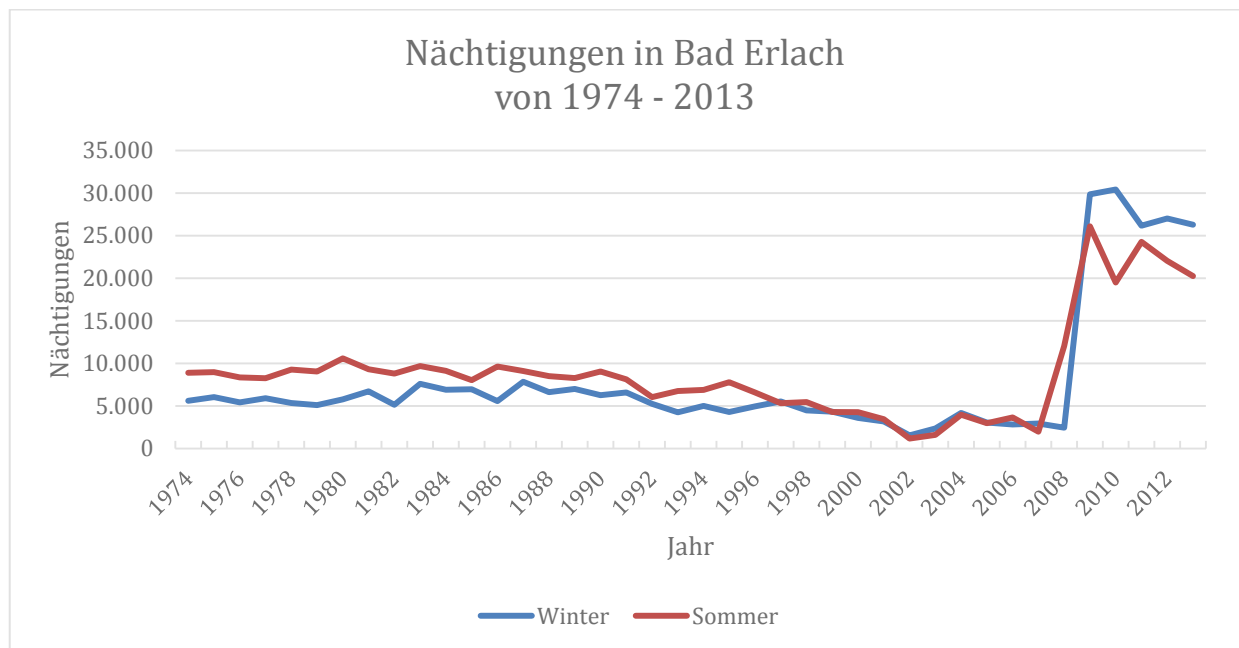


Abbildung 23: Nächtigungszahlen in Bad Erlach von 1974 bis 2013 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014b)

In Abbildung 24 werden die Nächtigungszahlen in Bad Erlach für die Jahre 2003 bis 2013 dargestellt. Diese Darstellung ist besonders interessant, da sie die Entwicklung der Gemeinde zur Thermengemeinde in der Veränderung der Nächtigungszahlen besonders gut ausdrückt. Im Jahr 2006 wies die Gemeinde noch 6.488 Übernachtungen auf, im Jahr 2007 4.922 und im Jahr 2008 14.495. Den absoluten Höhepunkt im Bereich der Übernachtungen bildet das Jahr 2009, gleichzeitig das erste volle Jahr, in welchem die Therme Linsberg Asia existiert. In diesem Jahr wurden 55.858 Übernachtungen gezählt, danach gingen die Zahlen zurück. Im Jahr 2010 um mehr als 5.000 Nächtigungen auf 49.919. Die Jahre 2011 und 2012 weisen ganz ähnliche Tendenzen auf (50.438 und 49.041). Auch im fünften Jahr nach der Eröffnung der Therme Linsberg Asia kam es zu einem Rückgang der Nächtigungszahlen auf 46.532. Das bedeutet, dass die Zahlen seit dem Jahr 2009 um fast 10.000 Nächtigungen gesunken sind. Wenn man sich die Daten vor 2008 ansieht, ist dieser Rückgang wohl eher auf einen Rückgang der Nächtigungszahlen im Thermenhotel zurückzuführen. Im Vergleich zum Gesundheitsresort Königsberg zeigen sich an dieser Stelle klare Unterschiede. Das Gesundheitsresort wies auch in den Anfangsjahren einen deutlichen Anstieg der Nächtigungszahlen auf. In Bad Erlach sanken die Zahlen von 2009 bis 2013 deutlich. Eine Erklärung dafür ist sicherlich, dass die Kurgäste so gut wie immer im Kuresort übernachteten, während Thermengäste nach dem Besuch der Therme

oftmals wieder den Heimweg antreten. Um diese Behauptung bestätigen zu können, wären natürlich die Nächtigungszahlen des Thermenhotels Linsberg Asia interessant gewesen.

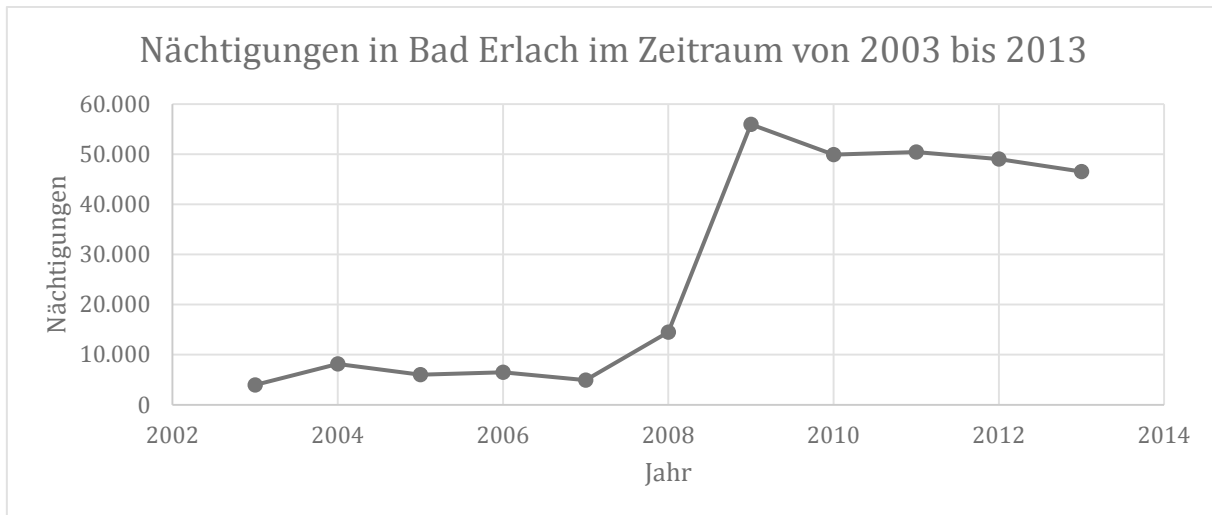


Abbildung 24: Nächtigungszahlen Bad Erlach von 2003 bis 2013 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014b)

Die gesamte Entwicklung der Nächtigungszahlen pro Jahr über den gesamten Untersuchungszeitraum für Bad Erlach, Bad Schöna u und dem Teilraum 1 ist in Tabelle 1 zur besseren Veranschaulichung in absoluten Zahlen dargestellt.

Zum Abschluss der Untersuchungen zur Nächtigungsentwicklung sollen die drei wesentlichen Jahre bzw. Zeitspannen für die Ortschaften (1978, 1990er Jahre und 2008) mit den Nächtigungszahlen der gesamten Region Bucklige Welt (Teilraum 1) verglichen werden. Ziel ist es, darzustellen, wie sich die Gegebenheiten in diesen drei Jahresbereichen auf die Nächtigungszahlen der ganzen Region Bucklige Welt auswirkten. Für Bad Schöna u sind besonders die Jahre 1978 und die 1990er relevant. Klar zu erkennen ist, dass die Nächtigungszahlen in Bad Schöna u im Jahr 1978 deutlich angestiegen sind. Dies sieht man besonders gut, wenn man die Zahlen des Jahres 1978 (110.758) mit den Zahlen des Jahres 1974 (62.190) vergleicht. Die Eröffnung des Gesundheitsresorts Königsberg im Jahr 1978 erklärt den starken Anstieg der Nächtigungszahlen in Bad Schöna u. Auch auf die Region Bucklige Welt wirkte sich diese Erneuerung etwa gleich aus. In der Buckligen Welt (Teilraum 1) wurden im Jahr 1974 noch 267.766 Übernachtungen gezählt, im Jahr 1978 waren es bereits 305.192. Ähnlich sieht es in den 1990er Jahren aus, in welchen in Bad Schöna u immer wieder bauliche Erneuerungen und Erweiterungen stattfanden. Anfang dieses Jahrzehnts, im Jahr 1990 lag die Nächtigungszahl in Bad Schöna u bei 157.648, in der Buckligen Welt bei 323.523. Gute zehn

Jahre später und nach einigen Innovationen im Bereich der Kurinstitutionen in Bad Schönau lagen diese Zahlen im Vergleich dazu im Jahr 1999 bei 175.080 (Bad Schönau) und, interessant anzusehen bei 312.648 (Bucklige Welt). Das bedeutet, dass die Nächtigungszahlen in Bad Schönau deutlich stiegen, es aber in den Gemeinden der Buckligen Welt zu einem doch recht beträchtlichen Rückgang dieser Zahlen im gleichen Zeitraum kam. In Bad Schönau ist diese positive Entwicklung wohl auf den Ausbau der Kuranstalten im Jahr 1995 zurückzuführen. Wurden 1996 noch 136.159 Nächtigungen gezählt (somit weniger als 1990), waren es im Jahr 1999 wie vorhin erwähnt bereits 175.080. Auch die Neueröffnung der Kuranstalt „Zur Quelle“ im Jahr 2003 spiegelt sich naturgemäß positiv in der Nächtigungsbilanz wider. Im Jahr 2003 wurden 152.420, ein Jahr später bereits 199.337 Nächtigungen gezählt. Der in den folgenden Jahren weitere Anstieg der Nächtigungszahlen geht mit hoher Wahrscheinlichkeit darauf zurück, dass es seit 2003 drei große Kurzentren gibt.

In der Buckligen Welt erholten sich die Zahlen erst wieder in der Mitte des ersten Jahrzehnts des neuen Jahrtausends. Das Jahr 2008 ist für die Marktgemeinde Bad Erlach ein besonderes Jahr. In diesem Jahr eröffnete die Therme und die Nächtigungszahlen stiegen von 2007 bis 2008 von 4.922 auf 14.495. Wie bereits erwähnt war das Jahr 2009 in Bad Erlach im Bereich der Nächtigungszahlen das erfolgreichste. In diesem Jahr konnten 55.958 Nächtigungen gezählt werden, seither gibt es einen kleinen Rückgang. In der Region Bucklige Welt wirkte sich die Eröffnung der Therme und des Hotels ebenfalls positiv auf die Nächtigungszahlen aus. Wurden im Jahr 2003 noch 287.549 Nächtigungen gezählt, waren es im Jahr 2008 bereits 387.380 (2009: 419.393). Ein interessantes Bild ergibt sich, wenn man sich die Entwicklung der Nächtigungszahlen von 2009 bis 2012 für die beiden Ortschaften und Teilraum 1 ansieht. Während die Nächtigungszahlen in Bad Erlach stetig sinken (von 55.958 auf 49.041 im Jahr 2012), steigen die Zahlen sowohl in Bad Schönau als auch in der Region Bucklige Welt (Teilraum 1) bis in das Jahr 2012 deutlich an. Im Jahr 2013 gingen die Zahlen jedoch in allen drei Teilbereichen zurück. Die Frage wird sein, ob dieses Jahr eine negative Entwicklung für die gesamte Region in Bezug auf die Nächtigungszahlen einläutet oder ob es sich dabei nur um einen kurzen Rückschritt handelt, welcher dann wiederum in einen positiven Trend übergeht.

Jahr	Bad Erlach	Bad Schönau	Teilraum I
1974	14.512	62.190	267.766
1975	15.015	57.102	266.527
1976	13.768	68.413	280.302

1977	14.167	77.925	289.002
1978	14.626	110.758	305.192
1979	14.147	143.917	335.020
1980	16.369	121.208	303.968
1981	16.029	144.084	305.531
1982	13.941	152.104	315.327
1983	17.279	151.305	331.406
1984	16.013	146.830	331.967
1985	15.003	151.080	336.310
1986	15.212	153.776	331.742
1987	16.951	152.344	330.766
1988	15.123	152.394	326.537
1989	15.273	150.814	322.525
1990	15.322	157.648	323.523
1991	14.715	143.723	298.238
1992	11.286	136.771	293.982
1993	11.021	144.517	302.423
1994	11.896	127.485	290.012
1995	12.079	132.535	293.567
1996	11.539	13.6159	292.584
1997	10.862	154.999	305.990
1998	9.935	167.466	302.029
1999	8.618	175.080	312.648
2000	7.885	175.461	317.920
2001	6.620	171.989	313.031
2002	2.720	161.367	301.136
2003	3.953	152.420	287.549
2004	8.157	199.337	341.093
2005	6.013	202.821	333.098
2006	6.488	220.900	357.385
2007	4.922	234.513	374.961
2008	14.495	240.997	387.380
2009	55.958	239.601	419.393
2010	49.919	252.097	426.961
2011	50.438	252.761	427.592
2012	49.041	251.043	422.581
2013	46.532	247.768	414.020

Tabelle 1: Absolute Nchtigunqszahlen von 1974 bis 2013 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014b)

Zum Abschluss dieser Untersuchungen ist anzumerken, dass sich aus den Gesprächen mit den Interviewpartnerinnen und -partnern herausstellte, dass es in den beiden Gemeinden große Unterschiede zwischen der Aufenthaltsdauer der Touristinnen und Touristen in den jeweiligen Wellness- und Kureinrichtungen gibt. So wurde immer wieder angemerkt, dass der Thermengast, welcher zugleich Hotelgast ist, durchschnittlich drei Tage und zwei Nächte in Bad Erlach verbringt und zum Großteil jedoch nur im Thermenareal bleibt. Da alle Leistungen inklusive sind, zieht es nur wenige Thermengäste, welche im Hotel übernachten, in den Ort. Anders sieht es bei Tagesgästen aus. Diese bleiben den Tag über in der Therme und kehren am Abend bei einem Heurigen oder in ein Wirtshaus in der Ortschaft ein. Das bedeutet, die Betriebe und Unternehmen im Ort profitieren mehr vom Thermentagesgast, die Therme und das Spa Linsberg Asia naturgemäß von beiden Gästeschichten. Das Hotel Linsberg Asia ist natürlich auf die Nächtigungsgäste angewiesen.

In Bad Schönau sieht es in diesem Bereich deutlich anders aus. Aus den Gesprächen mit den Interviewpartnerinnen und -partnern war zu entnehmen, dass die meisten Kurgäste drei Wochen bleiben. In dieser Zeit bleiben sie für ihre Therapien im Kurzentrum, kommen aber auch oftmals in die Ortschaft, um am Nachmittag Kaffee zu trinken oder eine Runde spazieren zu gehen. Die Kurgäste halten sich also wesentlich öfter im Ort auf, als die Thermengäste in Bad Erlach. Davon profitieren naturgemäß die einheimischen Betriebe und Unternehmen.

Bezüglich der Herkunft der Gäste wurde in Bad Erlach in den Interviews oftmals erwähnt, dass es viele Wienerinnen und Wiener in die Therme zieht. Dies ist natürlich durch die günstige Lage und die Nähe zu Wien zu erklären. In Bad Schönau konnten hier keine genaueren Angaben gemacht werden, die Kurgäste kommen jedoch aus ganz Österreich.

4.2 Tourismus in der Buckligen Welt

Die Wiener Alpen bestehen aus verschiedenen Erlebnisregionen, zwei davon sind die Erlebnisregion Bucklige Welt Süd und die Erlebnisregion Bucklige Welt Thermengemeinden. Zu diesen beiden Regionen gehören die touristischen Leitgemeinden der Buckligen Welt Bad Erlach und Bad Schönau. Zur Erlebnisregion Bucklige Welt Thermengemeinden zählen neben Bad Erlach auch die Ortschaften Katzelsdorf, Lanzenkirchen, Pitten, Schwarza und Walpersbach. Mitglieder der Erlebnisregion Bucklige Welt Süd sind die Gemeinden Bad Schönau, Kirchschlag, Krumbach, Lichtenegg und Hochneukirchen-Gschaidt. Ziel ist es,

gemeinsam mit der Destination Wiener Alpen, welche für die touristische Werbung in diesen Regionen verantwortlich ist, neue touristische Angebote zu finden und umzusetzen. Durch diesen gemeinsamen Weg wurden bereits einige Projekte umgesetzt, wie zum Beispiel ein Reiseführer für die jeweiligen Regionen. Auch in Zukunft hat man noch viel vor, so sollen in der Region um Bad Erlach neue Wander- und Walkingwege entstehen und markiert werden und auch das E-Bike Angebot wird ausgeweitet. Im kommenden Jahr soll es auch für Touristinnen und Touristen und Einheimische aus Bad Erlach möglich sein, dieses Angebot vor Ort zu nutzen. In Bad Schönau arbeitet man zudem an einem „Schnidahahn-Kirtag“, bei dem die Regionalität in jedem Bereich im Vordergrund stehen soll (vgl. FISCHL, 2014).

Die touristischen Hauptattraktionen der Gemeinden der Buckligen Welt wurden bereits bei der Vorstellung der jeweiligen Gemeinden in Kapitel 2.2 angeführt. In diesem Kapitel werden die touristischen-kulinarischen Highlights der gesamten Region vorgestellt. Allen voran steht hier die Vermarktungsstrategie „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt“, durch welche den Touristinnen und Touristen die Region auf verschiedene Art und Weise schmackhaft gemacht werden soll. Durch diese Strategie und den damit verbundenen Projekten und Aktivitäten in der ganzen Region wird der Tourismus belebt.

Die Region Bucklige Welt hat sich vor allem in den letzten Jahren zu einem attraktiven Gebiet für Touristinnen und Touristen entwickelt. Man hat erkannt, welches enorme Potential dieses schöne Fleckchen Erde in vielen verschiedenen Bereichen hat. Durch eine besonders kreative Vermarktungsstrategie stellt man die Region und ihre Attraktionen, Betriebe und Unternehmen den Besucherinnen und Besuchern vor und repräsentiert die Bucklige Welt als Einheit. Dafür wurden eigene Slogans entwickelt, welche die Gäste ansprechen und auf die Region aufmerksam machen sollen:

- Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt

Unter diesem Motto arbeiten seit dem Jahr 2002 einige landwirtschaftliche Betriebe und Gastronomiestätten aus der ganzen Region zusammen. Diese Kooperation entwickelte sich in den letzten Jahren stets sehr positiv und immer mehr Partner aus den verschiedenen Bereichen konnten für dieses Vermarktungsprojekt gewonnen werden. Das vorrangige Ziel dahinter ist die gegenseitige Unterstützung durch die Zusammenarbeit und die Betriebe haben eine Anlaufstelle, an die sie sich im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und bei vielen anderen Problemen und Wünschen wenden können. Darüber hinaus ist diese zentrale Anlaufstelle dafür zuständig,

Veranstaltungen in der Region zu organisieren, bei denen die Betriebe ihre Produkte unter der Marke „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt“ bewerben und verkaufen können. Im Verlauf des Jahres findet bereits eine Vielzahl solcher Veranstaltungen statt. Die wohl bekannteste in der Buckligen Welt ist die so genannte „Schnidahahn-Roas“. Dieser Ausdruck ist der Überbegriff für eine Reihe von Veranstaltungen im Sommer und Herbst, bei denen die Mitglieder des Verbandes „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt“ ihre Produkte ausstellen und verkaufen. Viele Wirtshäuser und Restaurants kochen mit einheimischen Produkten und verwöhnen ihre Gäste im Rahmen der „Schnidahahn-Roas“ kulinarisch (vgl. OSTERMANN, 2010, S. 8). Der Name dieser Veranstaltung hat große Bedeutung für die Region. Früher setzte man den Ausdruck „Schnidahahn“ mit dem Ernteabschluss gleich. Die Schnitter schmückten nach erfolgreicher Ernte ein kleines Bündel Getreidehalme mit Blumen und überreichten dieses der Bäuerin zum Ernteabschluss. Für diese zuvorkommende Geste bekam der Schnitter ein Festmahl von der Bäuerin serviert: den Schnidahahn. Der Ausdruck „Roas“ kommt aus der Mundart und bedeutet soviel wie „Reise“. Unter der „Schnidahahn-Roas“ ist somit eine kulinarische Reise durch die Bucklige Welt gemeint (vgl. GAGER, 2012g, S. 59).

Die Palette der Produkte, welche die bäuerlichen Direktvermarkter an die Gastronomen der Region liefern, reicht von Likören, Schnäpsen, Obstmost, Bieren, über Fische wie Lachsforellen, Saiblinge, Fleisch- und Wurstwaren bis zu Joghurts, Eiern, Marmeladen, verschiedenen Kräutern, Honig, Essig und Ölen. Im Zuge dieser Zusammenarbeit wurden auch ganz neue Produkte kreiert, wie zum Beispiel der Apfelschaumwein, das Leindotteröl oder ein Bauernhofeis (vgl. GAGER, 2012g, S. 56). Das wohl bekannteste Produkt, welches seinen Ursprung in der Buckligen Welt hat, ist das Bio Eis von Eis-Greissler aus Krumbach. Mittlerweile ist dieses Eis nicht nur in der Buckligen Welt sehr beliebt, sondern auch in den Großstädten Wien und Graz. Das Rezept für den Erfolg ist die Verwendung frischer und natürlicher Zutaten aus der Region Bucklige Welt. Eis-Greissler wurde in den letzten Jahren zum Aushängeschild für hohe Qualität und den guten Geschmack von Produkten, welche in der Buckligen Welt erzeugt werden (vgl. GAGER, 2012g, S. 58).

Mittlerweile konnte das Netzwerk immer weiter ausgebaut werden und 29 Gastwirte, 36 Mostwirtshäuser, Heurigen und Direktvermarkter, drei Bierbrauereien und zehn gewerbliche Lebensmittelbetriebe (Bäckereien und Fleischereien) aus der ganzen Region gehören der Kooperation „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt“ an. Einige davon kommen natürlich auch

aus der Thermengemeinde Bad Erlach und der Kurgemeinde Bad Schönau. Die Veranstaltungen in diesen Ortschaften sind wertvolle Gelegenheiten, um die Touristinnen und Touristen auf die Produkte der Buckligen Welt aufmerksam zu machen (vgl. LECHNER, 2012, S. 5f.). Darüber hinaus sind die Produkte bereits in einigen Merkur und ADEG Filialen des südlichen Niederösterreichs und in jeweils einer Metro Filiale in Wiener Neustadt und einer Eurospar Filiale in Neunkirchen zu finden. Diese Entwicklung war natürlich ein enorm wichtiger Schritt um die regionalen Produkte unter der Marke „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt“ noch bekannter zu machen. Auch ein eigener Bucklige Welt-Shop in Pitten bietet die Vielfalt der regionalen Köstlichkeiten seinen Gästen an. Ein weiteres erfolgreiches Konzept wurde mit dem „Bucklkorb“ gestartet. In diesem Korb findet man in verschiedenen Einrichtungen in den Gemeinden der Buckligen Welt zahlreiche Produkte von den Mitgliedern der erfolgreichen Initiative.

Hinter dem erfolgreichen Konzept steckt naturgemäß großer Einsatz im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, der Kommunikation, der regionalen Medienarbeit und der Werbestrategien. Wichtig ist vor allem, die Informationen über die Produkte und die Betriebe und Unternehmen an die Touristinnen und Touristen zu bringen. Für dieses Vorhaben wurde ein eigener Folder entwickelt, der die Kontaktdaten aller heimischen Betriebe, welche unter der Marke „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt“ produzieren, beinhaltet. Das Ziel dieser Vermarktungsstrategie ist recht einfach darzustellen: Die Zusammenarbeit zwischen Gastronomen, der Landwirtschaft und dem Tourismus wird forciert und es kommt dadurch zu einer besseren Vermarktung der regionalen Produkte. Diese Marke ist sicherlich das erfolgreichste wirtschaftliche Konzept im Bereich des Tourismusmarketings (vgl. OSTERMANN, 2010, S. 8).

- Sooo aktiv bewegt die Bucklige Welt

Auch dieser Slogan gehört zur Vermarktungsstrategie der Region Bucklige Welt. Unter diesem Namen sollen verschiedene Wander-, Spazier- und Radrouten in der Buckligen Welt den Gästen vorgestellt werden. Aktiv die Region zu erkunden, steht hierbei eindeutig im Vordergrund. Besonders für Familien sind die Radwege in der Buckligen Welt gut geeignet. Einige davon sollen an dieser Stelle kurz vorgestellt werden: Der Zöbernbachradweg reicht von Krumbach über Bad Schönau bis nach Kirchschlag. Der Pittentaler Familienradweg startet in Bad Erlach, führt über Pitten, Seebenstein und Scheiblingkirchen und endet schließlich in Warth. Von dort

hat man die Möglichkeit, wahlweise weiter nach Mönichkirchen bzw. Kirchberg am Wechsel zu fahren. Im Rahmen dieser Radtour können die Gäste bequem das Pittental erkunden und bei den Burgen in Pitten oder Seebenstein eine Rast einlegen. Eine sehr empfehlenswerte Route ist die Panoramaroute, welche seine Gäste mit schönen Ausblicken auf den Wechsel, den Semmering, die Rax, den Schneeberg und die Hohe Wand belohnt. Auch die Wehrkirchenroute von Edlitz nach Katzelsdorf ist besonders für geschichtsinteressierte Menschen geeignet. Bekannt in dieser Region ist auch der Euro Velo 9. Darüber hinaus gibt es für Gäste die Möglichkeit die Region mit dem E-Bike zu erkunden. In den Gemeinden Bad Schönau, Grimmenstein, Kirchschlag, Krumbach und Lichtenegg gibt es eigens markierte E-Bikerouten (vgl. LECHNER, 2012, S. 62f.). Neben den zahlreichen ausgebauten Radwegen zählen zu „Sooo aktiv bewegt die Bucklige Welt“ auch Wander- und Spazierwege. Beispiele hierfür wären die Wallfahrerroute nach Maria Schnee, eine Wanderung zum Hutwisch, der Ernst Ferstl Gedankenweg, der Hexenweg in Bromberg oder eine Wanderung im Gebiet des Dreiländereckes. In Schwarzenbach ist der Keltenweg beliebt, in der Region um Seebenstein der Türkensturz und die Burg Seebenstein, in Pitten die Burg und der Rosengarten und in Kirchschlag der Wanderweg um die Burgruine (vgl. LECHNER, 2012, S. 72f.).

- Sooo schön klingt die Bucklige Welt

Unter diesem Marketingslogan werden die gesamten kulturellen Sehenswürdigkeiten der Gemeinden der Buckligen Welt, welche Einheimische und Gäste besuchen können, zusammengefasst. Darüber hinaus werden die Menschen eingeladen, die Bucklige Welt anhand einer Spurensuche zu entdecken und einiges über die Geschichte der Region zu erfahren. Die Kulturdenkmäler sind mit einheitlichen Tafeln gekennzeichnet und mit ausführlichen Informationstexten über das jeweilige Objekt versehen. Eine Besonderheit ist sicherlich die Wehrkirchenstraße, welche sich über 98 Kilometer erstreckt und durch viele Ortschaften der Buckligen Welt führt. Diese Gemäuer dienten den Menschen früher zum Schutz vor eindringenden Feinden und sind teilweise heute noch gut erhalten. Neben dem Erforschen der Region steht unter dem Slogan „Sooo schön klingt die Bucklige Welt“ auch noch die Vorstellung von Topzielen der Region im Vordergrund. Gemeint sind hier etwa das Keltendorf Schwarzenbach, der Rosengarten im Pfarrhof von Pitten, die Burg Seebenstein oder das Windkraftwerk in Lichtenegg mit einer Aussichtsplattform in 68 Metern Höhe, von wo aus man

einen Rundblick über weite Teile der Buckligen Welt genießen kann (vgl. LECHNER, 2012, S. 32f.).

- Sooo herzlich feiert die Bucklige Welt

Dieser Ausdruck steht übergreifend für die vielen traditionellen Feste und Kulturveranstaltungen, welche in den Gemeinden der Buckligen Welt stattfinden. Das wohl bekannteste Fest wird jährlich in Schwarzenbach abgehalten: das Keltenfest. An drei Tagen kann man hier nachvollziehen, wie die Menschen früher in einem keltischen Dorf gelebt haben. Keltische Speisen und das Erlernen keltischer Handarbeiten sind nur zwei von vielen Besonderheiten, welche man im Rahmen dieses Festes kennenlernen kann. Ein weiteres Highlight sind alle Veranstaltungen von Juni bis Oktober welche im Rahmen des „Schnidahahn“ stattfinden. Das Erleben der heimischen Tradition und Kultur, sowie das Genießen heimischer Spezialitäten stehen bei diesen Veranstaltungen im Vordergrund. Das bekannteste Fest im Herbst findet in Katzelsdorf statt: das Sturmonifest. Am letzten Tag der Obsternte wird dieses Fest mit Sturm und Maroni im Schloss Katzelsdorf gebührend gefeiert. Einen besonders großen Stellenwert in der Buckligen Welt hat auch der Advent. In dieser Zeit werden in vielen Ortschaften verschiedene Veranstaltungen angeboten (vgl. LECHNER, 2012, S. 56f.).

- Sooo wohl tut die Bucklige Welt

„Sooo wohl tut die Bucklige Welt“ ist ein Synonym für die Gesundheits- Wellness- und Kureinrichtungen in den Gemeinden der Buckligen Welt, allen voran natürlich in Bad Erlach und Bad Schönau. In Bad Erlach stehen das Spa- und Thermenresort, sowie das Vier-Sterne-Hotel seinen Gästen zum Entspannen und Erholen zur Verfügung. In Zukunft wird es in dieser Gemeinde auch das Gesundheitszentrum Lebens.Med und die Kinderrehabilitationsklinik Bucklige Welt geben. In Bad Schönau stehen unter diesem Slogan die Kurzentren und das natürliche Kohlensäure-Gas Heilvorkommen im Mittelpunkt (vgl. LECHNER, 2012, S. 85f.).

Der Tourismus hat naturgemäß auch Auswirkungen auf die Wirtschaft in der Buckligen Welt. Von den bereits angesprochenen Vermarktungsstrategien profitieren vor allem der Gastronomiebereich, aber auch viele Unternehmen und Betriebe, wie zum Beispiel die Therme Linsberg Asia in Bad Erlach oder die Kuranstalten in Bad Schönau. Die Bucklige Welt hat auch

eine eigene Wirtschaftsplattform⁴. Unter dem Titel „Sooo nah arbeitet die Bucklige Welt“ werden auf dieser Internetseite aktuelle Themen und Beiträge zum wirtschaftlichen Geschehen veröffentlicht. Darüber hinaus wird auf innovative Projekte und Jobangebote hingewiesen. Auch die Preisträger des jährlich zu vergebenden Wirtschafts- und Unternehmens-Awards werden auf dieser Seite vorgestellt und bekommen so ihre eigene Plattform.

5 Empirische Studie

Die Basis dieser Studie bilden leitfadengestützte Interviews mit den Leiterinnen und Leitern von Betrieben und Unternehmen in den Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau. Es wurden dabei nicht alle ortsansässigen Betriebe für die Befragung in Betracht gezogen, sondern eine spezifische Zielgruppe definiert. Die Wahl fiel auf alle Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe in den Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau, da diese vom Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. vom Kurtourismus besonders profitieren können und diese ein komplementäres Angebot zu den Kur- und Thermenhotels bilden. Ein weiteres wesentliches Merkmal der Zielgruppe ist, dass die Betriebe und Unternehmen an mindestens 120 Tagen im Jahr geöffnet haben müssen und nicht der Thermen- bzw. Kuranstalt angehören. Zu diesen Unternehmen und Betrieben, welche in die Zielgruppe fallen, zählen unter anderem Gasthöfe, Privatzimmervermietungen, Bäckereien, Heurigen, Appartements und Pensionen. Die genaue Auflistung der untersuchten Betriebe und Unternehmen in den jeweiligen Orten ist in Kapitel 5.6 zu finden.

An dieser Stelle wird explizit darauf hingewiesen, dass das Thermenhotel in Bad Erlach und die Kurhotels in Bad Schönau nicht in die Befragungen eingeschlossen wurden, da sich die Untersuchung auf die Auswirkungen des Thermen- bzw. Kurtourismus auf die ortsansässigen Kleinbetriebe und -unternehmen bezieht. Darüber hinaus wurden jene Hotels extra für den Tourismus gebaut, werden nur von Touristinnen und Touristen frequentiert und somit ist es klar, dass diese Hotels vom Thermen- und Kurtourismus profitieren. Damit sind das Thermenhotel und die Kurhotels als Beherbergungsbetriebe und die Restaurants im Thermenareal und in den Kurzentren nicht mit eingeschlossen.

Für die weitere Untersuchung und zum Verständnis der Hypothesen und des Fragebogens soll noch Folgendes angemerkt werden: Für die Ortschaft Bad Erlach wird im folgenden Verlauf von

⁴ <http://www.wirtschaftbuckligewelt.at/system/web/default.aspx> (aufgerufen am 02.04.2014)

Wellness-, Gesundheits- und Thermentourismus gesprochen, während für Bad Schönau der Kurtourismus wesentlich ist. Diese Information soll dem Leser bzw. der Leserin als Erklärung dienen und Missverständnisse bei der Befragung und der Auswertung verhindern.

5.1 Forschungsfragen

Die beiden Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau sind für die Bucklige Welt die Zugpferde im Bereich der Nächtigungszahlen. Wie in Tabelle 1 bereits angeführt, kam es in der Region vor allem auf Grund der steigenden Nächtigungszahlen in Bad Schönau und der Erhöhung der Zahlen in Bad Erlach durch die Eröffnung der Therme im Jahr 2008 zu einer deutlich positiven Entwicklung. Im Zuge dieses positiven Trends könnten die beiden Gemeinden auch für die ortsansässigen Betriebe und Unternehmen attraktive Standorte geworden sein und die Möglichkeit liegt nahe, dass diese vom Wellness- und Gesundheits- bzw. Kurtourismus profitieren. Diese und einige andere Behauptungen bzw. Fragen sollen in der folgenden Untersuchung in Bezug auf die Regionalentwicklung im Bereich der Tourismusentwicklung untersucht bzw. beantwortet werden.

Folgende Forschungsfragen bilden den Ausgangspunkt für die Studie:

1. Wie wichtig sind die Gäste der Kuranstalt und der Therme für die übrigen Betriebe und Unternehmen und somit für die Gemeinde und deren Wirtschaft?
2. Würden die anderen Betriebe und Unternehmen in den beiden Gemeinden auch ohne den Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. den Kurtourismus langfristig existieren können?
3. Gibt es unter den Unternehmen der Gemeinde großes Konkurrenzdenken?
4. Welche Erwartungen und Ansprüche stellen die Gäste an die Betriebe und Unternehmen? Gibt es dabei Unterschiede zwischen Einheimischen und Touristinnen und Touristen?
5. Wie haben sich die Infrastruktur und das Ortsbild der Gemeinden nach dem Bau der Kuranstalt bzw. der Thermenlandschaft verändert?
6. Wie schätzen die Inhaberinnen und Inhaber der Unternehmen die zukünftige wirtschaftliche und touristische Entwicklung in den Gemeinden ein?

5.2 Hypothesen

Aus den Forschungsfragen ergibt sich eine Reihe von Hypothesen. Aus diesen werden im Anschluss konkrete Fragestellungen für das Interview abgeleitet (diese befinden sich im Anhang). Durch die gegebenen Antworten auf diese Interviewfragen können die Hypothesen bestätigt oder widerlegt werden. Die aufgestellten Hypothesen bestehen jeweils aus einer Hauptthese und zwei bis fünf Unterthesen.

Hypothese 1

Die befragten Betriebe und Unternehmen in Bad Erlach bzw. Bad Schönau profitieren vom Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. vom Kurtourismus.

1a) Der Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. der Kurtourismus ist dafür verantwortlich, dass die jeweiligen Betriebe mehr Gäste begrüßen und es somit zu einem Anstieg des Umsatzes kommt.

1b) Die beiden Gemeinden sind in der unmittelbaren Umgebung die bevorzugten Standorte für Betriebs- und Unternehmensansiedlungen.

1c) Die Unternehmen in Bad Erlach und Bad Schönau können sich auf Grund der Bekanntheit der Gemeinden durch den Thermen- und Kurtourismus besser vermarkten als Unternehmen in den umliegenden Gemeinden.

Hypothese 2

Durch den Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. den Kurtourismus ist die Existenz der Unternehmen in Bad Erlach bzw. Bad Schönau auf absehbare Zeit gesichert.

2a) Ein großer Teil des jährlichen Umsatzes der Unternehmen ist auf den Besuch der Thermen- bzw. Kurgäste zurückzuführen.

2b) Die Unternehmen werden durch gezielte Maßnahmen von der Gemeinde und/oder dem Land unterstützt.

Hypothese 3

Der Kur- bzw. Wellnesstourismus führte dazu, dass die Konkurrenz zwischen den einheimischen Unternehmen größer wurde.

3a) Durch den Tourismus haben einige Unternehmen ihren Standort erweitert und ausgebaut, um so mehr Platz und bessere Angebote für ihre Kundinnen und Kunden zu schaffen.

3b) Durch den Tourismus bieten die Unternehmen zusätzliche Produkte und Dienstleistungen an, um konkurrenzfähiger gegenüber anderen Unternehmen zu sein.

3c) Das Konkurrenzdenken unter den Unternehmen der gleichen Branche innerhalb der Ortschaft ist größer als der Wunsch nach Zusammenarbeit zwischen diesen Unternehmen.

3d) Die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen lokalen Produzenten hat sich verbessert, das Konkurrenzdenken weicht branchenübergreifend der Kooperation.

3e) Die Unternehmen wählen ihre Zulieferer bewusst aus der Region, um sich gegenseitig zu unterstützen.

Hypothese 4

Kur- und Thermengäste haben höhere Ansprüche an die Betriebe als Einheimische.

4a) Touristen und Touristinnen erwarten ein besseres Service, eine angenehmere Atmosphäre und einen freundlicheren Umgangston während ihres Aufenthaltes.

4b) Touristen und Touristinnen erwarten ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis.

4c) Im kulinarischen Bereich erwarten Touristinnen und Touristen eine vielseitige Auswahl an regionalen und qualitativ hochwertigen Produkten.

4d) Thermen- bzw. Kurtouristinnen und -touristen sind bereit, für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische.

Hypothese 5

Durch den Bau der Kur- bzw. Thermenlandschaft und dem daraus florierenden Fremdenverkehr wurde vermehrt in die Infrastruktur investiert und ein neues, schöneres Ortsbild entstand.

5a) Von den Innovationen im Bereich der Infrastruktur, des Kulturangebotes und des Freizeitangebotes profitiert die gesamte Bevölkerung der beiden Gemeinden.

5b) Einheimische zählen zur Kundschaft der Unternehmen und profitieren somit auch von den Einrichtungen und deren Angeboten.

5c) Bei den Veranstaltungen im Ort zählen sowohl Touristinnen und Touristen als auch die einheimische Bevölkerung zur angesprochenen Zielgruppe.

Hypothese 6

Die Unternehmen gehen davon aus, dass deren Standort durch die Therme bzw. Kureinrichtung und dem damit einhergehenden Tourismus in Zukunft gestärkt wird.

6a) Die befragten Betriebe nehmen an, dass die Attraktivität ihres Standortes seitens der Gemeinde weiterhin gefördert und gestärkt wird.

6b) Die befragten Betriebe sind der Überzeugung, dass die Region „Bucklige Welt“ durch den Tourismus stärker wächst bzw. attraktiver ist als umliegende Regionen.

5.3 Methode

Für diese Untersuchung wurde eine Methode der qualitativen Sozialforschung als passend angesehen. Es handelt sich dabei um das leitfadengestützte Interview.

Für kurze Zeit stand auch die Überlegung im Raum, einen Fragebogen zu gestalten und diesen an die Betriebe zu versenden, jedoch habe ich mich im Endeffekt aus guten Gründen für das persönliche Gespräch entschieden. Durch den persönlichen Kontakt zu den Leiterinnen und Leitern der Unternehmen entstehen sicherlich einige Vorteile gegenüber dem quasi anonymen Aussenden eines Fragebogens. Einer davon ist, dass man bei einer Zusage und nach einem geführten Interview genau weiß, wie viele Antworten man bekommt. Bei einem Fragebogen ist eine gewisse Unsicherheit bezüglich der Antwortquote gegeben. Weiters wird durch den persönlichen Kontakt zwischen der interviewenden Person und der befragten Person möglicherweise mehr Interesse an ihrem Wissen gezeigt als durch einen anonymen Fragebogen. Auch das kann sich positiv auf die Zusagequote auswirken. Weiters können bei einem Interview mehr Fragen gestellt werden, da der Interviewer bzw. die Interviewerin die Spannung im Gespräch aufrecht erhalten kann und es kommt mit einer großen Wahrscheinlichkeit zu einem Abschluss. Bei einem Fragebogen wird dieser bei Unklarheiten oder zu langer Dauer womöglich einfach beiseite gelegt. Ein weiterer wesentlicher Vorteil ist, dass der Interviewer bzw. die Interviewerin sein/ihr Gegenüber nicht nur befragen, sondern auch beobachten kann. Das bedeutet, dass man mögliche unterschiedliche Reaktionen des Interviewpartners erkennen und im Anschluss deuten kann (vgl. KONRAD, 2011, S. 30).

Wie bereits kurz erwähnt, wurde für diese Untersuchung das leitfadengestützte Interview gegenüber anderen Interviewmethoden wie zum Beispiel dem thematischen, biographischen, oder problemzentrierten Interview vorgezogen. Dabei handelt es sich zwar um unterschiedliche Konzepte, oftmals überschneiden sich diese Varianten des Interviews aber. Auf jeden Fall haben sie aber eine ganz eindeutige Gemeinsamkeit. Die Fragen sind nicht so gestellt, dass es nur eine Antwortmöglichkeit gibt, es ist eine gewisse Offenheit bei der Beantwortung gegeben. Das

leitfadengestütztes Interview zählt somit zum erzählenden Interview, in der Fachsprache auch narrativ fundiertes Interview genannt (vgl. NOHL, 2006, S. 19).

Die Gründe, warum das leitfadengestützte Interview bevorzugt wurde sind folgende: Zum einen ist es für einen ungeübten Interviewer bzw. eine ungeübte Interviewerin sicherlich ein Vorteil, das Thema im Vorhinein zu strukturieren und sich bei der Befragung an einen zuvor konzipierten Leitfaden stützen zu können. Darüber hinaus erinnert ein Blick auf den Leitfaden an wichtige Fragen, die eventuell während des Gespräches vergessen worden wären. Bei einem offenen Gespräch neigt man eher dazu, vom Thema abzuschweifen. Mit einem Leitfaden ist dieses Problem besser zu bewältigen, da man immer auf die Ausgangsfragen zurückkommt (vgl. MAYER, 2009, S. 43).

An dieser Stelle sei noch zu erwähnen, dass sich im Anhang die Transkriptionen der geführten Interviews befinden. Dabei wurde die Methode der wörtlichen Transkription der kommentierten Transkription vorgezogen. Diese Vorgehensweise wurde deshalb gewählt, weil bei den Interviews der Inhalt im Vordergrund stand und nicht zusätzliche Informationen wie zum Beispiel der Tonfall, die Sprechweise, Nachdenkpausen und vieles mehr. Da rein die inhaltlich-thematische Ebene für die Auswertung wichtig war, wurde bei der Transkription auf die wörtliche Transkription nach MAYRING zurückgegriffen.

Von den drei Arten der wörtlichen Transkription habe ich mich bewusst für die Übertragung des Gesagten in normales Schriftdeutsch entschieden. Bei dieser Art der wörtlichen Transkription wird der Dialekt nicht berücksichtigt, Fehler im Satzbau werden überarbeitet und der generelle Stil des Gespräches wird angepasst (vgl. MAYRING, 1990, S. 65). Ich habe mich dazu entschlossen, den Dialekt in Schriftdeutsch umzuschreiben, da dadurch die Verständlichkeit des Inhaltes besser gegeben ist. Den Satzbau und den Stil des Gesagten habe ich bewusst nicht geändert, da diese Faktoren für mich den Charakter eines Interviews ausmachen und dieser sollte unbedingt erhalten bleiben. Darüber hinaus denke ich, dass man das Gesagte ohne Veränderungen im Nachhinein im Kontext besser nachvollziehen kann.

5.4 Fragebögen für die Interviews

Auf Basis der Hypothesen, welche in Kapitel 5.2 angeführt wurden, wurde ein Fragebogen erstellt. Bei den Fragen wurde besonders darauf geachtet, dass sie klar und deutlich formuliert und verständlich sind, da die Fragestellungen einen besonderen Einfluss auf die

Funktionstüchtigkeit der Untersuchung haben (vgl. FLICK, 2007, S. 258 & 259). Dieser Fragebogen diente als Leitfaden für die Interviews. Im Anhang werden die zwei finalen Arten des Fragebogens gezeigt, einer, der für die Befragungen von Betrieben in Bad Erlach verwendet wurde und der andere für die Befragungen in Bad Schönau. Inhaltlich handelt es sich um die exakt gleichen Fragebögen, lediglich die Art des vorherrschenden Tourismus in beiden Gemeinden und die Ortsbenennungen sind unterschiedlich. So wird im Fragebogen für Unternehmen in Bad Erlach von Gesundheits-, Wellness- und Thermentourismus gesprochen, während im Fragebogen, welcher an Bad Schönauer Unternehmen gerichtet war, vom Kurtourismus die Rede ist. Diese Unterteilung wird als sinnvoll angesehen, um eventuell auftretende Missverständnisse durch die Nennung beider Tourismusarten beim Interview und danach bei der Auswertung zu vermeiden.

5.5 Pretest

Bevor mit der qualitativen Untersuchung begonnen wurde, wurde der erstellte Fragebogen einem Pretest unterzogen. Dazu wurde eine Unternehmerin aus Bad Erlach gebeten, an dem Interview teilzunehmen. Sie sagte sofort zu und der Testung stand somit nichts mehr im Wege. Anzumerken ist an dieser Stelle, dass es sich dabei um keinen Gastronomie- oder Beherbergungsbetrieb handelte, da diese für die eigentliche Untersuchung aufgespart werden mussten. Jedoch konnte mit der Leiterin dieses Unternehmens eine Partnerin gefunden werden, welche ebenfalls gut über die Materie informiert ist, da auch ihr Unternehmen teilweise vom Tourismus profitiert. Genau aus diesem Grund zählte sie auch zur Gruppe der Expertinnen und Experten und schien für die Befragung als geeignet. Diese Testbefragung diente zuerst einmal der Übung der Interviewdurchführung.

Ein Pretest wird bei dieser Art der qualitativen Befragung als unerlässlich angesehen, da dadurch eventuelle Verständigungsschwierigkeiten oder unklare Formulierungen aufgedeckt werden können. Darüber hinaus könnte dadurch gezeigt werden, dass manche Fragen unpassend sind oder für das Thema weniger interessant oder notwendig scheinen. Primär geht es darum, Unklarheiten und Mängel des Fragebogens zu erkennen und diese aufzuheben (vgl. MAYER, 2009, S. 45).

Der Fragebogen dieser Untersuchung wurde bereits vor der Testung mit der Expertin oftmals verändert und neu strukturiert. Durch die intensive Vorbereitung kam es bei der Befragung

tatsächlich kaum zu Schwierigkeiten oder Verständnisproblemen. Auf Folgendes wurde seitens der Teilnehmerin hingewiesen: Bei Fragestellung 2 (Könnte Ihr Betrieb auch ohne Gäste aus dem Thermen- bzw. Kurtourismus existieren oder sind Sie auf diese Kundschaft angewiesen?) besteht die Gefahr, dass die befragten Personen einfach mit „Ja“ bzw. „Nein“ antworten könnten. Diese Art der Fragen sollte man im Rahmen eines offenen Interviews wenn möglich weitgehend vermeiden. Durch den zweiten Teil der Frage muss es aber nicht zwingend sein, dass die befragten Personen nur mit „Ja“ oder „Nein“ antworten. Darüber hinaus handelt es sich dabei um eine Hauptfrage, welche aus drei Unterfragen besteht. Durch diese Unterfragen soll die Hauptfrage beantwortet werden können. Aus diesen Gründen wurde die Frage schlussendlich nicht geändert.

Die Befragung im Rahmen des Pretests war eine große Hilfe vor allem für die Übung der Interviewdurchführung. Weiters konnte die Dauer der Interviews in etwa abgeschätzt werden, welche für die weitere Planung ein wesentliches Kriterium darstellte. Nach der erfolgreichen Durchführung des Pretests stand der eigentlichen Befragung der Expertinnen und Experten in der Gastronomie- und Beherbergungsbranche nichts mehr im Wege.

5.6 Interviews

Die Interviews wurden mit den Leiterinnen und Leitern der Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe und -unternehmen in den beiden Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau geführt. In Bad Erlach gibt es insgesamt 13 solcher Unternehmen und Betriebe, wobei eines davon das Hotel und Spa Linsberg Asia ist, welches laut Definition der Zielgruppe nicht für diese Untersuchung in Frage kam (vgl. THERMENGEMEINDEN, 2014, S. 1). Darüber hinaus gibt es einen Heurigen im Gemeindegebiet von Bad Erlach, welcher nicht 120 Tage im Jahr geöffnet hat und somit auch aus der Zielgruppe fällt. Für Bad Erlach ergeben sich daraus elf mögliche Interviewpartner und Interviewpartnerinnen. In Bad Schönau gibt es 13 Unternehmen und Betriebe im gleichen Bereich, wovon eines das Kurzentrum Königsberg und zwei die Häuser des Kurzentrums Landsknechte sind, welche somit für diese Untersuchung nicht relevant waren. In den letzten Jahren sank auch die Anzahl der Privatzimmervermieter und daher kommen für diese Befragung insgesamt zehn Betriebe, Unternehmen und Privatzimmervermietungen in Frage (vgl. TOURISMUSGESELLSCHAFT BAD SCHÖNAU GMBH, 2013, S. 10f.). Nach der ersten Kontaktaufnahme wurde mit den Leiterinnen und Leitern der

Unternehmen und Betriebe ein Termin für das Interview ausgemacht. Insgesamt konnten in Bad Erlach und in Bad Schönau jeweils sieben Interviews durchgeführt werden.

In Bad Erlach sah die Aufteilung der teilnehmenden Unternehmen und Betriebe im Gastronomie- und Beherbergungsbereich wie folgt aus:

- Zwei Heurigen, ein Gasthaus, ein Gasthof mit Gästezimmern, ein Cafe-Restaurant, eine Bäckerei und eine Konditorei

Bad Schönau:

- Zwei Privatzimmervermieter, ein Gasthof, ein Wirtshaus, eine Konditorei, eine Pension und eine Cafe-Weinstube

Aus Datenschutzgründen werden an dieser Stelle keine Namen genannt.

Nach Absprache mit den Interviewpartnern und Interviewpartnerinnen wurde jedes Interview mit einem Tonband aufgenommen. Die Voraussetzung dafür war natürlich die Zustimmung der interviewten Personen und die gleichzeitige Versicherung deren Anonymität. Die elektronische Aufzeichnung der Gespräche wurde einer Mitschrift vorgezogen, da ein Tonbandmitschnitt erhebliche Vorteile aufweist. Der wohl größte Vorteil ist, dass sich die interviewende Person während des Gespräches voll und ganz auf die zu befragende Person konzentrieren kann und ihr die ganze Aufmerksamkeit schenken kann. Dadurch, dass alles aufgenommen wird, werden Informationen nicht vergessen und können immer wieder nachgehört werden. Auch wesentliche Elemente der Kommunikation, wie zum Beispiel die Stimme, die Dauer des Gespräches oder Pausen zwischen den Antworten, werden vom Tonband aufgezeichnet und können später nachgehört werden. Ein möglicher Vorteil wäre auch, dass sich die befragten Menschen durch das Mitschneiden des Tonbandes besser auf ihre Antworten konzentrieren und im Verlauf des Interviews aufmerksamer sind. Ein wesentlicher Nachteil ist jedoch, dass die anschließende Transkription der Interviews erheblich mehr Zeit in Anspruch nimmt. Dieser Tatsache steht jedoch der klare Vorteil gegenüber, auf viele Informationen jederzeit zurückgreifen zu können (vgl. FRIEDRICHS, 1980, S. 229 & 230).

Die Interviews an sich sind alle problemlos verlaufen, nahmen jedoch unterschiedlich viel Zeit in Anspruch. Die Interviews in Bad Erlach wurden zuerst durchgeführt und es stellte sich heraus, dass die Fragen klar und verständlich formuliert waren, da es kaum zu Nachfragen von Seiten der befragten Personen kam. Innerhalb von acht Tagen konnten alle geplanten Interviews in dieser Ortschaft durchgeführt werden.

Ein ähnliches Bild zeigte sich auch bei den Interviewdurchführungen in der Kurgemeinde Bad Schönau. Nach der ersten Kontaktaufnahme kam es auf sehr unkomplizierte Art und Weise zu Terminabsprachen und bald darauf zur Durchführung. Es konnten jeweils drei Interviews an zwei Tagen und eines an einem anderen Tag abgehalten werden, was für mich persönlich ein großer Vorteil war, da die Fahrtzeit mit dem PKW von Bad Erlach nach Bad Schönau rund 35 Minuten beträgt.

5.7 Auswertung und Ergebnisse

An dieser Stelle soll angemerkt werden, dass die Auswertung und die Interpretation der Ergebnisse zunächst für jeden Ort einzeln erfolge. Dieses Vorgehen war bereits von Anfang an geplant und wird als günstig erachtet, da die Unternehmen in den beiden Ortschaften zwar aus ähnlichen Branchen kommen, jedoch die Anzahl der gleichen Unternehmenstypen in den einzelnen Branchen sehr variiert. So wurden in Bad Schönau zum Beispiel deutlich mehr Privatzimmervermietungen oder Pensionen als in Bad Erlach befragt, da es in Bad Schönau einfach mehr Gaststätten dieser Art gibt, wohl aus dem Grund, weil es die Therme in Bad Erlach erst seit dem Jahr 2008 gibt und bisher nur ein Thermenhotel erbaut wurde. Dagegen wurden in Bad Erlach Heurigenbetriebe in die Befragung miteingenommen, da diese genauso zur Zielgruppe der Untersuchung zählen. In Bad Schönau konnte in diesem Bereich keine Befragung durchgeführt werden, da es keinen Heurigen gibt. Die Ergebnisse aus den Befragungen in Bad Erlach wurden nach der Auswertung mit den Ergebnissen aus den Befragungen in Bad Schönau verglichen. Ähnlichkeiten wurden dabei genauso herausgestrichen wie deutliche Unterschiede. Anhand der Ergebnisse wurde darüber hinaus ein Blick in die Zukunft der beiden Gemeinden und der Region Bucklige Welt geworfen. Dabei wurde immer das Ziel, herauszufinden, ob die beiden Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau als Tourismusmagnete der wirtschaftliche Motor der Region Bucklige Welt sind, im Hinterkopf behalten.

Die folgende Auswertung der Interviews ist auf das interpretative Auswertungsmodell gestützt, bei welchem ein Aspekt besonders im Vordergrund steht. „Das Überindividuell-Gemeinsame herauszuarbeiten“ (MEUSER & NAGEL, 2005, S. 80) ist das Ziel der Auswertung der leitfadenorientierten Experteninnen- und Experteninterviews. Bei der anschließenden Auswertung sollen die Antworten verglichen und danach analysiert werden, um die einzelnen Hypothesen bestätigen oder widerlegen zu können. Bei den Expertinnen- und

Experteninterviews „wird Vergleichbarkeit gewährleistet durch die leitfadenorientierte Interviewführung“ (MEUSER & NAGEL, 2005, S. 81).

Um die Anonymität der befragten Personen gewährleisten zu können, wurde jedem Interview eine Nummer zugeteilt. Die Reihenfolge der Transkriptionen im Anhang entstand nach der Reihenfolge der Durchführung der Interviews. Das Synonym IP1-BE steht für Interviewperson 1-Bad Erlach, IP2-BE für Interviewperson 2-Bad Erlach und immer so weiter. IP1-BS im Vergleich dazu für Interviewperson 1-Bad Schönau oder IP3-BS für Interviewperson 3-Bad Schönau. Der Ausdruck „Person“ wurde deshalb gewählt, da er geschlechtsneutral ist. Auch diese Vorgehensweise wurde aus Gründen des Datenschutzes als sinnvoll erachtet.

5.7.1 Bad Erlach

Hypothese 1

Die befragten Betriebe und Unternehmen in Bad Erlach profitieren vom Wellness- und Gesundheitstourismus.

Bei dieser Annahme wird davon ausgegangen, dass die Gastronomiebetriebe und -unternehmen in Bad Erlach durch den Thermenbau und den damit einhergehenden Wellness- und Gesundheitstourismus profitieren. Die Überlegung dahinter war, dass es sehr wahrscheinlich ist, dass durch die neu gegebene Infrastruktur im Ort auch ein Vorteil für die ortsansässigen Gastronomiebetriebe entstehen würde. Die Rede ist hierbei natürlich von einem Vorteil im Sinne davon, dass sich der Tourismus positiv auf deren Geschäft auswirkt und dazu führt, dass das Unternehmen bzw. der Betrieb mehr frequentiert wird als noch zu der Zeit vor der Therme. Aus diesem Grund wurden die Leiterinnen und Leiter der Unternehmen und Betriebe nach ihrer Einschätzung befragt, inwiefern ihre Gastronomiestätte vom Gesundheits- und Wellness-tourismus profitiert. In Tabelle 2 werden die wichtigsten Aussagen der Befragten zur ersten Frage zusammengefasst. Anzumerken ist, dass es sich dabei nicht um wörtliche Zitate handelt, sondern die Antworten sinngemäß in der Tabelle wiedergegeben werden.

IP1-BE	Die Therme führt dazu, dass mehr Leute kommen, aber der große Umschwung ist ausgeblieben. Nur wegen des Tourismus könnte man nicht existieren.
IP2-BE	Vom Tourismus profitiert man fast gar nicht.
IP3-BE	Man profitiert ganz sicher, weil man gezielt in diese Richtung investiert hat.
IP4-BE	Vom Tourismus profitiert man nur ein bisschen.
IP5-BE	Die Existenz der Therme merkt man vor allem durch den Anstieg der Besucher- und Besucherinnenzahlen.
IP6-BE	Vom Tourismus profitiert man eher weniger.

IP7-BE	Vom Tourismus profitiert man nur wenig.
--------	---

Tabelle 2: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 1 Bad Erlach (eigene Darstellung)

Von den sieben befragten Personen haben alle angegeben, dass sie Thermengäste zu ihren Kundinnen und Kunden zählen, jedoch besuchen diese manche Betriebe nur vereinzelt. Der Großteil der Interviewpartnerinnen und -partner sagte, dass sie bzw. er nur wenig vom Thermentourismus profitiert. Einige Befragte hätten sich vom Tourismus durch die Therme für sein/ihr Unternehmen bzw. seinen/ihren Betrieb mehr erhofft. Genau das spiegelt sich auch in den Aussagen in Tabelle 2 wider. Alle profitieren vom Tourismus, die Mehrzahl der Befragten aber nur sehr wenig. Das wird vor allem durch solche Antworten deutlich gemacht: „(..) die Therme bringt schon einige Leute aber es ist natürlich jetzt nicht der große Umschwung, wo man sagen kann, man kann wirklich davon, sage ich, existieren“ (IP1-BE). Oder: „Fast gar nicht (..). Vereinzelt kommen Gäste rein, aber das war es schon“ (IP2-BE), „(..) seit dem die Therme da jetzt ist, muss man sagen profitieren wir schon ein bisschen davon (..)“ (IP4-BE) oder „von der Therme her, merkt man eigentlich ganzes Jahr (..) wenig“ (IP7-BE). Neben diesen eher zurückhaltenden Meinungen, gab es einen Besitzer des Gasthofes mit Gästezimmern, der ein deutlich anderes Statement abgegeben hat: „Ja, (..) wir profitieren sicher davon, weil wir gezielt investiert haben“ (IP3-BE). Eine der sieben befragten Personen stimmte also deutlich zu, dass man wirklich vom Tourismus profitiert, aber nur deshalb, weil man eigenständig in das eigene Unternehmen investiert und sich somit wettbewerbsfähiger gegenüber anderen Betrieben und Unternehmen gemacht hat. Die erste Hypothese muss trotzdem als wahr angesehen werden, da alle Befragten angaben, dass ihr Betrieb vom Gesundheits- und Wellness-tourismus in irgendeiner Art und Weise profitiert. Jedoch geht der eher negative Beigeschmack einher, dass der Großteil nur sehr wenig profitiert und sich auf jeden Fall mehr erhofft hätte.

Hypothese 1 gilt als verifiziert

Hypothese 1a

Der Wellness- und Gesundheitstourismus ist dafür verantwortlich, dass die jeweiligen Betriebe mehr Gäste begrüßen und es somit zu einem Anstieg des Umsatzes kommt.

Anhand dieser Hypothese sollte untersucht werden, ob der Wellness- und Gesundheitstourismus dazu führt, dass mehr Gäste die ortsansässigen Gastronomiebetriebe und -unternehmen besuchen und diese dadurch einen höheren Umsatz haben als noch zu jener Zeit, als es noch keinen

Thermentourismus in Bad Erlach gab. Folgende Frage wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern in Bezug auf Hypothese 1a gestellt: *Führt der Tourismus dazu, dass mehr Gäste Ihren Betrieb besuchen und haben Sie dadurch mehr Einnahmen?* Wie bei Hypothese 1 werden auch an dieser Stelle die sinngemäßen Antworten in Tabelle 3 zusammengefasst.

IP1-BE	Sicher einige und einiges mehr, das ist aber nicht extrem ausschlaggebend.
IP2-BE	Nein.
IP3-BE	Ja, auf jeden Fall. Das eine ergibt das andere.
IP4-BE	Ja, eher schon.
IP5-BE	Man merkt, dass viele fremde Gäste da sind. Das wirkt sich positiv auf den Umsatz aus.
IP6-BE	Ja, schon.
IP7-BE	Über das gesamte Jahr gesehen nicht, nur an vereinzelten Tagen.

Tabelle 3: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 1a Bad Erlach (eigene Darstellung)

Auch diese Frage wurde sehr unterschiedlich beantwortet. Während eine Person klar verneinte („Nein“ (IP2-BE)), standen zwei Personen dieser Frage mit eher gemischten Gefühlen gegenüber („Sicherlich es ist einiges mehr aber (..) es ist natürlich jetzt nicht so extrem ausschlaggebend“ (IP1-BE) und „also das glaube ich wirkt sich so über das Jahr nicht wirklich aus, also das sind ein paar einzelne Tage (..). So richtig profitieren tun wir nicht davon“ (IP7-BE)). Vier Personen sahen einen positiven Zusammenhang zwischen dem Gesundheits- und Wellness-tourismus und einem Anstieg ihrer Gäste- und Umsatzzahlen. Das spiegelt sich in den folgenden gegebenen Antworten wider: „Ja, auf alle Fälle. Ja, das eine ergibt das andere. (..) es ist merklich ein Anstieg, wir merken es von der Nächtigungszahl her und natürlich vom Umsatz auch her“ (IP3-BE), „ich denke schon“ (IP4-BE), oder „(..) man merkt schon, dass viel fremde Gäste da sind (..) wirkt sich das sicherlich auch positiv dann auf den Umsatz aus, nicht so (..) das große Vermögen (..) aber es ist eine Bereicherung“ (IP5-BE). Auch IP6-BE war eher positiv gestimmt: „Ja, schon auch“. Da mehr als die Hälfte der Befragten diese Frage mit „Ja“ beantwortet hat, nur eine Person deutlich verneinte und die anderen beiden auch mehr Gäste haben, diese Zahl jedoch als nicht so ausschlaggebend ansehen, dass sie deutlich mehr Umsatz haben und in großem Maße davon profitieren, ist dieses Hypothese erstmals auf jeden Fall zu verifizieren.

Weiters sollte folgende Unterfrage (1ai) bei der Bewertung der Hypothese helfen: *Wie viel Prozent Ihrer Gäste, würden Sie sagen, sind Touristinnen und Touristen?* Die Antworten dazu werden in Abbildung 25 graphisch dargestellt.

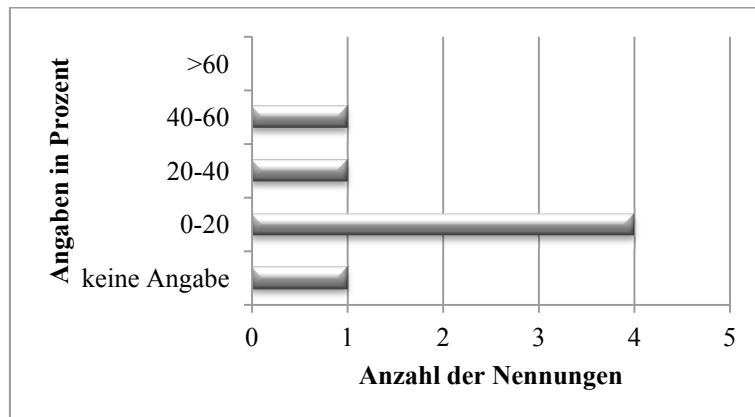


Abbildung 25: Häufigkeitsdiagramm für Frage 1ai für Bad Erlach (eigene Darstellung)

Aus dieser Graphik ergibt sich ein recht zweiseitiges Bild. Eine Person konnte keine Angabe in Prozent machen (IP6-BE) und bei vier Befragten fiel der angegebene Prozentsatz sehr gering aus. Während eine Person den Anteil auf „so zirka 5-15% in etwa“ (IP1-BE) schätzte, war es bei den anderen dreien sehr ähnlich: „Zehn Prozent schätze ich, mehr glaube ich nicht“ (IP2-BE). Aussagen wie „ich denke vielleicht zehn Prozent“ (IP4-BE) und „zu wenige. Unter 5% sage ich einmal, (...) das macht sich nicht bemerkbar“ (IP7-BE), runden diese eher negative Bewertung ab. Auf der anderen Seite stehen zwei Unternehmen, welche deutlich höhere Prozentzahlen angegeben haben und somit wesentlich mehr profitieren als die bereits genannten. IP3-BE gab an, dass 95% der Nächtigungen und 20-30% der Tagesbesuche im Gasthof auf die Thermengäste zurückzuführen sind. Die beiden Geschäftsbereiche in diesem Unternehmen sind vergleichbar groß und darum wurde für die Auswertung auf die Berechnung des arithmetischen Mittels zurückgegriffen. Daraus ergibt sich ein Wert von 60%. Für dieses Unternehmen ist der Tourismus also auf jeden Fall zu einem wichtigen Standbein geworden. Auch IP5-BE profitiert deutlich vom Tourismus und sagte, dass 40% der Gäste aus dem Thermentourismus kommen. Die befragte Person sagte zudem: „es ist schon sehr wichtig, muss ich ehrlich sagen“ (IP5-BE). Auch auf Grund dieses Ergebnisses kann Hypothese 1a bestätigt werden, da alle Betriebe und Unternehmen durch den Tourismus mehr Gäste begrüßen können und somit mehr Einnahmen haben, wenn auch deutliche Unterschiede erkennbar sind und sicher noch viel Luft nach oben ist.

Hypothese 1a gilt als verifiziert

Hypothese 1b

Die Gemeinde Bad Erlach ist in der unmittelbaren Umgebung der bevorzugte Standort für Betriebs- und Unternehmensansiedlungen.

Diese Hypothese besagt, dass angenommen werden kann, dass Bad Erlach auf Grund des Tourismus zum bevorzugten Standort für Betriebs- und Unternehmensansiedlungen geworden ist. Folgende Frage wurde für die Bewertung dieser Hypothese erarbeitet: *War der Tourismus der Hauptgrund, dass Sie sich mit Ihrem Unternehmen in Bad Erlach niedergelassen haben oder waren Sie schon davor hier ansässig?*

Da die Fragen sowohl für den Fragebogen für die Betriebe und Unternehmen in Bad Erlach als auch in Bad Schönau ident sein sollten, wurde diese Frage in den Fragebogen für Bad Erlach genommen, obwohl bekannt war, dass alle befragten Betriebe und Unternehmen bereits vor dem Bau der Therme existierten. Für einen solchen Fall wurde folgende Unterfrage (1bii) für beide Fragebögen entwickelt: *Angenommen Sie gründen einen neuen Betrieb und würden dafür einen Standort suchen. Würden Sie sich wieder für Bad Erlach entscheiden oder für eine andere Ortschaft? Bitte begründen Sie Ihre Antwort!* Diese Frage wurde auch in Bad Schönau gestellt, wenn das Unternehmen bzw. der Betrieb schon vor dem Bau der Kuranstalten existiert hat. Die Verteilung der Antworten wird in Abbildung 26 dargestellt.

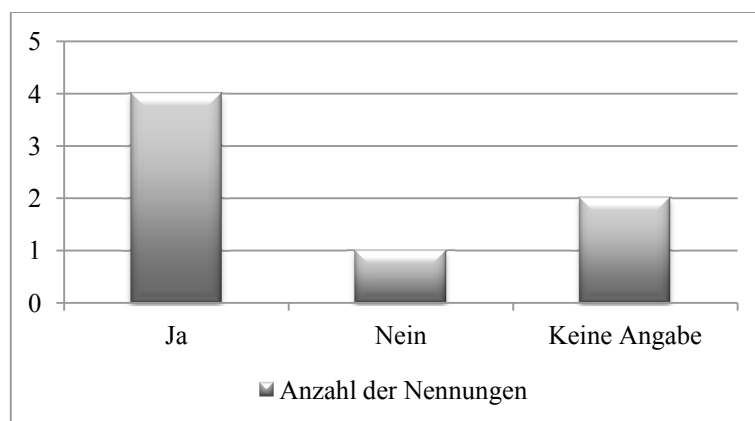


Abbildung 26: Häufigkeitsdiagramm für Frage 1bii für Bad Erlach (eigene Darstellung)

Zwei Befragte gaben nach langem Überlegen an, diese Frage nicht beantworten zu können. „Das kann ich so nicht sagen, weil ich nicht den Gedanken trage noch einmal ein Unternehmen aufzumachen (..) das ist einfach nicht relevant für mich“ (IP3-BE). „Das ist eine schwierige Frage. Ich muss ehrlich sagen, als Erlacher, vom Herzen heraus, weiß ich nicht, ob ich es noch einmal machen würde (..). Das kann ich schwer sagen, das weiß ich nicht. Aber es ist eben nicht mehr so wie früher einmal“ (IP7-BE). Neben diesen beiden neutralen Antworten gab es ein

klares „Nein, (...) weil einfach die Situation für mich nicht so passend ist, (...) in die Zukunft sehend, wirtschaftlich.“ (IP2-BE) und vier positive Rückmeldungen. Diese vier Personen würden sich mit ihrem Unternehmen erneut in Bad Erlach ansiedeln und bestätigen somit die Annahme, dass Bad Erlach der bevorzugte Standort für Unternehmen in der unmittelbaren Umgebung ist. Auch die meist positiven Einstellungen der Befragten zu den zukünftigen Entwicklungen in Bad Erlach, spielten bei dieser Entscheidung eine Rolle. Diese Behauptung wird durch folgende Aussagen bestätigt: „(...) für die Zukunft ist Erlach sicherlich ein positiver Raum“ (IP1-BE) oder „ich glaube schon, dass ich mich in Erlach wieder ansiedeln würde“ (IP5-BE). Das Fazit dieser Frage ist, dass die Hypothese 1b bestätigt werden kann, da vier von fünf Befragten, welche eine Antwort gaben, diese Frage mit „Ja“ beantworteten. Die Gründe dafür, dass Bad Erlach ein bevorzugter Standort für die Unternehmens- und Betriebsansiedelung ist, sind unterschiedlicher Natur. Während der Blick in eine positive Zukunft durch den wachsenden Tourismus auf Grund des Baus des Gesundheitszentrums gegeben ist, stimmten manche auch deswegen zu, da sie schon immer in dieser Ortschaft wohnten und auch in Zukunft hier wohnen wollen. Auch die gute Lage der Ortschaft wird angesprochen: „In der Stadt ist ja doch mehr Konkurrenz als da jetzt im Dorf und (...) was die Leute bei uns halt sehr mögen ist eben, dass wir viel grün haben, die Landwirtschaft“ (IP4-BE).

Hypothese 1b gilt als verifiziert
--

Hypothese 1c

Die Unternehmen in Bad Erlach können sich auf Grund der Bekanntheit der Gemeinde durch den Thermentourismus besser vermarkten als Unternehmen in den umliegenden Gemeinden.

Diese Hypothese besagt, dass angenommen wird, dass durch den Thermentourismus der Bekanntheitsgrad der Gemeinde gestiegen ist und dieser Bekanntheitsgrad es den ortsansässigen Betrieben und Unternehmen erleichtert, ihre Gaststätte besser vermarkten zu können als dies Gaststätten in den umliegenden Gemeinden können. Um diese Annahme bestätigen zu können, wurde den Interviewpartnerinnen und -partnern folgende Frage gestellt: *Reicht der Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Thermentourismus aus, dass genügend Gäste zu Ihnen kommen oder gehen Sie einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach?* In Tabelle 4 werden die sinngemäßen Antworten auf diese Frage gezeigt.

IP1-BE	Eine Vermarktungsstrategie braucht man immer.
IP2-BE	Der Bekanntheitsgrad der Ortschaft reicht nicht aus, eine Vermarktungsstrategie wäre auf jeden Fall besser.
IP3-BE	Ein Bekanntheitsgrad ist vorhanden, aber man muss weiterhin Werbung machen und die Nähe zum Gast suchen um im Gespräch zu bleiben.
IP4-BE	Der Bekanntheitsgrad reicht mittlerweile, im Moment muss man keiner zusätzlichen Vermarktungsstrategie nachgehen.
IP5-BE	Durch die Therme ist ein Bekanntheitsgrad entstanden, der rein nur durch Werbung nicht entstanden wäre. Es ist keine besondere Strategie vorhanden, Werbung wird jedoch gemacht.
IP6-BE	Bekanntheitsgrad reicht aus, es ist keine Vermarktungsstrategie notwendig.
IP7-BE	Ein gewisser Bekanntheitsgrad ist vorhanden, man geht keiner eigenen Strategie nach.

Tabelle 4: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 1c Bad Erlach (eigene Darstellung)

Die Antworten auf diese Frage sind zwar sehr unterschiedlich, jedoch kann man bereits eine gewisse Richtung erkennen. Für einige ist der Bekanntheitsgrad auf jeden Fall gestiegen, jedoch ist eine Vermarktungsstrategie für viele auch ein zusätzlicher Vorteil. Einen Widerspruch in der Aussage stellt IP1-BE dar. Auf der einen Seite lautet seine/ihre Devise eine „Vermarktungsstrategie braucht man immer“ (IP1-BE), jedoch nachgehen tut man selbst keiner. Aus dieser Aussage kann im Nachhinein gesehen leider kein logischer gültiger Schluss gezogen werden. Außer der Aussage von IP2-BE ist aus allen anderen Antworten zu entnehmen, dass eine gewisse Bekanntheit durch den Tourismus bereits vorhanden ist, die Unternehmen und Betriebe auch davon profitieren, jedoch zusätzliche Vermarktung auch als wichtig angesehen wird. Fünf der sieben Befragten würden zustimmen, dass der Bekanntheitsgrad dazu führt, dass mehr Gäste zu ihnen kommen, einer davon geht aber trotzdem einer Vermarktungsstrategie nach. „Es hat sicher dazu beigetragen, der Thermenbau um populärer zu werden (..) du musst nach wie vor (..) Werbung machen und draußen beim Gast sein um das anzukurbeln“ (IP3-BE). Zwei Befragte sagten deutlich, dass der Bekanntheitsgrad nicht ausreicht (IP1-BE und IP2-BE), gehen aber trotzdem keiner eigenen Strategie nach. Anhand dieser zum Großteil positiven Antworten würde Hypothese 1c verifiziert werden können, ob dies jedoch tatsächlich möglich ist, hängt noch mit den Ergebnissen der nächsten Unterfrage (1ciii) zusammen: *Sind Betriebe in Bad Erlach in diesem Bereich im Vorteil gegenüber Betrieben anderer Ortschaften?*



Abbildung 27: Häufigkeitsdiagramm für Frage 1ciii für Bad Erlach (eigene Darstellung)

Vier von sieben Befragten und somit mehr als die Hälfte, sehen einen Vorteil im Bereich der Vermarktung für Betriebe in Bad Erlach durch den gestiegenen Bekanntheitsgrad. Die übrigen drei sehen den besagten Vorteil in diesem Bereich nicht. Während zwei Befragte schlicht mit „nein, ich denke nicht“ (IP2-BE) oder „nein, glaube ich nicht“ (IP6-BE) antworteten, sah IP1-BE einen Grund für die Verneinung: „nein würde ich nicht sagen ein Vorteil, es gibt sicherlich einige Betriebe in den Nachbarortschaften die vielleicht durch (..) Stadtnähe oder was, mehr profitieren wie wir durch die Therme. (..) nur durch die Therme allein wird es sicherlich kein Vorteil sein“ (IP1-BE). Vier Personen sehen einen klaren Vorteil für ihre Unternehmen oder Betriebe durch den Thermentourismus gegenüber Betrieben anderer Ortschaften. „Ich denke schon, ja“ (IP4-BE), „Ja“ (IP5-BE) und „Bis zu einem gewissen Grad sicher, weil ja der Gast schon mit der Therme Linsberg da ist. (..) Aber die Therme ist sicherlich ein Anziehungspunkt (..). Auf alle Fälle“ (IP3-BE). Auf Grund der Ergebnisse kann Hypothese 1c endgültig verifiziert werden.

Hypothese 1c gilt als verifiziert

Das Fazit zu Hypothese 1 gesamt: Die Gastronomiebetriebe und -unternehmen in Bad Erlach profitieren auf jeden Fall vom Gesundheits- und Wellness tourismus, jedoch zum Großteil (noch) nicht in genügendem Ausmaße. Bis auf zwei Betriebe, welche ganz klar davon profitieren, ist aus den Gesprächen mit den anderen der Grundtenor zu entnehmen, dass durch den Tourismus ihr Geschäft auf jeden Fall belebt wird, aber nur zögerlich und nicht so wie im Vorhinein angenommen. Vier Befragte gaben an, dass nur 5-15 Prozent ihrer Gäste aus dem Gesundheits- und Wellness tourismus kommen und eine Person konnte die Gästezahl nicht in Prozent fassen,

sagte aber zuvor, dass das Unternehmen nur wenig vom Tourismus profitiere (IP6-BE). Auf jeden Fall positiv waren die Befragten dazu eingestellt, bei einer neuerlichen Unternehmensgründung wieder Bad Erlach als Standort zu wählen. Neben der Ortsverbundenheit war auch die meist positive Einstellung der Befragten zu den zukünftigen Entwicklungen in Bad Erlach ein Kriterium für diese Befürwortung. Auch den mittlerweile gestiegen Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Thermentourismus sehen mehr als die Hälfte der Befragten als Vorteil, dass mehr Gäste ihren Betrieb bzw. ihr Unternehmen besuchen. Darüber hinaus sehen vier der sieben befragten Teilnehmer und Teilnehmerinnen die Unternehmen und Betriebe in Bad Erlach durch den Thermentourismus im Vorteil gegenüber Betrieben und Unternehmen aus umliegenden Ortschaften, in welchen der Tourismus nicht in diesem großen Maße vorherrschend ist. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass ein vorwiegend positiver Grundtenor aus den Befragungen, ob die Gastronomiebetriebe und -unternehmen in Bad Erlach vom Gesundheits- und Wellness tourismus profitieren, zu entnehmen ist.

Hypothese 2

Durch den Wellness- und Gesundheitstourismus ist die Existenz der Unternehmen in Bad Erlach auf absehbare Zeit gesichert.

Bei dieser Annahme wird davon ausgegangen, dass der Wellness- und Gesundheitstourismus dazu führt, dass die Existenz der befragten Gastronomiestätten in Zukunft gesichert ist. Die positive Entwicklung des Tourismus bekommt bei dieser Hypothese ein besonders hoher Stellenwert. Es stellt sich die Frage, ob eine Vielzahl der Gäste der heimischen Gastronomiestätten bereits aus dem Thermentourismus kommt und somit die Wertschöpfung im Ort steigt, oder ob sich das Tourismusverhalten noch nicht so positiv auf die örtliche Gastronomie auswirkt. Um diese Haupthypothese untersuchen zu können wurde den Interviewpartnerinnen und -partnern folgende Frage gestellt: *Könnte Ihr Betrieb auch ohne Gäste aus dem Thermentourismus existieren oder sind Sie auf diese Kundschaft angewiesen?*

IP1-BE	Man ist auf die Stammkunden angewiesen aber nicht auf die Gäste aus dem Thermentourismus.
IP2-BE	Man ist auf neues- und Stammpublikum angewiesen, nicht aber auf Gäste aus dem Thermentourismus.
IP3-BE	Man hat vor dem Tourismus existieren können, mit der neuen Gästesicht ist es auf jeden Fall angenehmer. Durch die getätigten Investitionen ist man auf die Gäste aus dem Tourismus jedoch angewiesen.

IP4-BE	Man könnte auch ohne Thermengäste existieren und ist nicht auf sie angewiesen.
IP5-BE	Man hat keine Einschätzung ob man auf die Gäste aus dem Thermentourismus angewiesen ist, das kommt immer auf die aktuelle wirtschaftliche Lage an.
IP6-BE	Man könnte auch ohne Thermengäste existieren und ist nicht auf sie angewiesen.
IP7-BE	Man kann von den Gästen aus dem Thermentourismus nicht leben und ist nicht auf diese Gästesicht angewiesen.

Tabelle 5: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 2 Bad Erlach (eigene Darstellung)

Die Antworten auf diese Frage zeigen ein eindeutiges Bild. Von sieben befragten Personen konnten sechs ihre Lage in diesem Bereich genau einschätzen, eine Person konnte dies nicht. „Ob ich existieren kann ohne Thermengäste, kann ich dir gar nicht sagen ehrlich gesagt, die wirtschaftliche Lage ist ja auch immer so, dass sie sich manchmal mehr ändert (..). Schwierig“ (IP5-BE). Alle anderen Personen haben eine klare Einstellung zu dieser Frage. Sie waren der Meinung, dass sie auch ohne Thermengäste existieren können, fünf davon sind in keinem Fall auf die Thermengäste angewiesen, einer durch die zielgerichteten Investitionen in diesem Bereich schon. „Wir haben (..) vorher existiert ohne Tourismus, nur ist es natürlich angenehmer wenn der Tourismus da ist. Mit den Investitionen, welche wir zielorientiert da hin getätigt haben, brauchen wir ganz klar den Tourismus“ (IP3-BE). Dieses Unternehmen ist somit das einzige, welches auf den Thermentourismus angewiesen ist. Antworten von Personen, die nicht auf den Thermentourismus angewiesen sind waren zum Beispiel: „Nein, wir sind nicht angewiesen, wir haben mittlerweile alles auf Stammkunden, also das meiste auf Stammkunden aufgebaut“ (IP1-BE), „nein, wir sind nicht angewiesen“ (IP4-BE) oder „leben können wir vom Tourismus nicht“ (IP7-BE). Fünf der sechs Befragten, welche eine Einschätzung abgeben konnten, sind nicht auf den Thermentourismus angewiesen. Somit könnte der Großteil der befragten Unternehmen und Betriebe auch ohne ihn existieren. Zusammenfassend kann nicht gesagt werden, dass der Wellness- und Gesundheitstourismus ein Grund ist, dass die Existenz der Unternehmen in Bad Erlach auf absehbare Zeit gesichert ist. Die meisten sind von ihrer Stammkundschaft und von der wirtschaftlichen Entwicklung abhängig. Hypothese 2 muss somit eindeutig falsifiziert werden.

Hypothese 2 gilt als falsifiziert
--

Hypothese 2a

Ein großer Teil des jährlichen Umsatzes der Unternehmen ist auf den Besuch der Thermengäste zurückzuführen.

Bei dieser Hypothese wird angenommen, dass ein großer Teil (mehr als 50%) des jährlichen Umsatzes der Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe auf den Thermentourismus zurückzuführen ist. Damit soll gleichzeitig in Zahlen dargestellt werden, wie wichtig diese Gästesicht für die einzelnen Betriebe und Unternehmen ist. Um diese Hypothese untersuchen zu können, wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern folgende Frage (2a) gestellt: *Wie viel Prozent Ihres Jahresumsatzes sind auf den Thermentourismus zurückzuführen?*

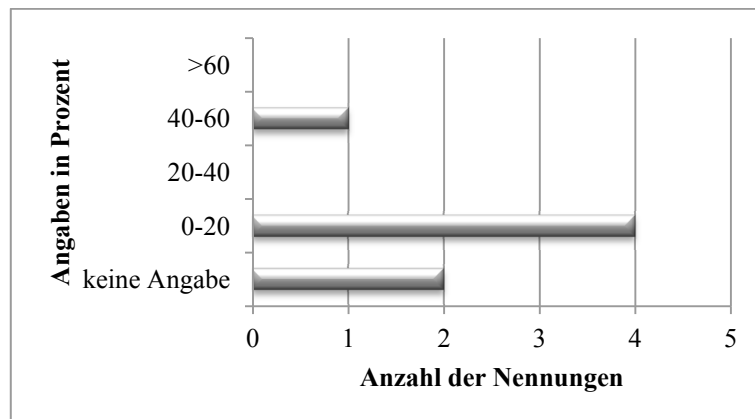


Abbildung 28: Häufigkeitsdiagramm für Frage 2a für Bad Erlach (eigene Darstellung)

Anhand dieser Graphik ist zu erkennen, dass zwei der sieben Befragten keine Zahlen nennen konnten (IP2-BE und IP6-BE). Der Großteil der Interviewpartnerinnen und -partner schätzte den Umsatz, den sie durch den Thermentourismus generieren können, auf 5-20% vom Jahresumsatz ein. „Ja, etwa (...) 5%“ (IP7-BE), „(...) zwischen 5 und 15%“ (IP1-BE), „in etwa (...) zehn Prozent“ (IP4-BE) oder „(...) 20 Prozent hätte ich schon gesagt eigentlich“ (IP5-BE). Das zeigt, dass nicht einmal ein Viertel des Jahresumsatzes auf den Thermentourismus zurückzuführen ist. Nur ein Unternehmen profitiert dagegen deutlich mehr. Für diese Person ist der Wert des Umsatzes, welcher durch den Thermentourismus generiert werden kann, mit den Prozentzahlen von Abbildung 25 im Einklang. IP3-BE gab an, dass 95% seines Jahresumsatzes bei der Nächtigung auf die Thermengäste zurückzuführen sind und 20-30% des Jahresumsatzes auf die Tagesbesuche im Gasthof durch Thermengäste erklärt werden können. Dadurch, dass die beiden Geschäftsbereiche in etwa gleich groß sind wurde auch für diese Berechnung wieder das arithmetische Mittel verwendet und somit ergibt sich ein Gesamtwert von 60%. Das bedeutet, 60% des Jahresumsatzes in diesem Unternehmen sind auf die Thermengäste zurückzuführen. Diesem einen Unternehmen stehen jedoch vier gegenüber, die deutlich weniger Jahresumsatz

durch den Thermentourismus generieren können. Deshalb muss Hypothese 2a falsifiziert werden.

Hypothese 2a gilt als falsifiziert

Eine Unterfrage, welche jedoch keine Auswirkung auf die Richtigkeit oder Falschheit der Hypothese 2a hat, wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zudem noch gestellt: *Kommen im Sommer mehr Gäste als im Winter oder sind keine saisonalen Schwankungen bei den Gästezahlen zu bemerken?* Durch diese Frage (2ai) sollte herausgefunden werden, welche Monate im Jahr die umsatzstarken bzw. die umsatzschwachen sind oder ob die Besucher- und Besucherinnenverteilung über das Jahr hinweg gleich ist und somit keine bestimmte Jahreszeit zu einem größeren oder kleineren Umsatz beiträgt. Die Antworten dazu werden sinngemäß in Tabelle 6 dargestellt.

IP1-BE	Generell ist die Besucherinnen- und Besucherverteilung über das ganze Jahr hinweg gleich, lediglich an schönen Sommertagen kann man deutlich mehr Gäste begrüßen.
IP2-BE	Es kommen eindeutig mehr Gäste im Sommer.
IP3-BE	Das ist relativ ausgeglichen.
IP4-BE	Das ist über das ganze Jahr hinweg in etwa gleich verteilt.
IP5-BE	Das ist über das ganze Jahr hinweg in etwa gleich verteilt.
IP6-BE	Es gibt sehr wenige Schwankungen.
IP7-BE	Es ist recht ausgeglichen, die starke Zeit ist jedoch die Weihnachtszeit.

Tabelle 6: Sinngemäße Antworten zur Frage 2ai Bad Erlach (eigene Darstellung)

Der Grundtenor, der sich durch alle Antworten zieht ist, dass es eigentlich so gut wie keine saisonalen Schwankungen gibt und dass die Gästeverteilung über das Jahr hinweg in etwa ausgeglichen ist. Ein paar interessante Aussagen sollen an dieser Stelle zitiert werden: „Generell vom Heurigen (..) ist es eigentlich ganzes Jahr relativ gleichbleibend, an extrem schönen Sommertagen ist natürlich dann mehr Auslastung da“ (IP1-BE), oder „(..) es sind im Winter vielleicht mehr Hausgäste (..), also Nächtigungen, als wie im Sommer. Aber im Sommer ist wieder (..) der Tagesgast (..), das haltet sich die Stange“ (IP3-BE). Eine befragte Person sieht den Winter eher als Vorteil für sein bzw. ihr Unternehmen: „(..) während der Woche haltet es sich ziemlich die Waage (..) unsere starke Seite ist dann doch teilweise schon der Winter, Weihnachtsfeiern, Bälle, oft auch Geburtstagsfeiern“ (IP7-BE). Ein ganz klares Statement für den Sommer als starke Jahreszeit ist auch gefallen: „Ja, ist schon stark so. Durch das Eisgeschäft im Sommer ist es vom Umsatz her schon ein Drittel bis 50 Prozent mehr im Sommer“ (IP2-BE).

Zum Großteil gibt es für die meisten Betriebe und Unternehmen jedoch kaum saisonale Schwankungen bei den Gästezahlen. Somit kann man auch nicht sagen, welche Jahreszeit sich besser oder schlechter auf den Umsatz auswirkt. In diesem Fall kann man das bei lediglich zwei von sieben befragten Betrieben und Unternehmen sagen (IP2-BE und IP7-BE).

Hypothese 2b

Die Unternehmen werden durch gezielte Maßnahmen von der Gemeinde und/oder dem Land unterstützt.

Annahme 2b besagt, dass die befragten Unternehmen und Betriebe von der Gemeinde und/oder vom Land gezielt gefördert werden bzw. wurden. Finanzielle Unterstützung ist für viele Unternehmen von großer Notwendigkeit um existieren zu können oder wichtige Umbauarbeiten einfacher bewältigen zu können. Die Annahme geht in diese Richtung, dass angenommen wird, dass die Betriebe und Unternehmen finanziell unterstützt werden bzw. wurden, damit sie gezielt investieren können/konnten um so für den Tourismus attraktiver zu werden. Dadurch hätte auch die Gemeinde bzw. das Land wieder einen Vorteil. Die Frage (2b), welche im Rahmen dieser Hypothese an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gestellt wurde, war folgende: *Gibt es für Ihren Betrieb Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?* In Abbildung 29 ist ein Säulendiagramm mit den Ergebnissen zu Frage 2b dargestellt. Anzumerken ist an dieser Stelle, dass es auch möglich ist, dass man zum Beispiel vom Land eine Förderung bekommt, von der Gemeinde jedoch nicht. Diese mögliche Antwort würde in diesem Diagramm unter „Ja“ aufscheinen, da die Frage war, ob es Fördermittel von Seiten der Gemeinde *oder* des Landes gibt. Das bedeutet, wenn es auch nur von einer dieser Parteien Fördermittel gibt bzw. gab, fällt die Antwort in die Kategorie „Ja“.

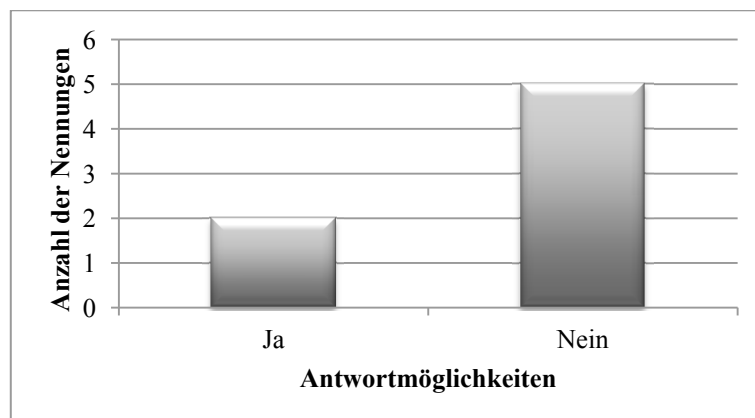


Abbildung 29: Häufigkeitsdiagramm für Frage 2b für Bad Erlach (eigene Darstellung)

Die Antwortverteilung bei dieser Frage fällt recht eindeutig aus. Nur zwei der sieben befragten Betriebe und Unternehmen bekommen entweder von Seiten der Gemeinde oder des Landes Fördermittel. Die restlichen fünf bekommen keine finanzielle Unterstützung und sind in diesem Bereich ganz auf sich alleine gestellt. Die Antworten lauteten wie folgt: „Nein“ (IP1-BE), „Nein, wir haben das alles selbst gemacht“ (IP3-BE), „Nein, ich bin eigentlich 38 Jahre selbstständig, aber Förderungen habe ich noch nie bekommen“ (IP6-BE) oder „ich habe noch nichts bekommen“ (IP7-BE). Zwei Unternehmen haben jeweils vom Land eine Förderung bekommen, aber nicht von der Gemeinde. „(..) wie ich gebaut habe, habe ich Förderungen bekommen vom Tourismusbund (..) und vom Land Niederösterreich. (..) Von der Gemeinde wüsste ich jetzt nicht“ (IP4-BE) und „vom Land habe ich eine Förderung“ (IP2-BE). Auf Grund der Ergebnisse kann Hypothese 2b eindeutig verneint werden.

Hypothese 2b gilt als falsifiziert

Das Fazit zu Hypothese 2 gesamt: Man kann an dieser Stelle nicht sagen, dass der Wellness- und Gesundheitstourismus in Bad Erlach dazu führt, dass die befragten Gastronomiebetriebe und -unternehmen in ihrer Existenz in den nächsten Jahren abgesichert sind. Die meisten Gaststätten sind weiterhin von ihrer Stammkundschaft abhängig und sind zu ihrem Vorteil nicht auf den Besuch der Thermengäste angewiesen, jedoch profitieren sie auch nicht wirklich von ihnen, da der Besuch großteils ausbleibt. Das ist in diesem Fall ein zweiseitiges Schwert. Mit dieser Erkenntnis geht natürlich einher, dass die Unternehmen und Betriebe keinen großen Umsatz mit den Thermengästen machen. Auch die finanzielle Unterstützung von Seiten der Gemeinde oder des Landes ist in den meisten Fällen ausgeblieben. Nur zwei der sieben Befragten profitieren in diesem Bereich. Durch fehlende finanzielle Mittel und Unterstützung ist es dem einen oder anderen vielleicht nicht möglich in sein bzw. ihr Unternehmen zu investieren um die Thermengäste dadurch mehr anzusprechen. Ein Fakt ist auch, das kann man sowohl aus den Ergebnissen der Hypothesen eins als auch zwei ableiten, dass die Thermengäste, welche in der Therme übernachten kaum in den Ort kommen, während Tagesgäste vereinzelt die Gastronomiestätten des Ortes aufsuchen. Dies gilt für fünf der befragten Betriebe, zwei profitieren eindeutig mehr von den Tagesgästen.

Hypothese 3

Der Wellnesstourismus führte dazu, dass die Konkurrenz zwischen den einheimischen Unternehmen größer wurde.

Hypothese 3 besagt, dass die Konkurrenz zwischen den einheimischen Unternehmen durch den Wellness- und Gesundheitstourismus in den letzten Jahren deutlich gestiegen ist. Durch den Tourismus, wird es mehr Mitbewerber am Markt geben und somit ist auch die Konkurrenz größer. Um diese Annahme untersuchen zu können, wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern im Rahmen des Interviews folgende Frage (3) gestellt: *Ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Gesundheits- und Wellnesstourismus in den letzten Jahren größer geworden?* In Abbildung 30 ist das Ergebnis von Frage 3 zu sehen. Sechs der sieben befragten Personen haben eine eindeutige Einstellung zu diesem Thema. Nur eine konnte sich nicht festlegen: „Es sind mehr Gäste in Bad Erlach durch die Therme, es sind auch mehr Mitbewerber und ich glaube, dass sich das irgendwo doch die Waage hält“ (IP5-BE). Nur zwei sagten, dass die Konkurrenz natürlich gewachsen sei: „Ja, glaube ich schon. Ja“ (IP2-BE) und „Sicher. Man braucht nur nach Bad Erlach schauen, es sind einige Betriebe dazugekommen, ein, zwei Betriebe haben ausgebaut, (..), klar wird die Konkurrenz größer. Aber das ist halt die freie Marktwirtschaft, mit dem müssen wir leben“ (IP3-BE). Die übrigen vier Befragten waren allesamt der Meinung, dass durch den steigenden Tourismus die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben nicht größer geworden ist. Zwei der vier Antworten waren folgende: „(..) Nein, eigentlich finde ich nicht“ (IP4-BE) und „ich sage einmal, ein gemütliches Miteinander“ (IP7-BE).

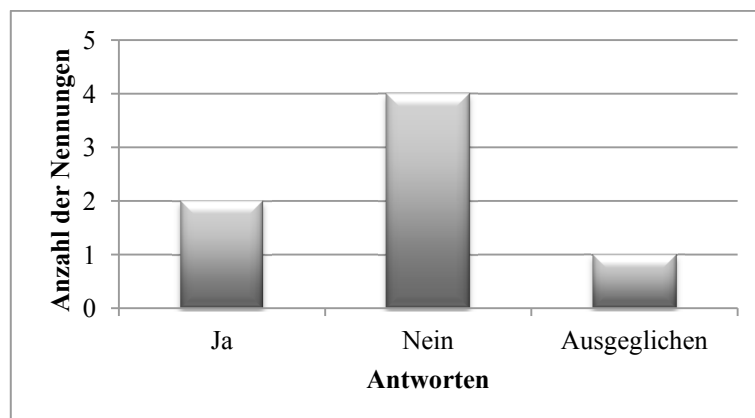


Abbildung 30: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3 für Bad Erlach (eigene Darstellung)

Von sechs gültigen Antworten fällt das Ergebnis deutlich aus: Vier Personen glauben nicht, dass durch den Wellness- und Gesundheitstourismus die Konkurrenz unter den Betrieben gestiegen ist, zwei hingegen stimmen dem eindeutig zu. Dadurch kann Hypothese 3 nicht bestätigt werden.

Hypothese 3 gilt als falsifiziert

Hypothese 3a

Durch den Tourismus haben einige Unternehmen ihren Standort erweitert und ausgebaut, um so mehr Platz und bessere Angebote für ihre Kundinnen und Kunden zu schaffen.

Es wird angenommen, dass die Leiterinnen und Leiter der Betriebe und Unternehmen diese in den letzten Jahren wegen des Tourismusgeschehens ausgebaut haben, um so mehr Platz für Gäste zu schaffen. Dazu wurde folgende Frage (3a) gestellt: *Haben Sie Ihren Betrieb in den letzten Jahren wegen des Tourismusgeschehens ausgebaut bzw. erweitert?*

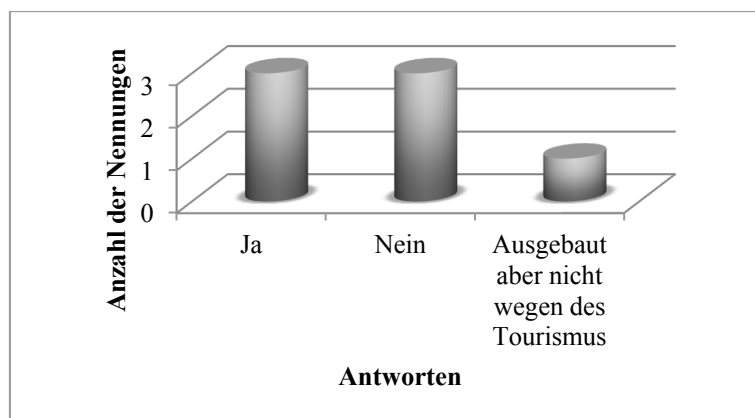


Abbildung 31: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3a für Bad Erlach (eigene Darstellung)

Es ist zu erkennen, dass das Ergebnis nicht eindeutig ausgefallen ist. Jeweils drei Personen gaben an, ihren Betrieb wegen des Tourismus ausgebaut bzw. erweitert zu haben bzw. das nicht getan zu haben. Eine Person erzählte, dass der Betrieb in den letzten Jahren ausgebaut wurde, aber nicht wegen des Tourismus. „Nein, eigentlich deswegen nicht. Sondern das haben wir schon lange geplant (..)“ (IP4-BE). Zwei Begründungen für einen Ausbau waren besonders interessant: „(..) das haben wir (..) gemacht wie die Therme eröffnet hat, dadurch ist auch unser Konzept von statten gegangen“ (IP1-BE) und „(..) wir haben 2005 von den Eltern übernommen und ich habe vorige Woche die letzte Baustelle abgeschlossen. Also wir haben permanent (..) investiert, saniert und ausgebaut“ (IP3-BE). Das heißt, IP1-BE hat extra wegen der Therme umgebaut und ein neues Konzept entworfen und auch IP3-BE hat seinen Gasthof wegen des

Tourismusgeschehens komplett um- und ausgebaut. Durch diese gezielten Investitionen ist vor allem IP3-BE vom Thermentourismus abhängig. Hypothese 3a kann auf Grund des ausgeglichenen Ergebnisses weder verifiziert noch falsifiziert werden.

Hypothese 3b

Durch den Tourismus bieten die Unternehmen zusätzliche Produkte und Dienstleistungen an, um konkurrenzfähiger gegenüber anderen Unternehmen zu sein.

Ähnlich wie bei Hypothese 3a wird bei dieser Hypothese davon ausgegangen, dass die Gastronomiestätten wegen des Tourismus neue Produkte und Dienstleistungen anbieten, um konkurrenzfähiger gegenüber anderen Betrieben und Unternehmen zu sein und somit einen Wettbewerbsvorteil gegenüber diesen zu haben. Die Frage (3b) dazu war: *Haben Sie wegen des Tourismus in den letzten Jahren neue Produkte und Dienstleistungen angeboten, um so konkurrenzfähiger gegenüber anderen Betrieben in Bad Erlach zu sein?* In Abbildung 32 ist das Ergebnis graphisch dargestellt.

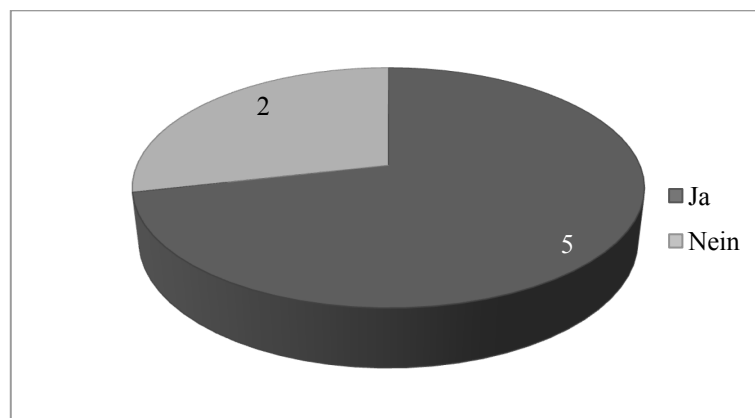


Abbildung 32: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3b für Bad Erlach (eigene Darstellung)

Das Ergebnis ist sehr eindeutig ausgefallen. Fünf der sieben Leiterinnen und Leiter haben wegen des Tourismus in den letzten Jahren neue Produkte und Dienstleistungen angeboten. Ein Betrieb bietet seit kurzem warmes Mittagessen an (vgl. IP1-BE), während eine Person neue Tortenkreationen geschaffen hat und gleichzeitig der Meinung ist, dass man immer wieder etwas Neues anbieten muss, um im Gespräch zu bleiben (vgl. IP2-BE). Ähnlich sieht das IP4-BE, die auf Dinkelprodukte umgestiegen ist und sich dadurch eine große Stammkundschaft aufgebaut hat. Der Grundtenor, welcher sich durch beinahe alle Interviews gezogen hat ist, dass es immer gut ist, neue Produkte und Dienstleistungen anzubieten, da die Menschen immer etwas Neues

ausprobieren wollen. Diesem Wunsch gehen fünf der sieben Betriebe und Unternehmen nach. Hypothese 3b ist auf Grund dieses eindeutigen Ergebnisses auf jeden Fall zu bestätigen.

Hypothese 3b gilt als verifiziert
--

Hypothese 3c

Das Konkurrenzdenken unter den Unternehmen der gleichen Branche innerhalb der Ortschaft ist größer als der Wunsch nach Zusammenarbeit zwischen diesen Unternehmen.

Es wird angenommen, dass das Konkurrenzdenken unter den branchengleichen Betrieben im Ort in den letzten Jahren wegen des Tourismus angestiegen ist. Dadurch, dass mehr Gäste zu erwarten sind, haben Mitbewerber möglicherweise neue Konzepte geschaffen. Die Folge ist, dass unter den Mitbewerbern größere Konkurrenz entsteht. Weil sich alle Betriebe und Unternehmen um die neue Gästesicht bemühen, wird konstruktive Zusammenarbeit eher ausgeschlossen. Frage 3c wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern in Bezug auf diese Hypothese gestellt: *Überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?* In Tabelle 7 werden die Antworten der befragten Personen sinngemäß wiedergegeben.

IP1-BE	Konkurrenzdenken war früher der Fall, die Zusammenarbeit wird immer besser. Miteinander können wir mehr erreichen.
IP2-BE	Zusammenarbeit braucht man nicht.
IP3-BE	Es herrscht ein gewisses Konkurrenzdenken, aber auch Zusammenarbeit.
IP4-BE	Leider mehr Konkurrenzdenken, obwohl man gerne mehr zusammenarbeiten wollen würde.
IP5-BE	Eine Zusammenarbeit ist in den letzten Jahren entstanden.
IP6-BE	Es herrscht keine Zusammenarbeit, jeder ist auf sich selbst angewiesen.
IP7-BE	Die Zusammenarbeit ist in den letzten Jahren gestiegen.

Tabelle 7: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 3c Bad Erlach (eigene Darstellung)

Drei Befragte gaben an, dass die Zusammenarbeit in den letzten Jahren unter den branchengleichen Betrieben immer besser funktioniert und dass die Bereitschaft dazu merklich gestiegen ist. Dem gegenüber stehen drei Befragte, welche nicht viel von einer Zusammenarbeit merken bzw. zum Teil auch nicht viel davon halten. Eine Person sagte, dass sowohl Zusammenarbeit als auch Konkurrenzdenken in gleichem Maße vorherrschend sind. Auf Grund dieses ausgeglichenen Ergebnisses kann Hypothese 3c weder bestätigt noch widerlegt werden.

Hypothese 3d

Die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen lokalen Produzenten hat sich verbessert, das Konkurrenzdenken weicht branchenübergreifend der Kooperation.

Es wird angenommen, dass die heimischen Gastronomiestätten wegen des Tourismus die Chance sehen, mit branchenübergreifenden Betrieben und Unternehmen gewinnbringend zu kooperieren. Durch die nicht gegebene direkte Konkurrenz kann es sein, dass es zu einer besseren Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen diesen Betrieben und Unternehmen kommt. Beide Parteien würden durch gemeinsame Geschäftskonzepte profitieren. Um dieser Annahme auf den Grund zu gehen, wurde folgende Frage erarbeitet: *Profitiert Ihr Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?*

Die Antworten auf diese Frage waren wieder recht unterschiedlich. Vier der sieben Befragten gaben an, dass sie nicht mit branchenübergreifenden Betrieben kooperieren und somit naturgemäß auch keine Vorteile aus einer Zusammenarbeit generieren können. Die anderen drei sagten, dass sie sehr wohl mit anderen Betrieben zusammenarbeiten, soweit dies möglich sei. Die gegenseitige Unterstützung steht für diese Personen an erster Stelle. Mehr als die Hälfte der Befragten verneinte diese Art der Zusammenarbeit. Deshalb kann diese Hypothese nicht bestätigt werden.

Hypothese 3d gilt als falsifiziert

Hypothese 3e

Die Unternehmen wählen ihre Zulieferer bewusst aus der Region, um sich gegenseitig zu unterstützen.

Es geht darum zu erfragen, ob die ortsansässigen Gastronomiebetriebe und -unternehmen ihre Zulieferer bewusst aus der Region auswählen. Auf der einen Seite deshalb, um das Bewusstsein für die Qualität der heimischen Produkte bei den Konsumenten zu stärken und auf der anderen Seite, um heimische Partnerbetriebe und -unternehmen aktiv zu unterstützen. Dafür wurde folgende Frage (3e) ausgearbeitet: *Wählen Sie Ihre Zulieferer bewusst aus der Region aus?*

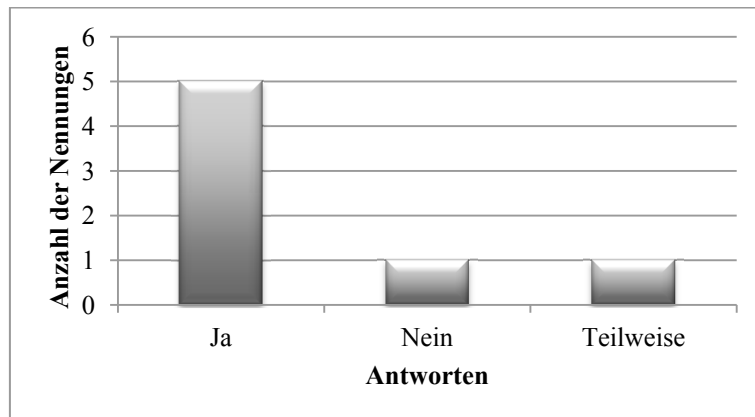


Abbildung 33: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3e für Bad Erlach (eigene Darstellung)

Die Antworten auf diese Frage fielen sehr eindeutig aus. Alle sieben Befragten gaben an, dass sie einige Produkte bei Betrieben aus der Region einkaufen und dass sie diese Art der Kooperation als sehr wichtig ansehen. Es entsteht dadurch ein gutes Netzwerk zwischen den Betrieben aus der Region. Auf Grund dieses Ergebnisses ist Hypothese 3e eindeutig zu bestätigen.

Hypothese 3e gilt als verifiziert

Das Fazit zu Hypothese 3 gesamt: Die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben und Unternehmen ist in den letzten Jahren durch den Wellness- und Gesundheitstourismus nicht gestiegen. Das Konkurrenzdenken und die Zusammenarbeit zwischen branchengleichen einheimischen Betrieben hält sich zudem die Waage. Rund die Hälfte der befragten Betriebe ist für brancheninterne Zusammenarbeit offen. Dennoch ist in diesem Bereich sicherlich noch viel Luft nach oben und mehr Zusammenarbeit könnte dazu führen, dass häufiger gemeinsame Projekte gestartet werden könnten, welche zusätzlich Gäste bringen. Bei der Zusammenarbeit mit branchenübergreifenden Betrieben sieht es noch schlechter aus. Auch in diesem Bereich gibt es sicherlich noch Entwicklungspotential. Unterschiedlich sieht es auch bei den betriebsinternen Investitionen wegen des Tourismus aus. Rund die Hälfte der befragten Betriebe und Unternehmen haben ihre Gaststätte wegen des Tourismus aus- bzw. umgebaut. Bei den Produkten und Dienstleistungen zeigt sich ein deutlich anderes Bild. Fünf von sieben Betrieben bieten, seit dem es den Tourismus in Bad Erlach gibt, neue Produkte und Dienstleistungen an um dadurch konkurrenzfähiger am Markt zu sein. Der Grundtenor lautet zudem, dass man immer wieder neue Sachen anbieten muss, um im Gespräch zu bleiben. Ein eindeutiges Statement gab

es, wenn sich die Frage stellte, ob die Zulieferer bewusst aus der Region gewählt werden. Hier gab es große Zustimmung und Bereitschaft sich gegenseitig zu unterstützen.

Hypothese 4

Thermengäste haben höhere Ansprüche an die Betriebe als Einheimische.

Es wird angenommen, dass Thermengäste generell höhere Ansprüche an die Betriebe stellen als Einheimische. Das könnte deswegen der Fall sein, weil diese Gäste nicht regelmäßig kommen und dadurch höhere Erwartungen haben, wenn sie sich einmal einen Urlaub gönnen. Dazu wurde folgende Frage erstellt: *Können Sie sagen, dass Thermengäste höhere Ansprüche an Ihren Betrieb stellen als Einheimische?*

Ja	0
Nein	7

Tabelle 8: Antwortverteilung Frage 4 Bad Erlach (eigene Darstellung)

Die Antworten auf diese Frage sind überraschend ausgefallen. Überraschend deshalb, weil davon ausgegangen wurde, dass Thermengäste ganz sicher höhere Erwartungen an die Gaststätten stellen würden. Alle sieben Befragten gaben jedoch an, dass Thermengäste keine höheren Ansprüche an die Betriebe stellen als Einheimische. IP1-BE sagte, dass sie keine höheren Ansprüche stellen, sondern zum Teil einfach andere. IP3-BE meinte, dass die Thermengäste genau wissen, was sie erwarten können und dass sich deren Ansprüche mit denen der Einheimischen die Waage halten. Das war auch die Meinung der anderen Befragten. Alle Interviewpartnerinnen und -partner äußerten sich, dass man keine großen Unterschiede zwischen der Erwartungshaltung Einheimischer und jener der Thermengäste spürt.

Hypothese 4 gilt als falsifiziert
--

Hypothese 4a

Touristen und Touristinnen erwarten ein besseres Service, eine angenehmere Atmosphäre und einen freundlicheren Umgangston während ihres Aufenthaltes.

Man geht davon aus, dass die Thermengäste höhere Ansprüche stellen als Einheimische in Bezug auf das Service, die Freundlichkeit und die gesamte Atmosphäre in der Gaststätte. Folgende Frage wurde den Interviewpartnerinnen und -partnern dazu gestellt: *Stellen Touristinnen und Touristen in Bezug auf das Service, die Freundlichkeit und die gesamte Atmosphäre höhere Ansprüche?*

Die Antwortverteilung ist genau gleich wie bei Hypothese 4. Alle sieben Befragten waren der Meinung, dass Touristinnen und Touristen in den genannten Bereichen keine höheren Ansprüche als Einheimische haben. „Es ist Voraussetzung, (..), ich kann ja nicht Unterschiede machen. (..) Weil leben tun wir in erster Linie natürlich vom Stammgast. (..) Natürlich darf ich die, muss ich die natürlich auf alle Fälle gleich stellen“ (IP3-BE). Diese Person meinte, dass man alle Gäste gleich gut behandeln muss und keine Unterschiede machen darf, das wäre nicht gut für das Geschäft und die Nachrede. „(..) ich muss ehrlich sagen, das glaube ich nicht. Weil generell, (..) wenn man in das Gasthaus geht, will jeder eine frische, eine gute Ware haben, freundliches Personal und da ist es glaube ich egal, ob das ein Erlacher oder ein Auswärtiger ist. Also ich glaube da zählt ein jeder Gast gleich und es soll auch jeder gleich behandelt werden“ (IP7-BE). Auch diese Person sagte, dass man alle Gäste gleich behandeln muss und dass sich die Thermengäste und die Einheimischen ein gleich gutes Service, einen gleich guten Umgangston und eine gleich passende Atmosphäre wünschen. „Nein eigentlich, nein überhaupt nicht. Sie sind total nett alle“ (IP4-BE) und „Nein eigentlich nicht, das könnte ich nicht sagen. Denke da gibt es keine Unterschiede“ (IP6-BE), waren noch zwei weitere Antworten. Daraus wird deutlich, dass auch Hypothese 4a falsifiziert werden muss.

Hypothese 4a gilt als falsifiziert

Hypothese 4b

Touristen und Touristinnen erwarten ein besseres Preis- Leistungsverhältnis.

Diese Hypothese soll mit folgender Frage untersucht werden: *Erwarten sich Touristinnen und Touristen ein besseres Preis- Leistungsverhältnis als Einheimische?*

Auch diese Frage wurde genau gleich beantwortet wie die beiden davor. Alle sieben Befragten gaben an, dass sich die Thermengäste kein besseres Preis- Leistungsverhältnis erwarten als Einheimische. „(..) speziell wenn Gäste aus Wien kommen, die sich unsere Preise anschauen, sagt jeder, (..) dass wir zu billig sind“ (IP3-BE), „(..) sie sind weniger anspruchsvoll als Einheimische. Dass sie oft sagen, was, das kostet gar nicht mehr?“ (IP6-BE) und „wenn ich so nachdenke, auch nicht. Sie sind auch vom Preis her ziemlich zufrieden. Manche sind sogar überrascht, dass es nicht teurer ist“ (IP4-BE). Diese Antworten zeigen, dass keine größeren Erwartungen an das Preis- Leistungsverhältnis von Seiten der Thermengäste gestellt werden, ganz im Gegenteil, viele sind überrascht, dass die Produkte und Dienstleistungen so billig sind.

Das liegt sicherlich daran, dass die meisten Betriebe in Bad Erlach auf ihre Stammkunden angewiesen sind und die Preise daher auf diese Gästesicht angepasst sind. Eine Preiserhöhung können sich die Betriebe nicht leisten, da sich dann genau ihr wichtigstes Zielpublikum -die Einheimischen- langfristig zurückziehen würde. Vor allem für Thermengäste, welche aus Großstädten oder städtischen Gebieten kommen, sind die Preise dann naturgemäß günstig.

Aus den letzten drei Fragen und deren Antworten kann man schließen, dass die Thermengäste nicht anspruchsvoller sind als Einheimische und dass die Leiterinnen und Leiter der Betriebe und Unternehmen sehr daran interessiert sind, allen Gästen das Gleiche bieten.

Hypothese 4b gilt als falsifiziert

Hypothese 4c

Im kulinarischen Bereich erwarten Touristinnen und Touristen eine vielseitige Auswahl an regionalen und qualitativ hochwertigen Produkten.

Es wird angenommen, dass sich die Thermengäste regionale und qualitativ hochwertige Produkte auf der Speisekarte erwarten, wenn sie in diese Region kommen und keine Waren, die sie selbst bei Händlern oder in Einkaufshäusern besorgen könnten. Diese Frage (4c) wurden den Teilnehmerinnen und Teilnehmern in Bezug auf Hypothese 4c gestellt: *Erwarten Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte auf der Speisekarte?*

Ja	5
Nein	2

Tabelle 9: Antwortverteilung Frage 4c Bad Erlach (eigene Darstellung)

Wie Tabelle 9 zeigt, haben fünf der sieben Befragten zugestimmt, dass Thermengäste mehr regionale und qualitativ hochwertige Produkte auf der Speisekarte erwarten. Zwei der Befragten waren nicht der Meinung. Repräsentativ für die fünf zustimmenden Antworten steht folgende: „(..) Sie wollen auf jeden Fall regionale Produkte. Wenn sie kommen wollen sie halt wirklich, dass alles von der Region ist (..), da sind einige dabei. Der Großteil“ (IP4-BE). In den Gesprächen hörte man genau diese Meinung am öftesten. Die meisten Befragten waren der Meinung, dass die Gäste, wenn sie hier her auf Urlaub kommen, auch regionale Produkte konsumieren wollen.

Hypothese 4c gilt als verifiziert
--

Hypothese 4d

Thermentouristinnen und -touristen sind bereit, für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische.

Diese Hypothese besagt, dass Thermengäste eher dazu bereit sind, für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische. Dieses Statement wird durch die Annahme bestärkt, dass Thermengäste Urlaubsgäste sind und diese sich oft mehr leisten wollen als Einheimische, welche die Produkte und Dienstleistungen jederzeit konsumieren könnten. Um diese Hypothese bestätigen oder widerlegen zu können, wurde den Interviewpartnerinnen und -partnern folgende Frage gestellt: *Sind Thermengäste eher dazu bereit für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?*

Von den sieben befragten Personen gaben vier eine Meinung ab, drei konnten auf diese Frage keine Antwort geben. Die vier gültigen Antworten lauteten allesamt „Ja“. „Glaube ich schon ja. Weil sie einmal kommen und dann ist es ja egal. (...) Im Urlaub fragt ja auch keiner was es kostet“ (IP2-BE). „Oja, schon. Wie gesagt, wenn sie her kommen und so, da waren ein paar schon dabei, die gesagt haben, dass sie das teurer gewohnt sind. Und was ihnen auch mehr wert gewesen wäre. Also schon“ (IP4-BE). Durch die gegebenen Antworten kann diese Hypothese bestätigt werden.

Hypothese 4d gilt als verifiziert
--

Das Fazit zu Hypothese 4 gesamt: An dieser Stelle kann gesagt werden, dass Thermengäste keine höheren Erwartungen an die ortsansässigen Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe stellen als Einheimische. Das wurde von allen sieben Befragten einstimmig bestätigt, sei es in Bezug auf das Service, die Freundlichkeit, die gesamte Atmosphäre oder das Preis-Leistungsverhältnis. Immer wieder wurde erwähnt, dass man sich in Bezug auf diese Kriterien bei jedem Gast sehr bemüht. Der gute Ton, Freundlichkeit, ein gutes Service und ein passendes Preis- Leistungsverhältnis gehören soundso zu diesem Geschäft dazu. Jeder Gast soll sich während des Aufenthalts wohl fühlen. Bei den Preisen sind die meisten Touristen und Touristinnen überrascht, dass die Produkte und Dienstleistungen nicht teurer sind. Viele kommen aus der Stadt und sind dadurch weit höhere Preise bei gleich guter oder sogar schlechterer Qualität gewohnt. Bei der Erwartung bezüglich regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte

sieht die Einstellung schon anders aus. Der Großteil der Befragten gab an, dass sich die Gäste regionale Produkte erwarten, da sie hier her kommen um Urlaub zu machen und die Region besser kennenlernen wollen. Dabei spielen auch regionale Produkte eine große Rolle. Darüber hinaus wurde bestätigt, dass Thermengäste eher dazu bereit sind, mehr Geld für Produkte und Dienstleistungen auszugeben als Einheimische. Auch das könnte darauf zurückzuführen sein, dass sie Urlaub machen und sich dadurch mehr gönnen wollen als Einheimische, die soundso jederzeit die Betriebe besuchen können.

Hypothese 5

Durch den Bau der Thermenlandschaft und dem daraus florierenden Fremdenverkehr wurde vermehrt in die Infrastruktur investiert und ein neues, schöneres Ortsbild entstand.

Es wird angenommen, dass der Bau der Therme dazu geführt hat, dass in die Infrastruktur investiert wurde und sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben. Dazu wurde den Befragten folgende Frage gestellt: *Würden Sie sagen, dass durch den Thermentourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild auswirkten?*

IP1-BE	Es wurde einiges umgeändert, ob es positiv ist, sei in den Raum gestellt.
IP2-BE	Es wurde investiert, aber an der falschen Stelle.
IP3-BE	Im Bereich des finanziell Möglichen wurde investiert, es braucht aber sicher noch Zeit.
IP4-BE	Ja, es wurde investiert und diese Investitionen haben zur steigenden Bekanntheit Bad Erlachs beigetragen und sich positiv auf das Ortsbild ausgewirkt.
IP5-BE	Ja, es wurde investiert und das hat sich positiv auf das Ortsbild ausgewirkt.
IP6-BE	Ja, es wurde investiert und die Investitionen haben sich positiv auf das Ortsbild ausgewirkt.
IP7-BE	Es wurde zwar investiert, das Ortsbild wurde dadurch aber nicht schöner- eher das Gegenteil ist der Fall.

Tabelle 10: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 5 Bad Erlach (eigene Darstellung)

Drei der sieben Befragten sagten, dass durch die Therme vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dadurch gleichzeitig das Ortsbild verschönert wurde. Die anderen vier Personen gaben an, dass zwar investiert wurde, aber teilweise an den falschen Stellen. Einige dieser kritischen Stimmen sollen an dieser Stelle aufgelistet werden: „Ja, es sind sicherlich einige Umbauarbeiten gemacht worden, aber ob es sich positiv auf das Ortsbild ausgewirkt hat, das ist in den Raume gestellt, aber es ist einiges umgeändert worden. (..) positiv ist sicherlich, dass Grünanlagen mehr gepflegt werden (..). Negativ ist, dass keine Radwege im Zuge des ganzen Straßenbaus gemacht worden sind (..)“ (IP1-BE). „(..) ja was hat sich geändert? Mehr Pflanzen

sind da, mit vielen Steinen, aber ein schönes Bild ist das nicht (..). Investiert haben sie schon, aber ich glaube falsch. Meiner Meinung nach“ (IP2-BE). „Ja und nein. (..) das im Bereich des finanziell Möglichen ist gemacht worden (..) das Ganze muss wachsen“ (IP3-BE). Diesen eher zweiseitigen Antworten stehen drei eindeutige gegenüber, in denen gesagt wird, dass viel in die Infrastruktur investiert wurde und das Ortsbild davon profitiert hat. Auf Grund dieser mehrheitlich zweigeteilten Meinungen kann diese Hypothese weder bestätigt noch widerlegt werden.

Hypothese 5a

Von den Innovationen im Bereich der Infrastruktur, des Kulturangebotes und des Freizeitangebotes profitiert die gesamte Bevölkerung der Gemeinde.

Anhand dieser Hypothese wurde hinterfragt, ob die einheimische Bevölkerung genauso von den Erneuerungen in den verschiedenen Bereichen profitiert wie die Thermengäste. Dazu wurde diese Frage (5a) gestellt: *Glauben Sie, dass die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen in die Infrastruktur und in das Kultur- und Freizeitangebot ebenso profitiert wie die Touristinnen und Touristen?* Es wird davon ausgegangen, dass durch den Thermenbau gezielt in die Infrastruktur des Ortes investiert wurde und dass sich dadurch natürlich auch für die Einheimischen vieles zum Positiven gewendet hat.

Ja	3
Nein	3
Vielleicht	1

Tabelle 11: Antwortverteilung Frage 5a Bad Erlach (eigene Darstellung)

Anhand dieser Tabelle kann man gut erkennen, dass die Meinungen bezüglich dieser Frage sehr unterschiedlich sind, sich aber die Waage halten. Drei Befragte gaben an, dass die einheimische Bevölkerung sicher von den Angeboten und Erneuerungen profitiert, drei sagten, dass dies nicht der Fall sei und eine Person antwortete auf diese Frage „vielleicht“. Da so viele unterschiedliche Antworten gegeben wurden, werden an dieser Stelle einige davon angeführt: „glaube ich eigentlich nicht, ich glaube eher im Gegenteil. Dass eigentlich die Einheimischen, normale Bevölkerung nicht wirklich sehr erfreut ist vom Tourismus weil es sind weder die Kosten weniger geworden, eher mehr geworden für jeden einzelnen Bürger, das Verkehrsaufkommen ist mehr geworden, also ich kann mir nicht vorstellen, dass sich ein normaler Bürger sehr freut über die Therme. (..) Kulturangebot wird nicht wirklich jetzt angeboten vom Ort sondern das wird

eigentlich angeboten von der Arena Nova und ich glaube, dass die eigene Kultur dadurch (..) sogar mehr auf der Strecke bleibt. Das was früher angeboten worden ist, wird eigentlich heute belächelt oder (..) sehr hinunter gespielt“ (IP1-BE). „Glaube ich nicht. Es ist, im Endeffekt hat sich nichts geändert. Es ist nur auf Kosten der Steuerzahler gebaut worden. Ja ist so, kostet uns nur Geld“ (IP2-BE). „Wenn ich jetzt denke an das letzte Freizeitprogramm, oder Sportprogramm (..) glaube ich nicht, dass die Erlacher etwas davon haben. Das kann ein Erlacher, so gesehen nicht nutzen, ja höchstens er ist als Mitglied dabei aber auch nur beschränkt. (..) Kulturprogramm, glaube ich, haben sie ganz gut hingbracht mit dem Gemeindezentrum mit der Arena Nova aber nur weiß ich nicht, ob das nicht zu viel ist“ (IP7-BE). Diese Personen sind nicht der Meinung, dass die bestehenden Angebote von den Einheimischen genauso genutzt werden können. Dem gegenüber stehen drei gegenteilige Meinungen: „Ja, sicher. (..) wenn ich heute hernehme, wie viele Supermärkte wir zum Beispiel schon haben in Erlach, profitiert die Gemeinde auch davon. Von den Lokalen, von den Sportstätten, wenn ich jetzt den neuen Fußballplatz (..) hernehme, das ist natürlich auch teilweise für die Bevölkerung gemacht. Aber im Zuge natürlich des Tourismus, (..) des Thermenbaus“ (IP3-BE). „Schon (..). Weil ich meine wir wohnen ja da und wir bewegen uns wesentlich mehr im Ort“ (IP5-BE). Eine Person konnte nicht eindeutig sagen, ob auch die einheimische Bevölkerung profitiert: „Vielleicht teilweise. Weil sie eben einen neuen Sportplatz gebaut haben. Ich glaube, dass das ausgeglichen ist“ (IP6-BE). Man kann schnell erkennen, dass bei dieser Frage relativ große Uneinigkeit herrschte. Manche sehen es als ganz klar an, dass vor allem die einheimische Bevölkerung von den Erneuerungen profitiert, andere sehen das sehr kritisch und sagen, dass sie eigentlich so gut wie gar nicht davon profitiert. Der neu angelegte Sportplatz war für viele das typische Beispiel. Der Bundesligarasen wurde ausgelegt um internationale Sportmannschaften nach Bad Erlach zu holen und so Touristinnen und Touristen anzulocken aber nicht deshalb, damit sich die einheimische Bevölkerung dort sportlich betätigen kann. Auf Grund dieser Ausgeglichenheit bei den Antworten kann Hypothese 5a weder verifiziert noch falsifiziert werden.

Hypothese 5b

Einheimische zählen zur Kundschaft der Unternehmen und profitieren somit auch von den Einrichtungen und deren Angeboten.

Diese Hypothese besagt, dass die befragten Betriebe und Unternehmen eine einheimische Stammkundschaft haben, welche neben den Thermengästen auch von den Angeboten profitiert.

Können Sie sagen, dass Ihr Betrieb eine ortsansässige Stammkundschaft hat?

Die Antworten auf diese Frage fielen eindeutig aus. Alle sieben befragten Personen gaben an, dass ihr Betrieb bzw. ihr Unternehmen eine ortsansässige Stammkundschaft hat. Darüber hinaus sagten sie, dass die Stammkundschaft sehr wichtig ist und viele könnten ohne diese Gäste nicht existieren. Stellvertretend für alle sieben Meinungen steht dieses Statement: „Ja, das schon. Das können wir schon sagen“ (IP4-BE). Auf die Frage, ob man im Endeffekt von dieser Kundschaft lebt, wurde folgendes geantwortet: „Genau ja, auf jeden Fall. Das muss man schon auch sagen. Weil verlassen kann man sich nicht darauf, dass von der Therme alle immer rauskommen regelmäßig. Und so die Stammkundschaft dann ist da“ (IP4-BE). Diese Hypothese kann auf jeden Fall verifiziert werden.

Hypothese 5b gilt als verifiziert
--

Hypothese 5c

Bei den Veranstaltungen im Ort zählen sowohl Touristinnen und Touristen als auch die einheimische Bevölkerung zur angesprochenen Zielgruppe.

Es wird angenommen, dass die örtlichen Veranstaltungen sowohl von Einheimischen als auch von Thermengästen besucht werden. Das Angebot ist so breit gefächert, dass alle etwas anspricht. Um diese Hypothese untersuchen zu können, wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern folgende Frage gestellt: *Wie würden Sie die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Werden Events jeglicher Art eher von Einheimischen besucht oder von Touristinnen und Touristen?*

IP1-BE	Bei den meisten Veranstaltungen sind mehr Auswärtige, da Einheimische fast keine Chancen mehr haben eine Karte zu bekommen.
IP2-BE	Bei den meisten Veranstaltungen sind mehr Auswärtige als Einheimische.
IP3-BE	Mehr Einheimische und Leute aus der Region, aber nicht der Thermengast als Tourist.
IP4-BE	Veranstaltungen werden sowohl von Touristen als auch Einheimischen besucht. Das hält sich die Waage.
IP5-BE	Das kann ich schwer sagen, da ich das nicht so mitbekomme.
IP6-BE	Bei den traditionellen Veranstaltungen im Ort sind es mehr Einheimische, sonst gut durchgemischt.
IP7-BE	Bei den eigenen Events sind viele Einheimische, sonst sicher auch viele Auswärtige.

Tabelle 12: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 5c Bad Erlach (eigene Darstellung)

Diese Hypothese kann auf Grund der Aussagen bestätigt werden, da sowohl Einheimische als auch Touristinnen und Touristen die Events im Ort besuchen. Einen merkbaren Unterschied bei der Besucherverteilung gibt es nur bei traditionellen Events (Bälle) und bei den neuen Events im Gemeindezentrum. Erstere werden eher von Einheimischen besucht und zweitere von Auswärtigen und Touristinnen und Touristen. Aber generell sind beide Gästesichten bei den Veranstaltungen vertreten.

Hypothese 5c gilt als verifiziert
--

Das Fazit zu Hypothese 5 gesamt: Es konnte zwar bestätigt werden, dass seit dem Bau der Therme vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde aber nicht, dass diese Erneuerungen gleichzeitig zwangsläufig zu einem positiveren Ortsbild geführt haben. Dabei halten sich die Meinungen die Waage. Die Hälfte der Befragten sagte, dass sich die Veränderungen sehr wohl positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben, die andere Hälfte hatte eine gegenteilige Meinung. Für sie stand außer Frage, dass von Seiten der Gemeinde viel investiert wurde, aber teilweise an den falschen Stellen. Auch Hypothese 5b konnte auf Grund der gegebenen Antworten weder falsifiziert noch verifiziert werden. Die Hälfte der Befragten war der Meinung, dass die Erneuerungen in der Ortschaft im Bereich der Infrastruktur und des Kultur- und Freizeitangebotes sehr wohl für die einheimische Bevölkerung auch zur Verfügung steht. Die andere Hälfte sieht dies weitaus kritischer und bemängelt, dass es in diesem Bereich nicht viele Neuerungen gegeben hat und wenn, dann sind diese für Einheimische nicht oder nur teilweise zugänglich. Als Beispiel wurde immer wieder der neue Sportplatz genannt und der fehlende Ausbau von Geh- und Radwegen. Einigkeit herrschte unter den Befragten hingegen dabei, dass alle befragten Betriebe und Unternehmen eine ortsansässige Stammkundschaft haben. Das zeigt, dass die Produkte und Dienstleistungen der Betriebe und Unternehmen auch von Einheimischen angenommen werden. In den meisten Fällen sogar zum Großteil von den Einheimischen, wie man aus den Ergebnissen zu Hypothese 2 entnehmen kann. Einigkeit herrscht auch dabei, dass die Events im Ort sowohl von Einheimischen als auch von Touristinnen und Touristen besucht werden.

Hypothese 6

Die Unternehmen gehen davon aus, dass deren Standort durch die Therme und dem damit einhergehenden Tourismus in Zukunft gestärkt wird.

Es ist anzunehmen, dass die Leiterinnen und Leiter der ortsansässigen Betriebe die Therme als Chance sehen, dass sich durch den touristischen und wirtschaftlichen Aufschwung einiges in der Gemeinde in Zukunft positiv verändern wird. Davon könnten vor allem die Gastronomiestätten profitieren. Durch weitere Investitionen und Erneuerungen in der Gemeinde wird diese für Gäste attraktiver und der Standort der Betriebe wird dadurch aufgewertet. Die Therme kann, durch den einhergehenden aufblühenden Fremdenverkehr, eine wichtige Institution für die zukünftige Entwicklung der Ortschaft sein. Folgende Frage wurde den Interviewpartnerinnen und -partnern dazu gestellt: *Wie schätzen Sie die Zukunft Ihres Betriebes ein?*

IP1-BE	Man erwartet eine positive Zukunft, vor allem wegen dem Bau des Gesundheitszentrums. Bad Erlach wird eine aufstrebende Gemeinde bleiben.
IP2-BE	Man schätzt die Zukunft nicht gut ein, in den letzten Jahren gab es eine Stagnation.
IP3-BE	Man schätzt die Zukunft positiv ein, jedoch darf man nie zur Ruhe kommen, muss immer hart arbeiten und Neues anbieten.
IP4-BE	Die Zukunft wird positiv eingeschätzt, man darf nie am selben Stand bleiben, muss sich immer weiter entwickeln und Neues anbieten.
IP5-BE	Man schätzt die Zukunft gut ein, die wirtschaftliche Lage kann sich aber immer schnell verändern.
IP6-BE	Es wurde keine Einschätzung abgegeben.
IP7-BE	Man tut sich schwer bei der Einschätzung hofft aber, dass die wirtschaftliche Lage in den nächsten Jahren besser wird.

Tabelle 13: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 6 Bad Erlach (eigene Darstellung)

Aus den meisten Antworten geht klar hervor, dass die Zukunft positiv eingeschätzt wird, aber nur, wenn man selbst weiterhin hart arbeitet und innovativ bleibt. Auch die aktuelle wirtschaftliche Lage wurde angesprochen und dass die Betriebe sehr davon abhängig sind. Teilweise wird wegen der kurzlebigen Zeit und der schnellen Veränderung in der Wirtschaft, die Einschätzung für die Leiterinnen und Leiter was die Zukunft betrifft schwer gemacht. Nur eine Person sieht der Zukunft nicht entspannt entgegen und befürchtet, dass sich in den nächsten Jahren durch die Therme nicht viel verändern und verbessern wird. Trotzdem kann Hypothese 6 bestätigt werden.

Hypothese 6 gilt als verifiziert

Hypothese 6a

Die befragten Betriebe nehmen an, dass die Attraktivität ihres Standortes seitens der Gemeinde weiterhin gefördert und gestärkt wird.

Es wird angenommen, dass es durch den Thermentourismus auch in Zukunft noch einige Innovationen in der Gemeinde geben wird, welche den Standort der heimischen Betriebe und Unternehmen stärken könnten. Ein Beispiel ist das Gesundheitszentrum Lebens.Med. Von genau solchen Einrichtungen könnten die heimische Gastronomieszene und andere Betriebe gehörig profitieren. Dazu wurde den befragten Personen folgende Frage gestellt: *Glauben Sie, dass Ihr Standort durch weitere Investitionen und Innovationen in der Gemeinde gestärkt wird?* In Abbildung 34 ist das Ergebnis dieser Frage (6a) dargestellt.

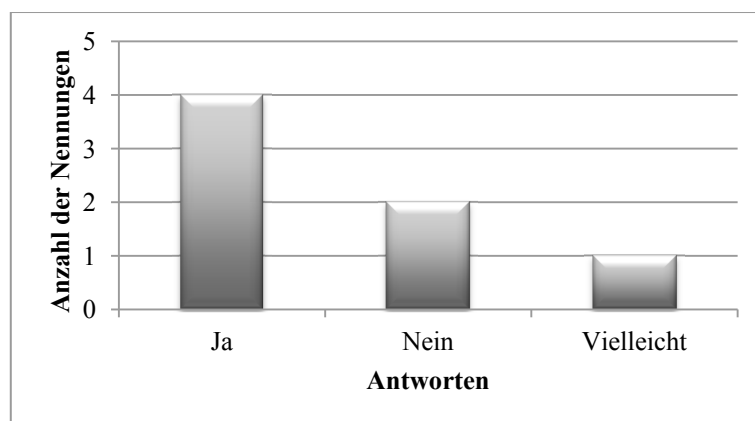


Abbildung 34: Häufigkeitsdiagramm für Frage 6a für Bad Erlach (eigene Darstellung)

Diese Abbildung zeigt, dass der Großteil der Befragten der Meinung ist, dass ihr Standort durch weitere Investitionen und Erneuerungen in der Gemeinde gestärkt wird. Einige führten auch das Gesundheitszentrum als Innovation an. „Durch das Gesundheitszentrum, das schon. Das hofft jeder. Ich vermute schon und es profitieren auch andere Betriebe abseits der Gastronomie“ (IP5-BE) oder „Ja schon. Auch durch das Gesundheitszentrum sicherlich“ (IP6-BE). Eine Person gab an, dass es durchaus in diese Richtung gehen könnte: „Naja, gestärkt wird, ja und nein. Es kommt halt dann immer darauf an, welche Investitionen das sind (..) wenn jetzt ein zweites oder drittes Hotel einmal kämen würde, ist natürlich die Frequentation noch stärker (..), das sehe ich sicherlich positiv“ (IP3-BE). Aber es gab auch eher skeptische Stimmen, auch in Bezug auf das Gesundheitszentrum: „Das Gesundheitszentrum sehe ich skeptisch. (..) Die werden da ein paar Wochen auf Therapie fahren und die werden wir da nicht viel sehen, glaube ich“ (IP7-BE). Zwei der sieben Befragten gaben an, dass sie nicht glauben, dass ihr Standort durch weitere Innovationen in der Gemeinde gestärkt wird. Da mehr als die Hälfte diese Frage mit „Ja“ beantwortet hat, kann Hypothese 6a verifiziert werden.

Hypothese 6a gilt als verifiziert

Hypothese 6b

Die befragten Betriebe sind der Überzeugung, dass die Region „Bucklige Welt“ durch den Tourismus stärker wächst bzw. attraktiver ist als umliegende Regionen.

Es wird angenommen, dass es in der gesamten Region durch den Tourismus in Bad Erlach und Bad Schönau zu einem deutlichen wirtschaftlichen Aufschwung gekommen ist. Um diese Hypothese untersuchen zu können, wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern diese Frage (6b) gestellt: *Würden Sie sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. den Kurtourismus profitiert und dadurch attraktiver als umliegende Regionen ist?*

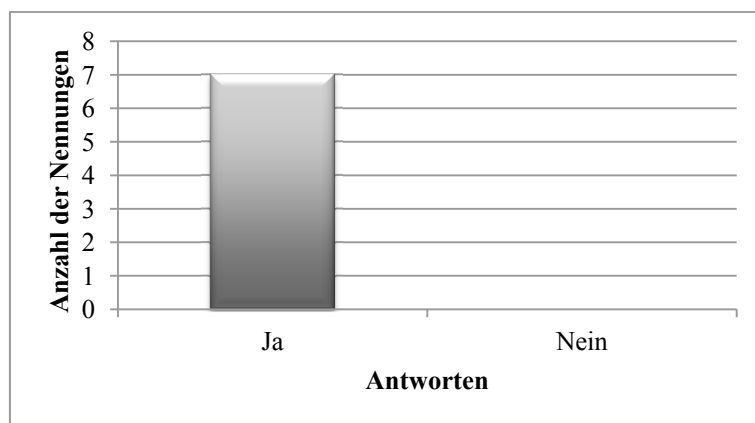


Abbildung 35: Häufigkeitsdiagramm für Frage 6b für Bad Erlach (eigene Darstellung)

Die Antworten auf diese Frage sind ganz eindeutig ausgefallen. Alle Befragten gaben an, dass die Region bereits vom Tourismus profitiert und/oder in Zukunft noch davon profitieren wird. Die sinngemäßen Antworten werden, um einen besseren Überblick zu bekommen, in Tabelle 14 dargestellt.

IP1-BE	Die Region hat sicher profitiert und ist in den letzten Jahren viel bekannter geworden. Früher hat man von der Buckligen Welt nicht viel gehört, das hat sich durch den Tourismus sicher geändert. Die Bucklige Welt wird ganz sicher heute oder morgen vom Tourismus profitieren.
IP2-BE	Ein wenig hat die ganze Region sicherlich davon profitiert, wie sich die Zukunft in Bad Erlach gestaltet, wird sich erst zeigen.
IP3-BE	Die Region profitiert ganz sicher davon und ist auch attraktiver geworden. Für den Norden der Buckligen Welt war die Therme in Bad Erlach ausschlaggebend und es entstand ein neues Tourismuskonzept. Das hat die Region belebt, aber sie muss noch bekannter werden. Man ist auf dem richtigen Weg.

IP4-BE	Ja, die Region profitiert, weil es eine gute Zusammenarbeit gibt.
IP5-BE	Ja, die ganze Region profitiert vom Tourismus und dieser belebt die Region. Durch Werbung und Marketing wird die Region noch bekannter.
IP6-BE	Es wird nicht der große Umsatz sein, aber die gesamte Region profitiert sicherlich vom Tourismus.
IP7-BE	Die Bucklige Welt ist bekannter und attraktiver aber das Konzept ist noch ausbaufähiger und muss weiter voran gebracht werden.

Tabelle 14: Sinngemäße Antworten auf Hypothese 6b Bad Erlach (eigene Darstellung)

Diese Antworten zeigen ganz deutlich, dass die Region Bucklige Welt auf dem richtigen Weg ist und durch die Kuranstalt in Bad Schönau und die Therme in Bad Erlach in den letzten Jahrzehnten eine gewisse Bekanntheit erlangt hat. Hypothese 6b kann bestätigt werden.

Hypothese 6b gilt als verifiziert
--

Das Fazit zu Hypothese 6 gesamt: Die Frage, wie die befragten Personen die Zukunft ihres Betriebes bzw. ihres Unternehmens einschätzen würden, war für einige schwer zu beantworten. Die unsichere wirtschaftliche Lage spielte dabei eine wesentliche Rolle. Dennoch schätzten die meisten Befragten ihre Zukunft positiv ein, darum konnte Hypothese 6 auch verifiziert werden. Von einigen gab es auch Zustimmung, dass ihr Standort durch weitere Innovationen in der Gemeinde gestärkt werden wird. Ein klarer Fall zeichnete sich bei Hypothese 6b ab. Alle Befragten gaben an, dass die gesamte Region Bucklige Welt vom Wellness- und Gesundheitstourismus sowie vom Kurtourismus profitiert.

5.7.2 Bad Schönau

Die Hypothesen zu den Interviews in Bad Schönau sind die gleichen wie bei den Interviews in Bad Erlach. In diesem Kapitel wird nicht bei jeder einzelnen Hypothese erneut erklärt, was man damit untersuchen will, da dies bereits zuvor bei den Hypothesen zu den Interviews in Bad Erlach erklärt wurde. Bei manchen wird es jedoch als notwendig angesehen, erneut eine kurze Erklärung abzugeben.

Hypothese 1

Die befragten Betriebe und Unternehmen in Bad Schönau profitieren vom Kurtourismus.

Diese Hypothese besagt, dass angenommen wird, dass die befragten Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe in Bad Schönau vom Kurtourismus profitieren. Diese Behauptung kam zu Stande, weil es nahe liegt, dass die Kurgäste während ihres meistens drei wöchigen Aufenthaltes in Bad Schönau die Gastronomiestätten beleben und so einen großen Teil dazu

beitragen, dass diese existieren können. Folgende Frage wurden allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern dazu gestellt: *Inwiefern profitiert Ihr Betrieb vom Kurtourismus?* Die Antworten dazu werden sinngemäß in Tabelle 15 widergegeben.

IP1-BS	Eigentlich komplett, zu 98%.
IP2-BS	Vorwiegend profitiert man von Besucherinnen und Besuchern, welche die Kurgäste besuchen und Essen gehen.
IP3-BS	Man profitiert nicht mehr viel, da die meisten Gäste in den großen Hotels untergebracht werden, wo sie alles direkt haben.
IP4-BS	Man profitiert sehr davon, viele Kurgäste kommen und beleben das Geschäft.
IP5-BS	Man profitiert vorwiegend von Angehörigen, welche die Kurgäste besuchen, aber auch vereinzelt von Kurgästen selbst.
IP6-BS	Man profitiert sehr vom Kurtourismus.
IP7-BS	Vom Kurtourismus profitiert man sehr wenig, nur insofern, als man weiß, wo Bad Schönau liegt. Kurtouristinnen und Kurtouristen zählen nur selten zu den Gästen.

Tabelle 15: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 1 Bad Schönau (eigene Darstellung)

Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer gaben an, dass ihr Betrieb in irgendeiner Art und Weise vom Kurtourismus profitiert. Es muss unterschieden werden, ob einige direkt von den Kurgästen profitieren oder andere eher von den Angehörigen, welche die Kurgäste in den drei Wochen besuchen. IP1-BS, IP4-BS und IP6-BS gaben an, dass sie sehr von den Kurgästen profitieren, IP2-BS und IP5-BS hingegen profitieren vorwiegend von den Besucherinnen und Besuchern, welche die Kurgäste besuchen. Lediglich zwei der sieben Befragten gaben an, dass sie nicht mehr bzw. nicht sehr vom Kurtourismus profitieren. IP3-BS vermietet seit Jahrzehnten Privatzimmer an Kurgäste und kämpft mit einem starken Gästerückgang, da der Großteil der Gäste in den großen Hotels wohnt. IP7-BS ist in der ganzen Region bekannt und die Kurgäste zählen nicht unbedingt zur Zielgruppe dieses Hauses. Alles in allem kann jedoch ganz klar gesagt werden, dass die befragten Betriebe und Unternehmen sehr wohl vom Kurtourismus profitieren.

Hypothese 1 gilt als verifiziert

Hypothese 1a

Der Kurtourismus ist dafür verantwortlich, dass die jeweiligen Betriebe mehr Gäste begrüßen und es somit zu einem Anstieg des Umsatzes kommt.

Es wird die Behauptung aufgestellt, dass die befragten Betriebe und Unternehmen durch den Kurtourismus mehr Gäste begrüßen dürfen und dadurch naturgemäß ihr Umsatz steigt. In Tabelle 16 werden die sinngemäßen Antworten zu Frage 1a widergegeben. Die Frage lautete

folgendermaßen: *Führt der Tourismus dazu, dass mehr Gäste Ihren Betrieb besuchen und haben Sie dadurch mehr Einnahmen?*

IP1-BS	Ja, ganz sicher.
IP2-BS	Ja, es kommen dadurch mehr Gäste und dies wirkt sich positiv auf den Umsatz aus.
IP3-BS	Man beherbergt nur Kurgäste, die Privatzimmervermietung ist jedoch deutlich rückläufig.
IP4-BS	Ja, ganz bestimmt.
IP5-BS	Ja, ganz klar. Das ganze Umfeld ist auf den Kurtourismus aufgebaut.
IP6-BS	Diese Gästesicht ist das A&O, darauf ist alles aufgebaut.
IP7-BS	Es sind zwar sehr wenige, aber manchmal begrüßt man auch Kurgäste.

Tabelle 16: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 1a Bad Schöna u (eigene Darstellung)

Die Antworten auf diese Frage fielen alle sehr eindeutig aus. Alle sieben Befragten gaben an, dass der Kurtourismus dazu führt, dass mehr Gäste ihren Betrieb bzw. ihr Unternehmen besuchen und dadurch der Umsatz steigt. Inwiefern sich die Gästezahlen auf den Umsatz auswirken, wird in folgender Abbildung 36 gezeigt, in welcher die Prozentzahlen der Kurgäste je Betrieb dargestellt sind. Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurde im Interview dazu folgende Frage (1ai) gestellt: *Wie viel Prozent Ihrer Gäste, würden Sie sagen, sind Touristinnen und Touristen?*

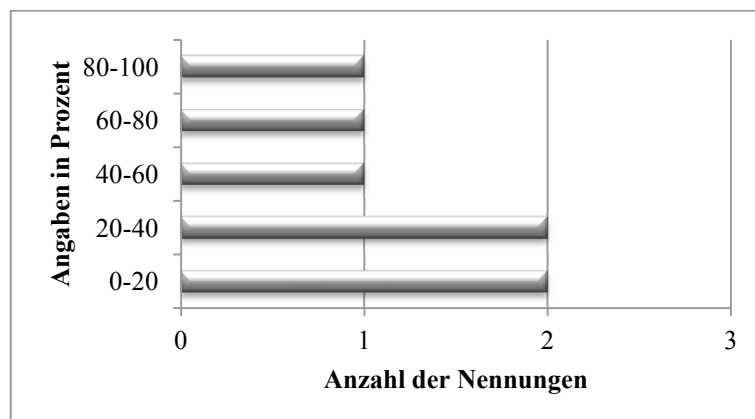


Abbildung 36: Häufigkeitsdiagramm für Frage 1ai für Bad Schöna u (eigene Darstellung)

Es ist klar zu erkennen, dass die Betriebe und Unternehmen von den Kurgästen unterschiedlich viel profitieren. Ein Betrieb ist ganz deutlich auf diese Gästesicht angewiesen, da 98% der Gäste Kurgäste sind (vgl. IP1-BS). Ein Unternehmen (IP7-BS) profitiert nur ganz wenig vom Kurtourismus, da nur etwa 5% der Gäste aus dem Kurtourismus kommen. Drei Betriebe gaben an, dass zirka 20% (IP2-BS) bzw. 25% (IP3-BS) bzw. 30% (IP5-BS) ihrer Gäste aus dem Kurtourismus kommen. Andere profitieren wiederum deutlich mehr davon. IP6-BS gab an, dass rund 55% der Gäste Kurgäste sind, bei IP4-BS lag dieser Wert bei 70%.

Da der Kurtourismus bei allen Betrieben und Unternehmen dazu führt, dass die Gästezahlen und der Umsatz erhöht werden, kann diese Hypothese bestätigt werden.

Hypothese 1a gilt als verifiziert
--

Hypothese 1b

Die Gemeinde Bad Schönau ist in der unmittelbaren Umgebung der bevorzugte Standort für Betriebs- und Unternehmensansiedelungen.

Folgende Frage wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern dazu gestellt: *War der Tourismus der Hauptgrund, dass Sie sich mit Ihrem Unternehmen in Bad Schönau niedergelassen haben oder waren Sie schon davor hier ansässig?*

IP1-BS	Ja, der Tourismus war der Hauptgrund für die Ansiedelung in Bad Schönau.
IP2-BS	Man war bereits davor hier ansässig, der Gasthof war das erste Haus in Schönau.
IP3-BS	Man war schon zuvor hier ansässig, der Tourismus war der Hauptgrund für die Privatzimmervermietung.
IP4-BS	Man war bereits zuvor hier ansässig, die Privatzimmervermietung begann jedoch mit dem Kurtourismus.
IP5-BS	Ja, das Haus wurde in den 1970er Jahren wegen des Tourismus gebaut.
IP6-BS	Das Haus gab es bereits davor.
IP7-BS	Man war bereits zuvor hier ansässig.

Tabelle 17: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 1b Bad Schönau (eigene Darstellung)

Aus diesen Antworten ist klar zu entnehmen, dass die meisten Häuser und Betriebe bereits vor dem Kurtourismus existierten. Viele sahen durch den Kurtourismus großes Potential in der Privatzimmervermietung und bauten deshalb ihre Häuser um. Lediglich zwei der sieben Befragten gaben an, dass man sich wegen des Tourismus in Bad Schönau angesiedelt hat. Die Hypothese kann somit nur dann verifiziert oder falsifiziert werden, wenn man die Antworten auf folgende Frage (1bii) weiß: *Angenommen Sie gründen einen neuen Betrieb und würden dafür einen Standort suchen. Würden Sie sich wieder für Bad Schönau entscheiden oder für eine andere Ortschaft?* Diese Frage wurde deshalb gestellt, weil die meisten Betriebe und Unternehmen bereits zuvor in Bad Schönau ansässig waren und nur durch die Beantwortung dieser Frage kann geklärt werden, ob Bad Schönau auch in Zukunft der bevorzugte Standort für Betriebs- und Unternehmensansiedelungen sein würde. In Abbildung 37 ist das Ergebnis dieser Frage zu finden.

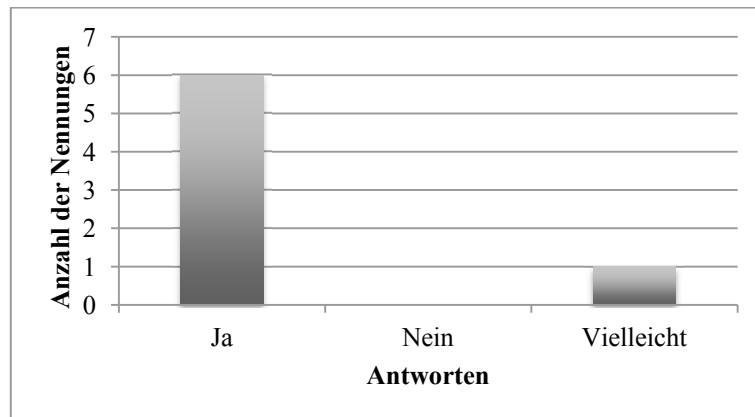


Abbildung 37: Häufigkeitsdiagramm für Frage 1bii für Bad Schönau (eigene Darstellung)

Auf diese Frage antworteten alle bis auf eine Person mit „Ja“. IP1-BS gab an, dass man erst seit kurzem mit dem Betrieb in dieser Ortschaft ansässig ist und erst nach ein paar Jahren sagen kann, ob man sich am Markt etablieren konnte. Deshalb antwortete diese Person mit „vielleicht“. Alle anderen gaben an, dass sie sich im Falle einer Neugründung ganz sicher wieder in Bad Schönau ansiedeln würden, auch die Privatzimmervermieterinnen und -vermieter gaben an, sich für diesen Gastronomiebranchen erneut zu entscheiden. „Ja, wir würden das wieder machen. Das Haus ist da und das gehört verwertet (..)“ (IP5-BS). Hypothese 1b kann verifiziert werden.

Hypothese 1b gilt als verifiziert

Hypothese 1c

Die Unternehmen in Bad Schönau können sich auf Grund der Bekanntheit der Gemeinde durch den Kurtourismus besser vermarkten als Unternehmen in den umliegenden Gemeinden.

Folgende Frage wurde den Interviewpartnerinnen und -partnern in Bezug auf diese Hypothese gestellt: *Reicht der Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Kurtourismus aus, dass genügend Gäste zu Ihnen kommen oder gehen Sie einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach?*

Alle Befragten gaben an, dass der Bekanntheitsgrad des Kurortes Bad Schönau ausreicht. Darüber hinaus geht niemand einer eigenen Vermarktungsstrategie nach. Einzig IP4-BS erwähnte, dass das Internetportal für sie sehr wichtig sei, da viele Gäste online buchen. Weiters bietet sich eine persönliche Internetseite besonders gut an, um Werbung in eigener Sache zu machen. IP7-BS lebt von der eigenen Bekanntheit, die weit über die Ortsgrenzen hinweg reicht und wird mit Bad Schönau in Verbindung gebracht. Davon profitiert sogar der Ort. Auch ein

Betrieb gab an, am meisten von der Bekanntheit dieser Gaststätte zu profitieren: „Wir profitieren eigentlich mehr von der Bekanntheit vom Wirtshaus T. Und das T. wird auf der anderen Seite wieder mit Bad Schönau in Verbindung gebracht. Bad Schönau erreicht eigentlich durch dieses Lokal eine noch größere Bekanntheit. Es ist hier eine win-win Situation. Hätten wir das T. nicht, könnten wir wohl nicht überleben“ (IP5-BS). Folgende Unterfrage (1ciii) wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zu dieser Hypothese noch gestellt: *Sind Betriebe in Bad Schönau in diesem Bereich im Vorteil gegenüber Betrieben anderer Ortschaften?*

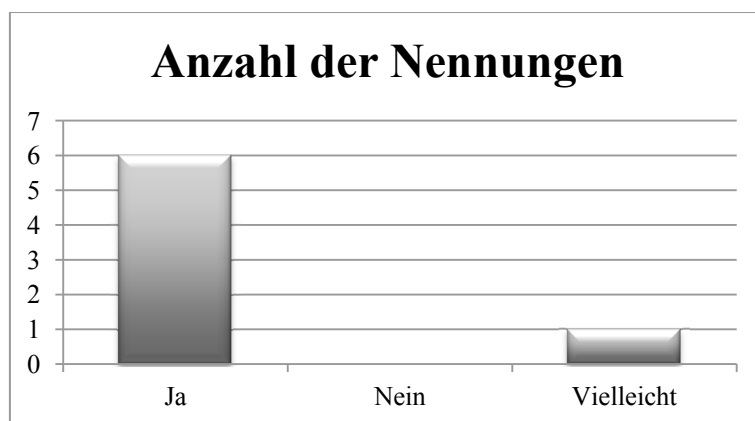


Abbildung 38: Häufigkeitsdiagramm für Frage 1ciii für Bad Schönau (eigene Darstellung)

Dieses Ergebnis ist ganz eindeutig ausgefallen. Sechs der sieben befragten Betriebe gaben an, dass sie im Bereich der Vermarktung und der Bekanntheit im Vorteil gegenüber Betrieben aus anderen Ortschaften sind. Lediglich eine Person gab an, dass dies nicht zwangsläufig der Fall sein muss. „(..) vielleicht. Das kann ich nicht so sagen, es kommt immer darauf an, was man daraus macht aus seiner Lage. Nur zu warten, dass ich da jetzt in Bad Schönau bin, ist nicht genug“ (IP7-BS). Im Gegensatz dazu meint der Großteil der Befragten, dass die Bekanntheit des Ortes ein großer Vorteil gegenüber anderen Orten ist und somit eine zusätzliche Vermarktung nicht nötig erscheint. „Das auf jeden Fall. (..) ich glaube bei 300.000 Nächtigungen liegen sie zur Zeit (..), erstens einmal rund 800 fremde Gäste täglich da sind und dadurch ja Besuch kommt (..) somit ist schon ein riesen Vorteil gegenüber anderen Orten in der Buckligen Welt (..)“ (IP1-BS). „Auf alle Fälle. Unbedingt, abgesehen davon, dass wir in Bad Schönau eben Gästebetten so viele wie Einwohner haben (..)“ (IP4-BS). Da dieses Ergebnis so eindeutig ausgefallen ist, kann Hypothese 1c bestätigt werden.

Hypothese 1c gilt als verifiziert

Das Fazit zu Hypothese 1 gesamt: Die befragten Betriebe und Unternehmen profitieren alle in unterschiedlicher Art und Weise vom Kurtourismus. Durch den Tourismus können alle höhere Gästezahlen vorweisen und dadurch den Umsatz steigern. Neben den Kurgästen selbst profitieren viele heimische Gaststätten von den Angehörigen, welche die Kurgäste besuchen. Der Großteil der Betriebe und Unternehmen war bereits vor dem Einzug des Tourismus in Bad Schönau ansässig, auch die Privatzimmervermieterinnen und -vermieter wohnten schon immer im Ort und bauten ihre Häuser aus. Klar fiel das Ergebnis bei der Frage, ob man sich wieder in Bad Schönau ansiedeln würde, aus. Sechs Befragte stimmten zu, nur eine Person antwortete mit „Vielleicht“. Auch die Bekanntheit der Ortschaft ist groß genug, dass genügend Gäste in die Gaststätten kommen. Ein Lokal ist weit über die Ortsgrenzen hinweg bekannt und repräsentiert quasi neben dem Kurtourismus die Ortschaft Bad Schönau. Vom Erfolg dieses Lokals profitieren auch alle anderen und die Gemeinde selbst. Durch die Bekanntheit müssen die Betriebe und Unternehmen keine zusätzlichen Vermarktungsstrategien anwenden, was ein großer Vorteil gegenüber Betrieben in anderen Ortschaften ist.

Hypothese 2

Durch den Kurtourismus ist die Existenz der Unternehmen in Bad Schönau auf absehbare Zeit gesichert.

Wie in Hypothese 2 bei Bad Erlach wird angenommen, dass die Existenz der befragten Betriebe und Unternehmen wegen des Kurtourismus gesichert ist. Folgende Frage wurde im Rahmen des Interviews dazu gestellt: *Könnte Ihr Betrieb auch ohne Gäste aus dem Kurtourismus existieren oder sind Sie auf diese Kundschaft angewiesen?* Die sinngemäßen Antworten dazu werden in Tabelle 18 dargestellt.

IP1-BS	Man könnte nicht ohne Kurgäste existieren, ist auf diese Gästesicht und auf das Wetter angewiesen.
IP2-BS	Man könnte auch ohne Kurgäste existieren.
IP3-BS	Ja, man ist zu 100% auf die Kurgäste angewiesen.
IP4-BS	Man ist schon auf diese Gästesicht angewiesen, deren Existenz erleichtert das Betreiben dieser Gaststätte.
IP5-BS	Man ist nicht auf die Kurgäste angewiesen, nur durch sie könnte man nicht überleben.
IP6-BS	Man ist auf diese Gäste angewiesen. Es könnte vielleicht ohne gehen, man müsste dann aber viel härter arbeiten um existieren zu können.
IP7-BS	Das Geschäft funktioniert sehr gut und man ist auf keinen Fall auf Kurgäste angewiesen.

Tabelle 18: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 2 Bad Schönau (eigene Darstellung)

Vier der sieben befragten Betriebe gaben an, auf jeden Fall vom Kurtourismus abhängig zu sein. Besonders zutreffend ist dies für Betrieb 1, da 98% der Gäste Kurtouristinnen und Kurtouristen sind. Auch IP3-BS gab an, nur vom Kurtourismus zu leben. Ein Unternehmen sagte, dass man auch ohne Kurgäste existieren könnte, jedoch mit ihnen ist es angenehmer (vgl. IP2-BS). Lediglich zwei Befragte gaben an, dass sie überhaupt nicht vom Kurtourismus abhängig sind und ganz ohne diese Gäste existieren könnten (vgl. IP5-BS und IP7-BS). Da mehr als die Hälfte der Befragten angab, auf die Kurgäste angewiesen zu sein und IP2-BS auch einen Vorteil durch deren Existenz hat, kann diese Hypothese bestätigt werden.

Hypothese 2 gilt als verifiziert

Hypothese 2a

Ein großer Teil des jährlichen Umsatzes der Unternehmen ist auf den Besuch der Kurgäste zurückzuführen.

Es wird angenommen, dass ein Großteil (mehr als 50%) des jährlichen Umsatzes der befragten Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe auf den Kurtourismus zurückzuführen ist. Es soll an dieser Stelle gleichzeitig in Zahlen dargestellt werden, wie wichtig die Kurgäste für die einzelnen Gaststätten sind. Folgende Frage (2a) wurde den Partnerinnen und Partnern gestellt um Hypothese 2a untersuchen zu können: *Wie viel Prozent Ihres Jahresumsatzes sind auf den Kurtourismus zurückzuführen?*

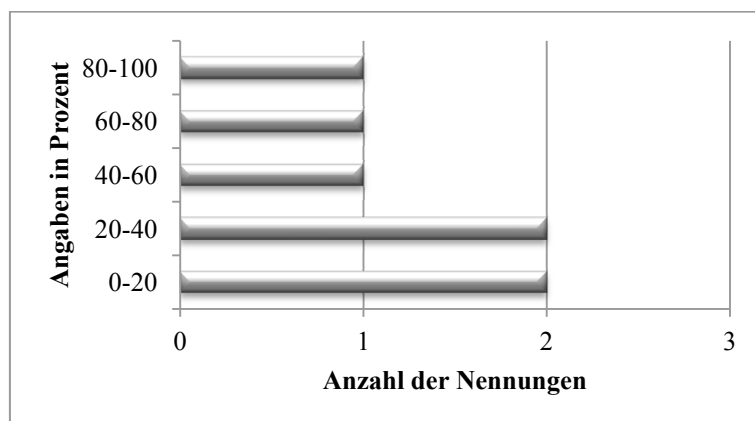


Abbildung 39: Häufigkeitsdiagramm für Frage 2a für Bad Schöna u (eigene Darstellung)

Dieses Ergebnis deckt sich genau mit dem Ergebnis zu Frage 1ai. Die Prozentangaben bei den Gästezahlen sind ident mit den Prozentangaben zum Umsatz. Aus den Interviews ist zu entnehmen, dass fünf der sieben Betriebe weniger als 50% des Jahresumsatzes durch die

Kurgäste generieren. Lediglich zwei liegen deutlich über diesem Wert. „98%“ (IP1-BS) und „Ja, sicher. Das schon, 70%“ (IP4-BS). Die anderen Antworten waren folgende: „Also, da wäre ich vielleicht bei 20 Prozent“ (IP2-BS), „Naja, das sind maximal 20, 25 Prozent“ (IP3-BS), „Ich würde sagen, in etwa ein Viertel, vielleicht 30%“ (IP5-BS), „Zwischen 40 und 50% schätze ich einmal (..)“ (IP6-BS) und „(..) bestimmt weniger als 5%“ (IP7-BS). Deshalb muss Hypothese 2a widerlegt werden.

Hypothese 2a gilt als falsifiziert

Folgende Unterfrage (2ai) wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern darüber hinaus gestellt: *Kommen im Sommer mehr Gäste als im Winter oder sind keine saisonalen Schwankungen bei den Gästezahlen zu bemerken?* Durch diese Frage soll herausgefunden werden, ob es beim Kurtourismus besonders umsatzstarke oder umsatzschwache Jahreszeiten gibt oder ob die Betriebe und Unternehmen über das ganze Jahr hinweg konstant von dieser Gästesicht profitieren. Die Antworten dazu werden sinngemäß in Tabelle 19 dargestellt.

IP1-BS	Im Sommer kommen mehr Gäste. Von Mitte Dezember bis Mitte März ist es sehr ruhig.
IP2-BS	Es gibt keine saisonalen Schwankungen. Die Verteilung der Gäste ist über das gesamte Jahr gesehen sehr ausgeglichen.
IP3-BS	Man hat nur über die Sommermonate Gäste, im Winter würde es sich nicht rentieren, da die Heizkosten zu hoch wären.
IP4-BS	Es gibt keine saisonalen Schwankungen, die Verteilung der Gäste ist über das gesamte Jahr gleich.
IP5-BS	Die Gästeverteilung ist über das Jahr hinweg ausgeglichen, es gibt keine saisonalen Schwankungen.
IP6-BS	Man kann ganz klar im Sommer mehr Gäste begrüßen.
IP7-BS	Man hat ganzjährig eine sehr gute Auslastung, es gibt keine saisonalen Schwankungen bei der Gästezahl.

Tabelle 19: Sinngemäße Antworten zur Frage 2ai Bad Schöna u (eigene Darstellung)

Vier von sieben Befragten gaben an, dass sowohl über die Sommer- als auch über die Wintermonate hinweg in etwa gleich viele Gäste kommen und dass es keine saisonalen Schwankungen gibt. Drei gaben an, dass für ihren Betrieb der Sommer eindeutig die stärkste Jahreszeit ist und dass sie besonders in diesen Monaten stark vom Kurtourismus profitieren. Dazu gab es folgende Antworten: „Ich nehme an, dass wir eher vom, also hoffentlich, vom Sommer profitieren. (..) von Mitte Dezember bis (..) Mitte März ist es sehr, sehr ruhig“ (IP1-BS), „Zu uns in das Haus kommen nur im Sommer über Gäste. Im Winter, das ist uninteressant, da

muss ich ja heizen auch und kann nicht mehr verlangen dafür, das ist eher der Sommer, wo die Heizperiode nicht so stark ist oder gar nicht“ (IP3-BS) und „Ja, im Sommer. Dadurch, dass das Wetter schön ist, gehen die, sagen wir einmal so, das ältere Publikum tut sich da leichter, im Winter wenn es verschneit ist oder vereist, schreckt sie das ab die Temperaturen und im Sommer ist einfach viel mehr Bewegung. Das heißt, Gastgarten am Abend, das ist spürbar. Dadurch, dass es auch länger hell ist, das ist ganz etwas anderes“ (IP6-BS). Vier Befragte profitieren also von keiner Jahreszeit, für die drei genannten Betriebe ist der Sommer jedoch die umsatzstarke Jahreszeit. Der Winter wurde nie als umsatzstarke Jahreszeit genannt.

Hypothese 2b

Die Unternehmen werden durch gezielte Maßnahmen von der Gemeinde und/oder dem Land unterstützt.

Wie bei Hypothese 2b für Bad Erlach wird auch hier davon ausgegangen, dass die befragten Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe von der Gemeinde und/oder vom Land finanziell unterstützt werden. Diese Frage wurde allen Interviewpartnerinnen und -partnern gestellt: *Gibt es für Ihren Betrieb Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?*

IP1-BS	Nein, man bekommt keine Förderungen.
IP2-BS	Früher hat man bei einigen Investitionen Förderung vom Land erhalten.
IP3-BS	Ja, beim Umbau der Zimmer zu Fremdenzimmer gab es vom Land eine Förderung, jedoch eine rückzahlbare.
IP4-BS	Ein wenig Förderung erhält man vom Land.
IP5-BS	Man hat damals beim Umbau eine Förderung vom Land bekommen.
IP6-BS	Nein, man hat weder vom Land noch von der Gemeinde Förderungen erhalten.
IP7-BS	Aktuell bekommt man keine Förderungen, beim Umbau hat man Investitionsförderungen vom Land bekommen.

Tabelle 20: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 2b Bad Schönau (eigene Darstellung)

Zwei der sieben befragten Betriebe und Unternehmen bekommen weder aktuell eine Förderung vom Land und/oder von der Gemeinde, noch haben sie früher eine erhalten. Alle anderen gaben an, dass sie meistens beim Umbau ihres Hauses eine Förderung vom Land bekommen haben, von der Gemeinde bekam keine der Gaststätten eine Förderung. Lediglich beim Umstieg von der Ölheizung auf Fernwärme. Einige Zitate werden dazu an dieser Stelle gezeigt: „Bei diversen Investitionen, da habe ich schon Förderungen vom Land bekommen. Das war die Modernisierung der Küche und so. Von der Gemeinde nur damals beim Umstellen von der Heizung auf Fernwärme, da hat man ein bisschen eine Förderung von der Gemeinde bekommen, aber rein für den Betrieb nicht“ (IP2-BS). „Ja, damals wie die Zimmer ausgebaut worden sind,

als Fremdenzimmer, hat man eine Förderung bekommen, eine rückzahlbare aber. Ja, die hat man dann eben genutzt und hat Fremdenzimmer so eingerichtet, dass eben Fließwasser drin war, Warm- und Kaltwasser und Heizung“ (IP3-BS). „Wir arbeiten nur mit der Vermarktung, Urlaub am Bauernhof zusammen (..) da werden wir ein bisschen gestützt (..). Durch dieses Wohnen am Bauernhof und die Privatzimmervermietung, da ist doch eine Förderung vom Land da“ (IP4-BS). „Es hat eine Förderung gegeben vom Land wie wir umgebaut haben vor vier Jahren, weil wir haben Genießerzimmer gemacht und da hat es eine Förderung vom Land gegeben, da hat man aber harte Kriterien erfüllen müssen. Aber es hat sehr großzügige Förderungen gegeben, zum einen für die Errichtung von Privatzimmern und zum anderen für die Gestaltung eben als Genießerzimmer“ (IP5-BS). „(..) wir haben Investitionsförderung vom Land sehr wohl bekommen, wie wir aufgesperrt haben, wie wir ganz neu gebaut haben und alles Laufende machen wir selbstständig“ (IP7-BS). Da deutlich mehr als die Hälfte der Betriebe und Unternehmen vom Land eine Förderung erhalten hat, kann diese Hypothese bestätigt werden.

Hypothese 2b gilt als verifiziert
--

Das Fazit zu Hypothese 2 gesamt: An dieser Stelle kann gesagt werden, dass der Großteil der Betriebe und Unternehmen in ihrer Existenz vom Kurtourismus abhängig ist. Vier der sieben Befragten gaben an, dass dieser Tourismuszweig sehr wichtig für ihre Existenz sei und dass man ohne Kurgäste nicht überleben könnte. Das heißt, diese sind ganz klar auf den Kurtourismus angewiesen. Die anderen drei gaben jedoch an, nicht von den Kurgästen abhängig zu sein. Diese Wichtigkeit der Kurgäste spiegelt sich bei den einzelnen Unternehmen auch im Jahresumsatz wider. Zwar können nur zwei der sieben Befragten deutlich mehr als 50% des Jahresumsatzes auf den Kurtourismus zurückführen, dennoch trägt dieser Zweig bei den anderen Unternehmen auch wesentlich dazu bei. Fördermittel hat der Großteil der befragten Gaststätten vom Land bekommen, als sie für den Kurtourismus umgebaut haben, von der Gemeinde erhielten sie keine finanzielle Unterstützung. In diesem Bereich wäre sicherlich noch mehr Spielraum, da sich Förderungen von Seiten der Gemeinde positiv auf die Gaststätten auswirken könnten. Durch Erneuerungen in den Betrieben und Unternehmen, welche durch die finanzielle Unterstützung möglich wären, könnten diese mehr Gäste gewinnen. Davon würde dann wiederum die Gemeinde profitieren, da die Wertschöpfung im Ort steigt.

Hypothese 3

Der Kurtourismus führte dazu, dass die Konkurrenz zwischen den einheimischen Unternehmen größer wurde.

Diese Frage (3) wurden allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern gestellt: *Ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Kurtourismus in den letzten Jahren größer geworden?* Die Ergebnisse dazu werden in Abbildung 40 graphisch dargestellt. Zwei Befragte gaben an, dass die Konkurrenz größer geworden ist, zwei verneinten das und drei beantworteten diese Frage mit „Vielleicht“. Für IP1-BS war eine Einschätzung nicht möglich, da ihr Betrieb erst seit kurzer Zeit in Bad Schönau ansässig ist. IP3-BS und IP4-BS sprachen dabei die Problematik für Privatzimmervermietungen an: „Konkurrenz gegenüber dem Privatzimmervermieter auf alle Fälle. Ist klar, wenn alles im Haus ist, gehe ich mit dem Bademantel vom Zimmer zur Kur“ (IP3-BS) und „Möglich, es teilt sich dann halt auf“ (IP4-BS). Die Privatzimmervermietungen spüren naturgemäß am meisten die starke Konkurrenz durch die großen Kurbetriebe. Das Ergebnis ist jedoch relativ ausgeglichen und es kann keine Tendenz in eine bestimmte Richtung erkannt werden. Deshalb kann Hypothese 3 weder bestätigt noch widerlegt werden.

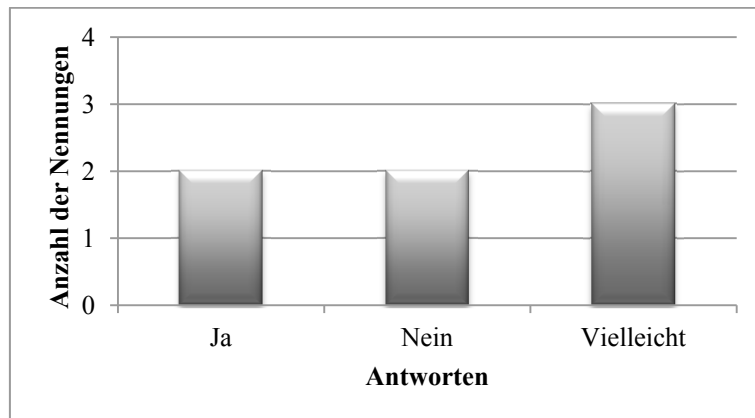


Abbildung 40: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3 für Bad Schönau (eigene Darstellung)

Hypothese 3a

Durch den Tourismus haben einige Unternehmen ihren Standort erweitert und ausgebaut, um so mehr Platz und bessere Angebote für ihre Kundinnen und Kunden zu schaffen.

Diese Frage (3a) wurde dazu gestellt: *Haben Sie Ihren Betrieb in den letzten Jahren wegen des Tourismusgeschehens ausgebaut bzw. erweitert?* Das Ergebnis wird in Abbildung 41 dargestellt.

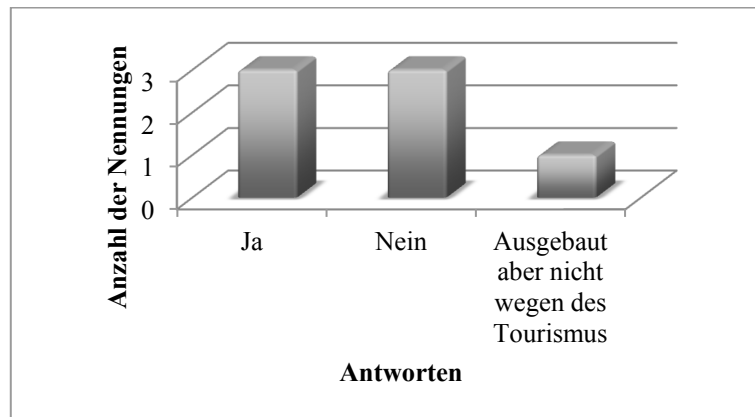


Abbildung 41: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3a für Bad Schönnau (eigene Darstellung)

Drei Befragte gaben an, in den letzten Jahren wegen des Tourismus ausgebaut zu haben. „(..) vor zehn Jahren haben wir hinten ein Häuschen gebaut. Und da sind auch zwei Wohnungen drinnen. Ferienwohnungen“ (IP4-BS), „(..) ja schon immer wieder ein bisschen dazu gebaut und ausgebaut. Ein bisschen etwas geändert, kleinweise“ (IP6-BS) und „Ja, wir bauen ständig aus, aber aus unserer eigenen Investition heraus, also alles was sich bei uns ausgeht, machen wir“ (IP7-BS). Eine befragte Person sagte, dass sie zwar ausgebaut hat, aber der Tourismus dafür nicht der Grund war. „Wegen dem Tourismus nicht, nein. Ich habe es einfach aus persönlichen Gründen, wie ich übernommen habe, ich meine das ist auch mittlerweile 15 Jahre her, habe ich es komplett neu eingerichtet. Wegen dem Tourismus aber nicht“ (IP2-BS). Die restlichen Befragten gaben an, dass sie ihren Betrieb bzw. ihr Unternehmen wegen des Tourismus nicht ausgebaut haben. Zwei Antworten dazu: „Nein. Wird zur Zeit nicht mehr, weil das ausläuft“ (IP3-BS) und „Nein, wir haben umgebaut, um das Haus zu verwerten“ (IP5-BS).

Auf Grund dieses ausgeglichenen Ergebnisses kann Hypothese 3a weder bestätigt noch widerlegt werden.

Hypothese 3b

Durch den Tourismus bieten die Unternehmen zusätzliche Produkte und Dienstleistungen an, um konkurrenzfähiger gegenüber anderen Unternehmen zu sein.

Weiters war interessant zu erfahren, ob die Gastronomiestätten wegen des Tourismus neue Produkte und Dienstleistungen anbieten, um dadurch auch konkurrenzfähiger sein zu können. Das war die dazu gestellte Frage (3b): *Haben Sie wegen des Tourismus in den letzten Jahren neue Produkte und Dienstleistungen angeboten, um so konkurrenzfähiger gegenüber anderen Betrieben in Bad Schönnau zu sein?* In Abbildung 42 ist das Ergebnis graphisch dargestellt.

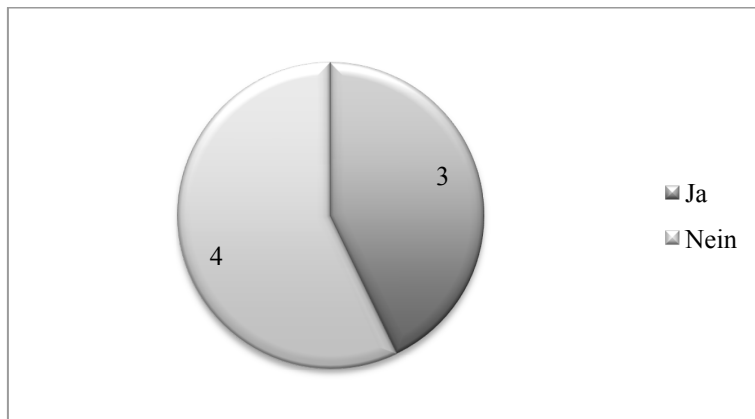


Abbildung 42: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3b für Bad Schöna u (eigene Darstellung)

Das Ergebnis ist zwar nicht eindeutig ausgefallen, jedoch gab mehr als die Hälfte der Befragten an, keine neuen Produkte und Dienstleistungen anzubieten um konkurrenzfähiger zu sein. Vier der sieben Personen sehen dies nicht als notwendig an, die übrigen drei sehr wohl. Für sie ist es eine Notwendigkeit, immer wieder neue Angebote zu haben, um im Gespräch zu bleiben. An dieser Stelle muss jedoch auch gesagt werden, dass, würde man die Privatzimmervermieterinnen und -vermieter in dieser Studie nicht berücksichtigen, mehr als die Hälfte zugestimmt hätte, immer wieder Neues anzubieten. Das bedeutet, dass dies für die ortsansässigen Betriebe und Unternehmen sehr wohl eine gewisse Wichtigkeit darstellt, um am Markt überleben zu können. Dazu folgende Zitate: „Ja. (..) Das Konzept ist relativ neu (..). Im Stillen probiere ich schon seit Jahren und jetzt gehe ich damit an die Öffentlichkeit (..) da wird noch mehr kommen“ (IP6-BS) und „Ja. Wir haben eine Driving Range dabei, wir haben einen Teich hinter dem Haus, da kann man heiraten, wir haben einen Hofladen selbst initiiert, (..) und wir haben einen riesen großen Kräutergarten, wo wir selbst Gemüse anbauen und Kräuter, auch mit den Kindern im Ort und für unsere Gäste“ (IP7-BS). Anhand dieser Aussagen kann man besonders gut erkennen, dass es im Gastronomiebereich und im Tourismus immer wieder wichtig ist, neue und kreative Angebote zu haben, damit viele Gäste angesprochen werden. Da jedoch mehr als die Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer diese Frage mit „Nein“ beantwortet hat, muss Hypothese 3b widerlegt werden.

Hypothese 3b gilt als falsifiziert

Hypothese 3c

Das Konkurrenzdenken unter den Unternehmen der gleichen Branche innerhalb der Ortschaft ist größer als der Wunsch nach Zusammenarbeit zwischen diesen Unternehmen.

Diese Frage wurde den Leiterinnen und Leitern gestellt: *Überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?* In Tabelle 21 werden die sinngemäßen Antworten auf Frage 3c zusammengefasst.

IP1-BS	Ob Konkurrenzdenken vorherrscht, kann man noch nicht wirklich beurteilen, aber Zusammenarbeit gibt es keine.
IP2-BS	Es herrscht mehr Konkurrenzdenken vor, von Zusammenarbeit ist wenig zu spüren.
IP3-BS	Unter den Betrieben im Ort herrscht sicherlich mehr Konkurrenzdenken.
IP4-BS	Konkurrenzdenken ist auf jeden Fall möglich, die Gäste teilen sich einfach auf.
IP5-BS	Die Zusammenarbeit ist unter branchengleichen Betrieben dominanter als das Konkurrenzdenken, manche wollen jedoch nicht zusammenarbeiten.
IP6-BS	Es ist Zusammenarbeit da, aber auch ein gesundes Konkurrenzdenken.
IP7-BS	Es überwiegt schon die Zusammenarbeit, vor allem unter jenen Betrieben, die sich kennen.

Tabelle 21: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 3c Bad Schöнау (eigene Darstellung)

Die Meinungen dazu sind relativ ausgeglichen. Für die meisten Befragten herrscht sowohl Konkurrenzdenken als auch Zusammenarbeit zwischen den branchengleichen Betrieben vor. Drei Befragte sagten, dass eher die Zusammenarbeit dominant ist, drei waren der Meinung, dass eher Konkurrenzdenken vorherrscht. Immer wieder ist jedoch zu hören gewesen, dass es sowohl ein gesundes Konkurrenzdenken gibt, da jedem das Wohl seines Betriebes zuerst wichtig ist, aber auch die Zusammenarbeit nicht zu kurz kommt. IP1-BS gab an, dass noch nicht beurteilt werden kann, ob großes Konkurrenzdenken vorherrscht, merkbar ist für diese Person jedoch schon, dass es kaum Zusammenarbeit gibt. Man kann wegen der gegebenen Antworten nicht sagen, dass unter branchengleichen Betrieben das Konkurrenzdenken größer ist als die Zusammenarbeit oder umgekehrt. Darum kann Hypothese 3c weder verifiziert noch falsifiziert werden.

Hypothese 3d

Die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen lokalen Produzenten hat sich verbessert, das Konkurrenzdenken weicht branchenübergreifend der Kooperation.

Diese Frage wurde dazu gestellt: *Profitiert Ihr Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?*

Das Ergebnis war recht eintönig. Fünf der sieben Befragten gaben an, dass sie schlichtweg nicht mit branchenübergreifenden Betrieben oder Unternehmen zusammenarbeiten. Die übrigen zwei

haben in diesem Bereich sehr wohl Erfahrungen gemacht: „(..) ich arbeite zum Beispiel ganz gut zusammen mit der Firma J., die haben immer wieder Vertreter (..) da (..). Mit den Betrieben schauen wir auch, dass wir ganz gut zusammenarbeiten“ (IP5-BS) und „ja, dass man eben vernetzt und man sich kennt (..). Es ist immer wichtig, dass man zusammenarbeitet“ (IP7-BS). Diese Person gab aber gleichzeitig auch an, dass die branchenübergreifende Zusammenarbeit eher niederösterreichweit gemeint ist und dass es bei diesem Betrieb regional nicht unbedingt der Fall ist. Lediglich mit „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt“ arbeitet man zusammen und knüpft dadurch wertvolle Kontakte. Dadurch wird Hypothese 3d nicht bestätigt.

Hypothese 3d gilt als falsifiziert

Hypothese 3e

Die Unternehmen wählen ihre Zulieferer bewusst aus der Region, um sich gegenseitig zu unterstützen.

Um diese Hypothese untersuchen zu können, wurde folgende Frage (3e) gestellt: *Wählen Sie Ihre Zulieferer bewusst aus der Region aus?*

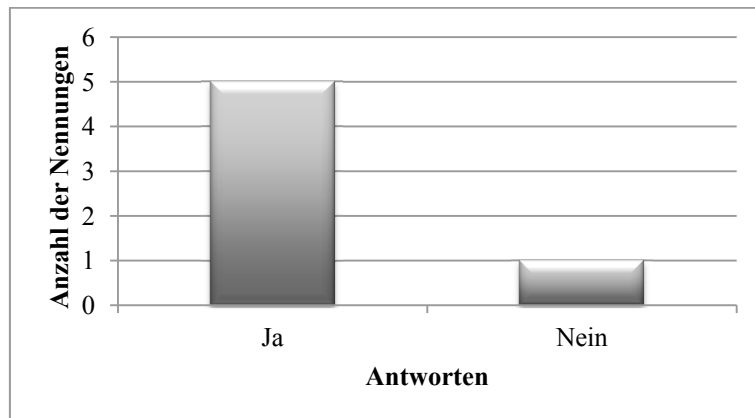


Abbildung 43: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3e für Bad Schönau (eigene Darstellung)

Von den sieben Befragten gab eine Person an, dass man gar keine Zulieferer hat. Deshalb konnten nur sechs Nennungen in die Auswertung einbezogen werden. Ein Betrieb erwähnte, dass man keine regionalen Zulieferer hat, da man an anderen Orten auch noch Betriebe hat und die Produkte alle gleich sein sollen. Die übrigen gaben alle geschlossen an, sehr wohl regionale Zulieferer zu wählen, sofern sie die Produkte führen, die benötigt werden. Dazu einige Antworten: „Teils, teils ja. Manche sind einfach nicht möglich aus der Region, aber der Großteil (..) ist aus der Region“ (IP2-BS). „Ja schon. Also ich kaufe eigentlich größtenteils nur bei uns. Ich

lasse mir die Eier liefern, den Schafskäse liefern, Marmeladen machen wir selber. Also alles, was geht von da“ (IP5-BS). „Ich schaue, dass ich in der Region einkaufe. (..) generell wähle ich die Zulieferer absolut aus der Region aus“ IP6-BS. „Was verfügbar ist machen wir aus der Region. Leider ist nicht immer das verfügbar, was wir gerne hätten. Alles was möglich ist, ist von unseren eigenen Produzenten“ (IP7-BS). Die Antwort von IP7-BS war gleichzeitig der Grundtenor, der sich durch alle fünf Antworten zog. Für viele ist es wichtig, die Produkte aus der Region zu kaufen, manche sind jedoch nicht erhältlich. Aber generell gibt es eine große Zustimmung dazu, die Produkte direkt aus der Region bzw. Umgebung einzukaufen. Deshalb kann Hypothese 3e eindeutig bestätigt werden.

Hypothese 3e gilt als verifiziert
--

Das Fazit zu Hypothese 3 gesamt: Dass die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Kurtourismus in den letzten Jahren größer geworden ist, konnte im Rahmen der Befragung nicht geklärt werden. Die Antworten waren relativ ausgeglichen, manche konnten die Situation gar nicht einschätzen. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Frage, ob unter branchengleichen Betrieben im Ort eher die Zusammenarbeit oder eher das Konkurrenzdenken vorherrscht. Der Grundtenor, der sich durch die meisten Antworten zog war, dass es zwar Zusammenarbeit gibt, jedoch ist sich zuerst jeder selbst der Nächste. Ebenfalls ausgeglichen waren die Antworten zu Hypothese 3a. Jeweils die Hälfte der Befragten gab an, dass auf der einen Seite wegen des Tourismus ausgebaut wurde, auf der anderen Seite, dass dies nicht der Fall sei. Das bedeutet, dass der Tourismus nicht bei allen der Hauptgrund war, dass man den eigenen Betrieb baulich verändert und aufgerüstet hat. Etwas anders sieht es bei den neu angebotenen Produkten und Dienstleistungen aus. Mehr als die Hälfte gab an immer, wieder neue Angebote anzubieten um so konkurrenzfähiger gegenüber anderen Betrieben zu sein. Zwei klare Ergebnisse gab es bei den Hypothesen 3d und 3e. Der Großteil der befragten Betriebe arbeitet nicht mit branchenübergreifenden Betrieben zusammen. Somit kann man auch nicht von solch einer Zusammenarbeit profitieren. Dagegen wählen nahezu alle Befragten ihre Zulieferer bewusst aus der Region. Viele betonen die Wichtigkeit von regionalen Produkten und dass es in Österreich zum Standard gehört, seinen Gästen solche Produkte anzubieten.

Hypothese 4

Kurgäste haben höhere Ansprüche an die Betriebe als Einheimische.

Folgende Frage (4) wurde den Leiterinnen und Leitern in dieser Hinsicht gestellt: *Können Sie sagen, dass Kurgäste höhere Ansprüche an Ihren Betrieb stellen als Einheimische?*

Ja	2
Nein	5

Tabelle 22: Antwortverteilung Frage 4 Bad Schönau (eigene Darstellung)

Ähnlich wie in Bad Erlach ist auch hier das Ergebnis etwas überraschend ausgefallen. Es wurde davon ausgegangen, dass Kurgäste ganz sicher höhere Ansprüche an die Betriebe und Unternehmen stellen als Einheimische oder andere Gäste. Auch weil es sich vorwiegend um älteres Publikum handelt und man meinen könnte, diese Gäste hätten höhere Ansprüche. Das Ergebnis in Bad Schönau ist zwar nicht so eindeutig ausgefallen wie in Bad Erlach, aber immerhin fünf der sieben Befragten gaben an, dass die Kurgäste keine höheren Ansprüche haben. „Nein, würde ich eigentlich nicht sagen. Weil der Gast ist eigentlich allgemein schon eher anspruchsvoll und da würde ich eigentlich keinen Unterschied machen“ (IP2-BE). Lediglich zwei waren anderer Meinung. „(..) die Kurgäste (..) haben sicher höhere Ansprüche (..)“ (IP1-BS) und „Ja schon. Die stellen höhere Ansprüche, ein bisschen ein erweitertes Frühstück bei uns und ja natürlich auch die Zimmer, die Qualität“ (IP3-BS). Das heißt, vereinzelt ist es mitunter so, dass Kurgäste mehr erwarten und höhere Ansprüche stellen, die meisten jedoch nicht. Damit ist diese Hypothese widerlegt.

Hypothese 4 gilt als falsifiziert
--

Hypothese 4a

Touristen und Touristinnen erwarten ein besseres Service, eine angenehmere Atmosphäre und einen freundlicheren Umgangston während ihres Aufenthaltes.

Dazu wurde allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern folgende Frage (4a) gestellt: *Stellen Touristinnen und Touristen in Bezug auf das Service, die Freundlichkeit und die gesamte Atmosphäre höhere Ansprüche?*

Ja	1
Nein	6

Tabelle 23: Antwortverteilung Frage 4a Bad Schönau (eigene Darstellung)

Auch hier fielen die Antworten sehr eindeutig aus. Sechs der sieben Befragten gaben an, dass Kurgäste keine höheren Ansprüche in diesen Bereichen stellen, lediglich eine Person bejahte

diese Frage. Einige Zitate sollen auch an dieser Stellen angeführt werden: „Ich glaube, dass jeder Kunde gleich bedient wird“ (IP1-BS). „Nein, da ist man ja soundso bemüht“ (IP4-BS). „(..) nein, ich glaube Service und Freundlichkeit da übertreffen wir die Großbetriebe eh, weil das ist dort teilweise eine Abfertigung“ (IP5-BS). „Nein, das setzen soundso unsere Gäste alle voraus. Ich kann da keinen Unterschied machen wer das ist“ (IP7-BS). Daraus ist klar zu entnehmen, dass die Kurgäste in den aufgezählten Bereichen keine höheren Ansprüche stellen und dass es sich die Betriebe auch nicht leisten könnten, Kurgäste besser bzw. anders zu behandeln. Dadurch ist diese Hypothese widerlegt.

Hypothese 4a gilt als falsifiziert

Hypothese 4b

Touristen und Touristinnen erwarten ein besseres Preis- Leistungsverhältnis.

Folgende Frage (4b) wurde den Interviewpartnerinnen und -partnern dazu gestellt: *Erwarten sich Touristinnen und Touristen ein besseres Preis- Leistungsverhältnis als Einheimische?*

Ja	1
Nein	6

Tabelle 24: Antwortverteilung Frage 4b Bad Schönau (eigene Darstellung)

Es ist zu erkennen, dass das Ergebnis genau gleich ausgefallen ist wie jenes von Hypothese 4a. Bis auf eine Person verneinten alle, dass Kurgäste ein besseres Preis- Leistungsverhältnis erwarten. Es ist hier ähnlich wie in Bad Erlach. Einige Kurgäste sind erstaunt, dass sich die Preise in Grenzen halten. Viele Gäste sind das Stadtpreisniveau gewohnt und somit auf höhere Preise eingestellt. „Beim Preis- Leistungsverhältnis haben sie auch keine höheren Ansprüche, sie würden mehr zahlen“ (IP6-BS). Durch dieses eindeutige Ergebnis kann Hypothese 4b widerlegt werden.

Hypothese 4b gilt als falsifiziert

Hypothese 4c

Im kulinarischen Bereich erwarten Touristinnen und Touristen eine vielseitige Auswahl an regionalen und qualitativ hochwertigen Produkten.

Diese Frage (4c) wurden den Teilnehmerinnen und Teilnehmern in Bezug auf Hypothese 4c gestellt: *Erwarten Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte auf der Speisekarte?*

Ja	5
Nein	2

Tabelle 25: Antwortverteilung Frage 4c Bad Schönau (eigene Darstellung)

Fünf der sieben Personen sagten, dass die Kurgäste sehr wohl regionale und qualitativ hochwertige Produkte erwarten, wenn sie in die Gaststätten einkehren. „Ich glaube das möchte jeder. Also viele halt. Also das ist schon ein Thema, ja“ (IP4-BS). „Glaube ich schon. Weil der Tourist kommt (..) und denkt sich, das ist eine Kurregion, die sollten was bieten, der Einheimische erwartet sich das nicht“ (IP6-BS). „Erwarten sie sich sicher, aber das setzen sie eigentlich voraus. Das ist schon Mindeststandard in Österreich“ (IP7-BS). Viele Gäste kommen in den Kurort und erwarten sich regionale und qualitativ hochwertige Produkte auf der Speisekarte. Diese Erwartung ist also bei den meisten Gästen sehr wohl gegeben, im Gegensatz zum besseren Preis- Leistungsverhältnis, besseren Service oder mehr Freundlichkeit. Das hat sicherlich damit zu tun, dass die zuletzt genannten Komponenten im Gastronomiegeschäft selbstverständlich sind bzw. sein sollten, regionale Produkte bieten jedoch (noch) nicht alle an. Das Bewusstsein dafür scheint jedoch seit einigen Jahren zu wachsen. Hypothese 4c ist auf jeden Fall zu bestätigen.

Hypothese 4c gilt als verifiziert
--

Hypothese 4d

Kurtouristinnen und -touristen sind bereit, für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische.

Um diese Hypothese bestätigen oder widerlegen zu können, wurde den Leiterinnen und Leitern folgende Frage gestellt: *Sind Kurgäste eher dazu bereit für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?* In Tabelle 26 sind alle sinngemäßen Antworten zu Frage 4d widergegeben.

IP1-BS	Ja, man geht davon aus, da der Kurgast gleichzeitig ein Urlaubsgast ist.
IP2-BS	Ja, weil sie das Stadtpreisniveau gewohnt sind. Die meisten würden mehr zahlen.
IP3-BS	Nicht alle, viele wollen sich etwas gönnen, andere sind auch sparsam.
IP4-BS	Nein, auch diese Gäste sind nicht bereit, mehr Geld auszugeben.

IP5-BS	Ja, dazu sind sie bereit. Vor allem, wenn es regionale Produkte sind.
IP6-BS	Ja, Kurgäste wären bereit, mehr Geld auszugeben.
IP7-BS	Nein, sind sie nicht. Man will zwar immer die höchste Qualität, aber nicht mehr dafür zahlen.

Tabelle 26: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 4d Bad Schöнау (eigene Darstellung)

Diese Antworten sind recht unterschiedlich ausgefallen. Vier von sieben Befragten gaben an, dass die Kurgäste generell dazu bereit wären, mehr Geld für Produkte und Dienstleistungen auszugeben als Einheimische, weil sie die höheren Preise in der Stadt gewohnt sind und sich wundern, dass es am Land recht billig ist, bei gleichzeitig hoher Qualität. Viele sagen auch, dass sie sich im Urlaub etwas gönnen wollen. Eine Person erwähnte, dass es auch sehr sparsame Kurgäste gibt. Zwei Befragte gaben an, dass Kurgäste bestimmt nicht mehr ausgeben wollen als Einheimische. Dazu gab es eine kritische Stimme, welche bemängelte, dass Kurgäste zwar hohe Qualität und nur das Beste vom Besten fordern, aber nicht dazu bereit wären, mehr zu zahlen. Auf Grund der vier positiven Stimmen kann diese Hypothese bestätigt werden.

Hypothese 4d gilt als verifiziert
--

Das Fazit zu Hypothese 4 **gesamt**: Aus der Befragung geht hervor, dass nicht gesagt werden kann, ob Kurgäste höhere Ansprüche in vielen verschiedenen Bereichen an die heimischen Gastronomiestätten stellen als Einheimische, weder in Bezug auf ein besseres Service noch auf eine angenehmere Atmosphäre und auf einen freundlicheren Umgangston. Der Grundtenor der Befragten war, dass sich das alle Gäste erwarten und dass man selbst keine Unterschiede machen darf zwischen Kurgästen und Einheimischen. Kurgäste erwarten sich auch nicht unbedingt ein besseres Preis- Leistungsverhältnis, wären jedoch bereit, für gute und regionale Produkte mehr Geld auszugeben als Einheimische. Was sich die meisten Kurgäste jedoch erwarten, sind regionale Produkte auf der Speisekarte.

Hypothese 5

Durch den Bau der Kurlandschaft und dem daraus florierenden Fremdenverkehr wurde vermehrt in die Infrastruktur investiert und ein neues, schöneres Ortsbild entstand.

Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurde dazu folgende Frage gestellt: *Würden Sie sagen, dass durch den Kurtourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild auswirkten?* Die Antworten dazu werden in Tabelle 27 sinngemäß widergegeben.

IP1-BS	Ja, es wurde einiges investiert, jedoch ist man der Meinung, dass sich nicht viel tut im Ort.
IP2-BS	Ja, es wurde einiges investiert und diese Investitionen haben sich positiv auf das Ortsbild ausgewirkt.
IP3-BS	Ja, auf jeden Fall. Die meisten Investitionen gab es in den 1970er Jahren und es wirkte sich alles positiv auf das Ortsbild aus.
IP4-BS	Ja, es wird laufend investiert und das wirkt sich positiv auf das Ortsbild aus.
IP5-BS	Ja, es wurde viel investiert, das Ortsbild hat sich dadurch positiv verändert.
IP6-BS	Ja, es wurde viel investiert. Das ist auch die Pflicht einer Kurgemeinde. Diese Investitionen wirkten sich natürlich positiv auf das Ortsbild aus.
IP7-BS	Ja, das ist sicherlich der Fall.

Tabelle 27: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 5 Bad Schönau (eigene Darstellung)

Das Ergebnis auf diese Frage ist ganz eindeutig ausgefallen. Alle Befragten gaben an, dass viel in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen auf jeden Fall positiv auf das Ortsbild von Bad Schönau ausgewirkt haben. Es waren auch Stimmen zu vernehmen, dass Investitionen solcher Art in einem Kurort gemacht werden müssen und dass es das Bestreben eines Kurortes sein sollte, sich zu verändern und positiv zu entwickeln. Diese Hypothese kann auf jeden Fall bestätigt werden.

Hypothese 5 gilt als verifiziert

Hypothese 5a

Von den Innovationen im Bereich der Infrastruktur, des Kulturangebotes und des Freizeitangebotes profitiert die gesamte Bevölkerung der Gemeinde.

Dazu wurde diese Frage (5a) im Rahmen des Interviews gestellt: *Glauben Sie, dass die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen in die Infrastruktur und in das Kultur- und Freizeitangebot ebenso profitiert wie die Touristinnen und Touristen?*

Ja	7
Nein	0

Tabelle 28: Antwortverteilung Frage 5a Bad Schönau (eigene Darstellung)

Alle sieben Befragten gaben an, dass die einheimische Bevölkerung genauso von den Erneuerungen profitiert wie die Touristinnen und Touristen. „die Einheimischen auch, weil die können ja diese Parkanlagen (..) genauso nützen. Das gleicht sich, denke ich, aus“ (IP2-BS). „(..) das ist für die einheimische Bevölkerung genauso. Weil der Spielplatz ist für alle und der neu gestaltete Dorfplatz auch“ (IP5-BS). „Ja, vielleicht sehen sie es nicht so aber es ist sicher so.

Weil wenn mehr Leute da sind, dann habe ich mehr Ortstaxe, mehr Investitionsmöglichkeiten und das lebt alles ganz anders, obwohl die Einheimischen oft lieber eine Ruhe hätten, aber im Endeffekt profitieren alle davon“ (IP7-BS). Durch dieses eindeutige Ergebnis kann Hypothese 5a bestätigt werden.

Hypothese 5a gilt als verifiziert

Hypothese 5b

Einheimische zählen zur Kundschaft der Unternehmen und profitieren somit auch von den Einrichtungen und deren Angeboten.

Folgende Frage (5b) wurden den Leiterinnen und Leitern der Betriebe und Unternehmen zu dieser Hypothese gestellt: *Können Sie sagen, dass Ihr Betrieb eine ortsansässige Stammkundschaft hat?*

Ja	4
Nein	3

Tabelle 29: Antwortverteilung Frage 5b Bad Schönau (eigene Darstellung)

Dieses Ergebnis ist relativ knapp ausgefallen. Vier der sieben Befragten gaben an, dass sie eine ortsansässige Stammkundschaft haben, drei haben keine. Drei der vier befürwortenden Personen sagten, dass sie zwar eine ortsansässige Stammkundschaft haben, diese aber relativ klein ist und auch viele Menschen aus der Region zu ihren Stammkunden gehören. Die Gäste aus der Region und die einheimischen Stammgäste profitieren jedoch in diesen vier Gaststätten genauso von deren Einrichtungen und Angeboten wie die Kurgäste. Die drei befragten Personen, welche mit „Nein“ antworteten, sind private Zimmervermieter bzw. -vermieterinnen und haben naturgemäß keine ortsansässigen Stammkunden. In diesen Pensionen können die Gäste die Nacht verbringen und frühstücken. Dieses Angebot wird von Kurgästen oder anderen Besucherinnen und Besuchern in Anspruch genommen, aber nicht von Einheimischen. Dieses knappe Ergebnis zeigt, dass zwar auch Einheimische von den Gastronomieangeboten profitieren, die Einrichtungen in der Ortschaft aber schon sehr auf den Kurtourismus ausgerichtet sind. Dennoch kann Hypothese 5b bestätigt werden.

Hypothese 5b gilt als verifiziert

Hypothese 5c

Bei den Veranstaltungen im Ort zählen sowohl Touristinnen und Touristen als auch die einheimische Bevölkerung zur angesprochenen Zielgruppe.

Um diese Hypothese untersuchen zu können, wurde den Leiterinnen und Leitern folgende Frage gestellt: *Wie würden Sie die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Werden Events jeglicher Art eher von Einheimischen besucht oder von Touristinnen und Touristen?*

IP1-BS	Man geht davon aus, dass 90% der Besucherinnen und Besucher Touristinnen und Touristen sind.
IP2-BS	Vorwiegend von Kurgästen, Einheimische sind meistens nur wenige anwesend.
IP3-BS	Bei Veranstaltungen sind hauptsächlich Kurgäste anwesend, wenig Einheimische. Es ist zu viel Angebot für Einheimische.
IP4-BS	Veranstaltungen werden auf jeden Fall mehr von Touristinnen und Touristen besucht.
IP5-BS	Die Veranstaltungen werden eher von Kurgästen besucht, bei den Kurkonzerten im Kurpark sind auch Einheimische anwesend.
IP6-BS	Man kann das nicht beurteilen, da man nur sehr selten bei Veranstaltungen im Ort ist.
IP7-BS	Die Veranstaltungen werden eher von Einheimischen und Interessierten besucht, von Kurgästen weniger.

Tabelle 30: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 5c Bad Schönau (eigene Darstellung)

Von den sieben Befragten gaben fünf an, dass die Veranstaltungen im Ort besonders von Kurgästen frequentiert werden. Für Einheimische herrscht ein Überangebot. Eine Person konnte keine Einschätzung geben, da sie sich fast nie auf Veranstaltungen im Ort befindet und eine Person gab an, dass sicherlich mehr Einheimische und Menschen aus der Region die Veranstaltungen besuchen. Für diese Person liegt nahe, dass es die Kurgäste oft nicht in der Lage sind, an solchen Veranstaltungen teilzunehmen. Einige Antworten werden an dieser Stelle zitiert: „Ich glaube 90 Prozent Touristen. Glaube ich auf jeden Fall“ (IP1-BS). „Nur von, vorwiegend Kurgästen, wenn so Veranstaltungen sind und das sind relativ viele. Da ist die einheimische Bevölkerung, also die Ortsbevölkerung eher in der Minderheit. Also das ist ganz minimal“ (IP2-BS). „Hauptsächlich durch die Kurgäste (..) da sind die Kurkonzerte oder Veranstaltungen im Kulturzentrum oder im Pfarrheim, oder Tanzabende oder Vorträge. Da sind hauptsächlich Kurgäste, Einheimische vereinzelt. Ja, da wäre ja jeden Tag irgendeine Möglichkeit zum Besuchen da. Das ist zu viel. Aber für die Kurgäste wird sehr viel geboten“ (IP3-BS). „Kurgäste glaube ich am wenigsten, eher Einheimische und Leute, die wegen dem Programm dann her kommen von weiter weg. Die Kurtouristen, die rein auf Kur da sind, sind ja oft kranke Leute, alte Leute, Leute denen es nicht gut geht und die haben dann auch oft gar keine Lust, dass sie irgendetwas unternehmen auswärts“ (IP7-BS). Obwohl eindeutig mehr Kurgäste die

Veranstaltungen besuchen, ist es dennoch so, dass die Einheimischen sehr wohl zur Zielgruppe gehören. Auf Grund des großen Angebotes können sie aber nicht an jeder Veranstaltung teilnehmen. Kurgäste, welche höchstens drei Wochen in Bad Schöna u verbringen, sehen diese Veranstaltungen als willkommene Abwechslung. Trotz dieser Aussagen kann Hypothese 5c verifiziert werden, da die Einheimischen sehr wohl auch zur Zielgruppe gehören.

Hypothese 5c gilt als verifiziert
--

Das Fazit zu Hypothese 5 gesamt: Alle Hypothesen von 5 bis 5c konnten nach der Befragung und der Auswertung bestätigt werden. In den letzten Jahrzehnten wurde in Bad Schöna u sehr viel in die Infrastruktur investiert, um den Ort „kurorttauglich“ zu machen. Diese Investitionen haben sich auf jeden Fall positiv auf das Ortsbild ausgewirkt. Bad Schöna u bekam durch den Kurtourismus einige wichtige Einrichtungen wie zum Beispiel einen Nahversorger, eine Bank, eine Trafik und viele andere Geschäfte. Durch den Tourismus wurde der Ort belebt und steht vor einer ständigen Weiterentwicklung. Durch diese Investitionen in die Infrastruktur und in das Kultur- und Freizeitangebot profitieren nicht nur die Kurgäste, sondern auch die einheimische Bevölkerung. Auch von den Angeboten der ortsansässigen Gaststätten profitieren Einheimische zum Teil genauso wie Kurgäste. Lediglich die Pensionen und Privatzimmervermietungen richten sich mit ihren Angeboten nur direkt an Kurgäste, deren Angehörige und Auswärtige. Die Veranstaltungen im Ort werden vorwiegend von Kurgästen besucht, da sie viel Zeit haben. Vereinzelt sind jedoch auch Einheimische unter den Gästen zu finden, bei manchen Veranstaltungen sind es vorwiegend Einheimische, die zu den Gästen zählen. Generell gehören sowohl Einheimische als auch Kurgäste zu der Zielgruppe der örtlichen Veranstaltungen.

Hypothese 6

Die Unternehmen gehen davon aus, dass deren Standort durch die Kureinrichtung und dem damit einhergehenden Tourismus in Zukunft gestärkt wird.

Um diese Hypothese bestätigen oder widerlegen zu können, wurde den Interviewpartnerinnen und -partnern vorerst eine ganz allgemeine Frage gestellt: *Wie schätzen Sie die Zukunft Ihres Betriebes ein?* Die Antworten dazu sind sinngemäß in Tabelle 31 dargestellt.

IP1-BS	Um diese Frage beantworten zu können, ist man zu kurz in Bad Schöna u angesiedelt. In zwei Jahren könnte man mehr dazu sagen.
IP2-BS	Man schätzt die Zukunft sehr positiv ein.
IP3-BS	Für dieses Haus wird es keine Zukunft im Gastronomiebereich mehr geben, da man mit der Privatzimmervermietung aufhört.

IP4-BS	Die Zukunft schätzt man recht positiv ein, wenn man selbst weiter gut arbeitet.
IP5-BS	Wenn es so weiter geht wie bisher, ist man zufrieden.
IP6-BS	Die nähere Zukunft wird sehr gut eingeschätzt, die weitere Zukunft hängt von einigen wichtigen Faktoren ab.
IP7-BS	Man schätzt die Zukunft sehr gut ein.

Tabelle 31: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 6 Bad Schönau (eigene Darstellung)

Von den sieben Teilnehmerinnen und Teilnehmern konnte eine Person keine Einschätzung für die Zukunft abgeben, da dieser Betrieb erst seit letztem Jahr in Bad Schönau angesiedelt ist. Eine Person sieht die Zukunft für das eigene Haus schlecht, da man im nächsten Jahr voraussichtlich mit der Privatzimmervermietung aufhört. „Für unser Haus fällt nächstes oder übernächstes Jahr die Zukunft flach. Wir steigen aus überhaupt von dem Prospekt heraus und auch von der Zimmervermietung“ (IP3-BS). Diese Person gab an, dass durch die großen Kurbetriebe die Privatzimmervermieterinnen und -vermieter immer mehr verdrängt werden und es sehr schwer ist, in dieser Branche in Bad Schönau weiter zu bestehen. Früher hat beinahe jedes Haus Zimmer vermietet, heute sind es nur mehr sehr wenige, da es sich einfach auf lange Sicht gesehen nicht mehr rentiert. Alle anderen Befragten gaben an, dass sie die Zukunft für ihre Gaststätte recht positiv sehen. „Sehr, sehr positiv“ (IP2-BS). „(..) wenn es so bleibt wie es jetzt ist (..) sind wir zufrieden“ (IP5-BS). Eine Person gab an, dass man weiterhin hart arbeiten muss um eine gute Zukunft zu haben. Auch hier handelt es sich um eine Privatzimmervermietung. „Wenn man weiter arbeitet, ganz gut“ (IP4-BS). IP5-BS merkte an, dass man als Gaststätte in Bad Schönau in Zukunft von vielen verschiedenen Entwicklungen abhängig ist. „Die nächsten zwei bis fünf Jahre gut, bis sehr gut. Die weitere Zukunft, das wird sich weisen, wie viel Gas ist da, wie lange hat die Krankenkasse ein Geld zum Zahlen. Wie viel ist es der Krankenkasse wert, geht es weiter mit der Kurpraxis, wie schaut es aus mit dem Selbstbehalt, bricht das zusammen ist es vorbei. Das ist meine Prognose. Solange genug Gas da ist, solange die Hotels gut arbeiten profitieren wir alle davon“ (IP7-BS). Dieses Statement steht ganz klar dafür, dass die heimischen Gastronomiestätten sehr vom Kurtourismus und dessen Entwicklungen in der Zukunft anhängig sind. IP7-BS blickt der Zukunft sehr positiv entgegen. Da fünf von sieben Befragten die Zukunft ihrer Betriebe und Unternehmen gut bis sehr gut einschätzen, kann Hypothese 6 bestätigt werden.

Hypothese 6 gilt als verifiziert

Hypothese 6a

Die befragten Betriebe nehmen an, dass die Attraktivität ihres Standortes seitens der Gemeinde weiterhin gefördert und gestärkt wird.

Um diese Hypothese bestätigen oder widerlegen zu können, wurde den befragten Personen folgende Frage (6a) gestellt: *Glauben Sie, dass Ihr Standort durch weitere Investitionen und Innovationen in der Gemeinde gestärkt wird?* Die Antworten dazu werden in Abbildung 44 graphisch dargestellt.

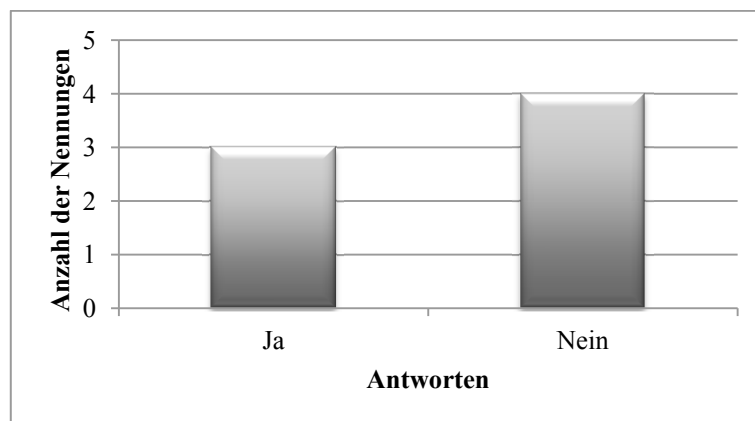


Abbildung 44: Häufigkeitsdiagramm für Frage 6a für Bad Schöna u (eigene Darstellung)

Dieses Ergebnis ist recht knapp ausgefallen. Drei der Befragten gaben an, zu glauben, dass ihr Standort durch weitere Investitionen und Innovationen in der Gemeinde gestärkt wird. „Na sicher, auf jeden Fall. Egal was die Gemeinde macht für den Ort. (..) Wenn man ein bisschen etwas tut, dann kommen schon Leute. Weil die Leute, also die Gäste eh nicht wissen was sie tun sollen den ganzen Nachmittag“ (IP1-BS) „Kann man schon sagen. Weil immer wenn irgendetwas Neues ist, gibt es immer wieder eine neue Gästeschicht“ (IP4-BS). Die anderen vier befragten Personen glauben nicht, dass ihr Standort durch Erneuerungen von Seiten der Gemeinde weiterhin gestärkt wird. „Nein, also ich wüsste nicht was das für eine Investition von der Gemeinde sein sollte, dass ich da mehr profitieren kann. Nein, das glaube ich nicht“ (IP5-BS). „Nein, ich glaube das machen wir soundso. Also, das was wir machen, machen wir eh, weil es eben passt und weil wir es wollen und das ist nur gut für die Gemeinde und für die Region. Ja, im Endeffekt, kann jede Gemeinde froh sein, wenn es Betriebe gibt, die gut laufen“ (IP7-BS). Der Großteil der Befragten glaubt also nicht an eine Aufwertung des eigenen Standortes durch Investitionen von Seiten der Gemeinde. Deshalb kann diese Hypothesen nicht bestätigt werden.

Hypothese 6a gilt als falsifiziert

Hypothese 6b

Die befragten Betriebe sind der Überzeugung, dass die Region „Bucklige Welt“ durch den Tourismus stärker wächst bzw. attraktiver ist als umliegende Regionen.

Um diese Hypothese untersuchen zu können, wurde den Teilnehmerinnen und Teilnehmern folgende Frage (6b) gestellt: *Würden Sie sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. den Kurtourismus profitiert und dadurch attraktiver als umliegende Regionen ist?* In Abbildung 45 werden die Ergebnisse gezeigt.

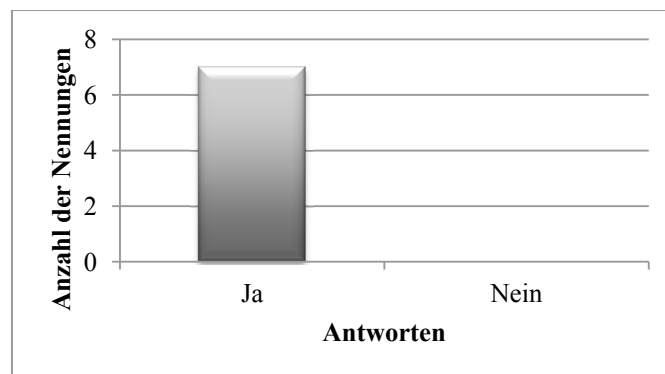


Abbildung 45: Häufigkeitsdiagramm für Frage 6b für Bad Schönau (eigene Darstellung)

Anhand der Graphik kann man erkennen, dass alle sieben Befragten der Meinung sind, dass der Kur-, der Wellness- und Gesundheitstourismus dazu führen, dass die gesamte Region Bucklige Welt attraktiver geworden ist. Sie sind darüber hinaus der Meinung, dass nicht nur die beiden Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau profitieren, sondern auch die Region partizipiert. In Tabelle 32 werden die sinngemäßen Antworten zu Frage 6b wiedergegeben.

IP1-BS	Ja, man ist der Meinung, dass der Tourismus dazu führt, dass die gesamte Region profitiert.
IP2-BS	Ja, davon profitieren alle.
IP3-BS	Ja, Bad Schönau und die gesamte Umgebung profitieren vom Tourismus.
IP4-BS	Am meisten profitieren sicherlich die beiden Gemeinden vom Tourismus, aber auch die Region.
IP5-BS	Ja, vom Tourismus profitiert die gesamte Region.
IP6-BS	Ja, ganz sicher profitiert die Region vom Tourismus.
IP7-BS	Der Tourismus ist ein wichtiges Aushängeschild, ein Gerüst, aber man braucht die gute Kulinarik, damit die Menschen wieder kommen.

Tabelle 32: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 6b Bad Schönau (eigene Darstellung)

Anhand dieser Antworten sieht man noch einmal deutlich, dass alle Befragten der Meinung sind, dass der Tourismus dazu führt, dass die gesamte Region profitiert. IP3-BS spricht an, dass pro Kurhaus in Bad Schönau 120 bis 150 Arbeitsplätze geschaffen wurden. Die Angestellten

kommen aus der ganzen Region und auch aus Ungarn. Darüber hinaus profitieren die lokalen Produzenten, da ihre Produkte an viele Betriebe in der Region geliefert werden. Das macht die Region auf jeden Fall bekannter. Man ist der Meinung, dass so sehr viele Menschen davon profitieren (vgl. IP3-BS). Eine Person sagte, dass die Region auch davon profitiert, wenn in den jeweiligen Ortschaften etwas für Touristinnen und Touristen angeboten wird. Wenn das nicht der Fall ist, beschränkt sich der Tourismus zu sehr auf die beiden Ortschaften Bad Erlach und Bad Schönau (vgl. IP4-BS). Eine Person meinte, dass der Tourismus zwar wichtig ist, aber noch viele andere Faktoren darüber entscheiden, ob ein Gast wieder kommt. „Tourismus ist ein ganz ein großer Aufhänger, ja. Wobei die Kulinarik immer mehr mitziehen muss und mitzieht. Also die letzten Presseartikel was es gegeben hat und Projekte sind eher auf die Kulinarik gegangen, als auf den Kurtourismus. Kurtourismus ist so das Gerüst, aber die Kulinarik das ist die Feinheit und die braucht man einfach, dass es da gute Sachen gibt. Sonst würde ich keine Leute da herziehen, die dann vielleicht nach der Kur privat wieder her kommen. Sonst fahren sie nur zur Kur und kommen nie mehr“ (IP7-BS). Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Hypothese 6b auf jeden Fall bestätigt werden kann.

Hypothese 6b gilt als verifiziert
--

Das Fazit zu Hypothese 6 gesamt: Der Großteil der Befragten ist von einer positiven Entwicklung ihrer Betriebe bzw. Unternehmen überzeugt. Der Kurtourismus reicht auf jeden Fall für diese positive Einschätzung aus, jedoch weiß man auch, dass man auf einige Kriterien, wie zum Beispiel das Gasvorkommen und die Krankenkassen angewiesen ist. Sollte sich in diesen Bereichen einmal etwas zum Negativen ändern, würde das wohl das Aus einiger Gastronomiebetriebe in Bad Schönau bedeuten. Im Moment spricht jedoch nichts dafür und die meisten sehen der Zukunft sehr positiv entgegen. Die Mehrzahl der Befragten glaubt jedoch nicht, dass ihr Standort durch weitere Investitionen und Innovationen in der Gemeinde gestärkt wird. Eine deutliche Zustimmung gibt es hingegen wieder dazu, dass der Gesundheits- und Wellnesstourismus sowie der Kurtourismus dazu führen, dass die gesamte Region Bucklige Welt davon profitiert.

5.7.3 Ergebnisse der Forschungsfragen und Zusammenfassung

In diesem Unterkapitel sind die Ergebnisse zu den Forschungsfragen, welche in Kapitel 5.1 aufgezählt sind, dargestellt. Jede Frage wird dabei sowohl für Bad Erlach als auch für Bad Schönauf beantwortet. Die Beantwortung der Fragen stellt gleichzeitig das Ende der Untersuchung dar. Darüber hinaus werden noch mögliche markante Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den Ortschaften erläutert.

1. Wie wichtig sind die Gäste der Kuranstalt und der Therme für die übrigen Betriebe und Unternehmen und somit für die Gemeinde und deren Wirtschaft?

Bad Erlach: Anhand der Hypothesen, welche durch die Antworten der Interviewpartnerinnen und -partner bestätigt oder widerlegt werden konnten, geht hervor, dass die Thermengäste für die Gastronomiebetriebe und -unternehmen in Bad Erlach nicht so wichtig sind wie zuerst angenommen. Es hat sich herausgestellt, dass der Großteil der Gastronomiestätten nur sehr wenig von den Thermengästen profitiert. Es ist zwar auf jeden Fall so, dass durch die Therme mehr Gäste die einheimischen Gaststätten besuchen und somit auch die Wirtschaft gestärkt wird, jedoch hat man sich sicherlich mehr davon erwartet. Der Tourismuszeitweig in Bad Erlach muss auf jeden Fall noch wachsen und dazu müsste wohl von Seiten der Betriebe und Unternehmen auch zielorientiert investiert werden. Das haben bis jetzt Leiterinnen und Leiter nur vereinzelt beachtet. Als abschließendes Resümee kann gesagt werden, dass sicherlich jeder einzelne Gast wichtig ist, jedoch ist der große, vielleicht teilweise erhoffte Gästeansturm auf die einheimischen Gastronomiestätten durch den Thermenbau vorerst ausgeblieben. Dieses Ausbleiben der Thermengäste in den ortsansässigen Gastronomiestätten wirkt sich natürlich auch nicht positiv auf die heimische Wirtschaft aus, da die Wertschöpfung im Ort durch diesen Tourismuszeitweig nicht unbedingt steigt.

Bad Schönauf: Die Umfrage ergab, dass für beinahe alle befragten Betriebe und Unternehmen die Gäste aus dem Kurtourismus sehr wichtig sind. Bis auf einen Betrieb, welcher als das Aushängeschild der Gastronomiebetriebe der Region weit über die Regionsgrenzen hinweg bekannt ist, können alle zumindest 20% Kurgäste begrüßen. Für die Privatzimmervermieterinnen und -vermieter und die Pensionen sind Kurgäste natürlich das Zielpublikum und dementsprechend wichtig. Auch die Gastronomiestätten, welche Kaffee und Kuchen anbieten, sind mehr oder weniger auf diese Gästeschied angewiesen. Die heimische Wirtschaft wird vor allem durch den Kurtourismus belebt, ohne den Tourismus wäre Bad Schönauf sicherlich nicht

auf dem Stand, auf dem es heute ist. Auch die Angehörigen der Kurgäste beleben durch ihre Besuche die heimische Wirtschaft. Die wirtschaftliche Lage der einheimischen Betriebe und Unternehmen ist zum Großteil davon abhängig, wie sich der Kurtourismus in Zukunft entwickeln wird. Sollten Rohstoffe knapp werden oder die Krankenkassen in Zukunft weniger finanzielle Mittel für Kuraufenthalte einplanen, wirkt sich das sicherlich negativ auf die wirtschaftliche Lage der ortsansässigen Gastronomiestätten und somit auf die Gemeinde generell aus.

Vergleich Bad Erlach und Bad Schönau: Anhand der Interviews und der Auswertung ist zu erkennen, dass es im Bereich der Wichtigkeit der Gäste aus dem Tourismus in beiden Gemeinden große Unterschiede gibt. In Bad Erlach sind die Thermengäste für viele Gastronomiestätten nicht so wichtig wie die Kurgäste für die Gaststätten in Bad Schönau. In Bad Erlach existierten alle der befragten Unternehmen bereits vor dem Thermenbau, in Bad Schönau siedelte sich eine befragte Person erst im vergangenen Jahr an und alle Neugründungen der Privatzimmervermietungen entstammen der Zeit, als der Kurtourismus in der Gemeinde Einzug hielt. Einige Befragte bauten ihre Häuser um, um für den Tourismus gerüstet zu sein. Insofern sind die Kurgäste auch sehr wichtig für diese Betriebe und Unternehmen. In Bad Erlach investierte lediglich ein Unternehmen zielorientiert in seine Gaststätte, welches dadurch auch vom Tourismus abhängig ist. Ein weiterer großer Unterschied ist, dass sich der Tourismusweig in Bad Erlach erst im Anfangsstadium befindet und weiter wachsen muss, jener in Bad Schönau hat sich bereits seit Jahrzehnten gefestigt. Darüber hinaus ist es in Bad Erlach durchaus schwieriger Thermengäste in die ortsansässigen Betriebe und Unternehmen zu locken, da diese oft nur zwei oder drei Tage in der Therme verbringen und dort alles bekommen, was sie benötigen. Die meisten Heurigen profitieren von den Tagesgästen, die nach dem Thermenbesuch bei einem Heurigen einkehren, um gestärkt die Heimreise antreten zu können. In Bad Schönau sieht dies etwas anders aus. Die meisten Gäste verbringen drei Wochen im Kurhaus und besuchen während dieser Zeit mehrere Male die Ortschaft, da sie viel Zeit zur Verfügung haben. Dadurch profitieren die heimischen Gaststätten.

2. Würden die anderen Betriebe und Unternehmen in den beiden Gemeinden auch ohne den Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. den Kurtourismus langfristig existieren können?

Bad Erlach: Diese Frage konnten die meisten Befragten in Bad Erlach eindeutig mit „Ja“ beantworten. Da die meisten Gaststätten nur vereinzelt von Thermengästen besucht werden, stellt sich für sie diese Frage gar nicht. Sie konnten vor der Therme existieren und führen den Betrieb auch weiterhin. Die meisten sind nicht auf die Thermengäste, sondern auf das Stammpublikum und die wirtschaftliche Entwicklung in der Zukunft angewiesen. Die Eindeutigkeit dieser Beantwortung zeigt sich darin, dass fünf Befragte angaben, in keinem Fall von den Thermengästen abhängig zu sein, lediglich eine Person ist ganz klar darauf angewiesen, da sie zielorientiert investiert hat und dadurch die Thermengäste braucht. Existieren könnte dieses Unternehmen jedoch auch ohne Therme, es ist natürlich um einiges einfacher, wenn auch Thermengäste zu den Besuchern zählen. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass alle befragten Betriebe und Unternehmen in Bad Erlach auch ohne den Wellness- und Gesundheitstourismus langfristig existieren könnten und sie mehr von der Entwicklung der Wirtschaft abhängig sind als von den Gästen aus dem Tourismus.

Bad Schönau: Diese Frage konnten in Bad Schönau lediglich drei von sieben befragten Gaststätten mit „Ja“ beantworten. Sie gaben an, in keinem Fall von dieser Gästesicht abhängig zu sein, sondern auf Stammkunden, deren Weiterempfehlung und Kunden aus der Region zurückgreifen können. Dazu muss jedoch gesagt werden, dass in dieser Auflistung ein Unternehmen dabei ist, welches sehr erfolgreich ist und die Kurgäste eigentlich nicht als Zielgruppe ansieht. Die übrigen vier Gaststätten sind sehr wohl in unterschiedlich großer Intensität vom Kurtourismus abhängig. Am meisten IP1-BS (98% der Gäste aus dem Kurtourismus) und IP4-BS (70% Gäste). Die beiden könnten wohl ohne den Kurtourismus nicht mehr existieren. Auch IP6-BS (55% Gäste) würde es auf lange Sicht gesehen schwer fallen, ohne Kurgäste existieren zu können. Alles in allem kann eindeutig gesagt werden, dass ein Großteil der Infrastruktur in Bad Schönau auf den Kurtourismus ausgelegt ist und deshalb entstanden ist. Würde dieser Tourismuszweig wegfallen, hätte das nicht nur negative Auswirkungen auf die Gastronomiestätten, sondern auf das gesamte Wirtschaftswesen in Bad Schönau und sicherlich auch auf die umliegenden Gemeinden. Ohne den Kurtourismus könnten in Bad Schönau mit Sicherheit viele Betriebe und Unternehmen nicht existieren und für einige würde es um ein Vielfaches schwieriger werden.

Vergleich Bad Erlach und Bad Schönau: Auch bei dieser Fragestellung gibt es eindeutig einen Unterschied zwischen den beiden Ortschaften. Während alle befragten Gaststätten in Bad Erlach

ohne Thermengäste weiterhin existieren könnten, ist dies in Bad Schöna u nicht der Fall. In Bad Erlach besuchen nur relativ wenige Thermengäste den Großteil der befragten Betriebe und Unternehmen, somit würde deren Fehlen in den meisten Fällen nicht sehr auffallen und eine Existenz wäre weiterhin gesichert. In Bad Schöna u sind viele Gaststätten sehr vom Kurtourismus abhängig, vor allem Privatzimmervermietungen und Pensionen, welche wegen des Tourismus vor einigen Jahrzehnten ihre Pforten geöffnet haben. Ohne Gäste aus diesem Bereich könnten diese Gaststätten nicht oder nicht sehr lange existieren. In Bad Schöna u ist einfach alles auf den Kurtourismus aufgebaut, große Änderungen könnten gravierende Auswirkungen auf die Gemeinde und deren Betriebe haben. Somit kann eindeutig gesagt werden, dass die befragten Gaststätten in Bad Erlach zum Großteil auch ohne Thermengäste existieren könnten, in Bad Schöna u ist es genau umgekehrt der Fall.

3. Gibt es unter den Unternehmen der Gemeinde großes Konkurrenzdenken?

Bad Erlach: Der Großteil der Befragten gab an, dass es unter den Unternehmen der Gemeinde generell kein großes Konkurrenzdenken gibt. Unter den branchengleichen Betrieben sehen jeweils drei Befragte eine bessere Zusammenarbeit in den letzten Jahren, weitere drei sehen mehr Konkurrenzdenken und eine Person sagte, dass sowohl Zusammenarbeit als auch Konkurrenzdenken vorhanden seien. Daraus ergibt sich, dass für jeden einzelnen Betrieb zwar die eigenen Interessen im Vordergrund stehen, die Hälfte der Befragten gab jedoch an, dass sie bereit wäre mehr zusammen zu arbeiten, die andere Hälfte hält nicht viel von Zusammenarbeit. Das Resümee ist, dass der Wellness- und Gesundheitstourismus in Bad Erlach nicht dazu führte, dass das Konkurrenzdenken unter den heimischen Betrieben und Unternehmen größer geworden ist, jedoch eine Zusammenarbeit auch nicht unbedingt selbstverständlich ist und angestrebt wird.

Bad Schöna u: Ob großes Konkurrenzdenken unter den Betrieben und Unternehmen der Gemeinde herrscht, konnte nicht wirklich geklärt werden. Das kann man aus der relativ ausgeglichenen Antwortgebung zu Hypothese 3 erkennen. Drei Befragte konnten nicht einschätzen, ob die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben in den letzten Jahren gestiegen ist. Jeweils zwei waren dafür und zwei dagegen. Bei der Frage, ob unter branchengleichen Betrieben Konkurrenzdenken oder Zusammenarbeit vorherrschend sei, kristallisierte sich dennoch eine Richtung heraus. Die meisten gaben an, dass es zwar bis zu einem gewissen Grad Konkurrenzdenken gibt, weil jeder selbst dafür sorgen muss, dass sein bzw. ihr Betrieb weiter existieren kann, jedoch gibt es auch unter einigen Betrieben gute

Zusammenarbeit, welche gepflegt wird. Es kann somit gesagt werden, dass es Konkurrenzdenken gibt, dies aber nicht übermäßig groß ist.

Vergleich Bad Erlach und Bad Schönau: In diesem Bereich ist das Ergebnis in beiden Ortschaften ziemlich ähnlich ausgefallen. Generell gibt es kein sehr großes Konkurrenzdenken, aber auch nicht sehr viel Zusammenarbeit. Es hat den Anschein, dass zuerst einmal jeder für sich arbeitet und dann vielleicht erst über den Tellerrand hinausblickt. Branchenintern geht es in die Richtung, dass Zusammenarbeit mehr gepflegt wird. Das ist auch in beiden Ortschaften zu beobachten.

4. Welche Erwartungen und Ansprüche stellen die Gäste an die Betriebe und Unternehmen? Gibt es dabei Unterschiede zwischen Einheimischen und Touristinnen und Touristen?

Bad Erlach: Aus der Befragung geht hervor, dass sich alle Gäste ein gutes Service, Freundlichkeit und ein passendes Preis- Leistungsverhältnis wünschen. Dabei gibt es keine Unterschiede zwischen Einheimischen oder Touristinnen und Touristen. Thermengäste stellen auch keine höheren Erwartungen und Ansprüche an die heimischen Gaststätten als Einheimische. Sie stellen in manchen Fällen einfach andere Ansprüche. Dies ist zum Beispiel in Bezug auf regionale Produkte der Fall. Bei den Produkten auf der Speiskarte erwarten sich Thermengäste eindeutig mehr Regionalität als Einheimische. Darüber hinaus sind sie auch eher dazu bereit, mehr Geld für Produkte und Dienstleistungen auszugeben als Einheimische. Für viele spielt hierbei sicherlich der Urlaubsgedanke eine große Rolle. Man fährt auf Urlaub, um sich etwas zu gönnen.

Bad Schönau: Die Befragung in Bad Schönau ergab, dass Kurgäste keine höheren Ansprüche an die heimischen Betriebe und Unternehmen stellen. Weder in Bezug auf das Service, die Freundlichkeit, die gesamte Atmosphäre, noch auf das Preis- Leistungsverhältnis. Einige Befragte gaben zu Protokoll, dass der Gast von heute an sich schon sehr anspruchsvoll ist und diese genannten Attribute in der Gastronomie eine Selbstverständlichkeit darstellen und man als Gastgeber keine Unterschiede zwischen Gästen macht. Generell kann man sagen, dass sich Kurgäste eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte wünschen. Das wird in vielen Fällen einfach erwartet, da man in eine Region fährt, um auch die Kulinarik dort kennenzulernen. Der Großteil der Kurgäste ist auch bereit für (regionale) Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische.

Vergleich Bad Erlach und Bad Schönauf: Die Ergebnisse der Befragung in Bad Schönauf weisen große Ähnlichkeiten zu den Ergebnissen der Befragung in Bad Erlach auf. Wie bereits erwähnt haben weder Thermengäste noch Kurgäste in den verschiedensten Bereichen höhere Ansprüche an die ortsansässigen Gastronomiebetriebe und -unternehmen als Einheimische. Generell erwarten alle Gäste hohe Qualität und ein faires Preis- Leistungsverhältnis. In beiden Ortschaften erwarten sich Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte als Einheimische. Dieses Ergebnis ist eigentlich nicht überraschend, da viele Menschen, wenn sie auf Urlaub fahren, Produkte aus der Region bevorzugen. Dafür sind sowohl Thermen- als auch Kurgäste eher dazu bereit, für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische. Auch das könnte wiederum daran liegen, dass die Gäste auf Urlaub fahren und sich dort etwas gönnen wollen und dabei einmal nicht so oft auf den Preis schauen. Natürlich gibt es auch hier Ausnahmen, der Großteil ist jedoch dazu bereit.

5. Wie haben sich die Infrastruktur und das Ortsbild der Gemeinden nach dem Bau der Kuranstalt bzw. der Thermenlandschaft verändert?

Bad Erlach: Bei dieser Frage ist es schwer, eine Antwort zu finden, da die Meinungen der Befragten sehr weit auseinander gingen. Einerseits waren sich alle einig, dass in verschiedenen Bereichen investiert wurde, manche sprachen jedoch davon, dass teilweise falsch und nicht zielorientiert investiert wurde. Die Auswirkungen auf das Ortsbild wurden auch nicht unbedingt positiv bewertet. Das kann natürlich den Grund haben, dass die meisten Befragten schon immer in Bad Erlach wohnten und somit einen Vergleich zu früher haben und die Entwicklungen im Bereich Infrastruktur und Ortverschönerung eher kritisch sehen. Immerhin drei der sieben Befragten gaben an, dass sich die Investitionen im Bereich Infrastruktur und Kultur- und Freizeitangebot positiv auf das Ortsbild auswirkten.

Bad Schönauf: Die Infrastruktur und das Ortsbild von Bad Schönauf haben sich nach dem Bau der Kuranstalten sehr verändert. Davor war Bad Schönauf ein kleiner Ort ohne Nahversorger und andere wichtige Einrichtungen. Heute ist Bad Schönauf noch immer ein kleiner Ort, jedoch wurden durch den Kurtourismus einige Investitionen getätigt, um den Ort „kurorttauglich“ zu machen. Ein Nahversorger, viele verschiedene Gaststätten, eine Trafik, zwei Banken und andere Geschäfte stehen nun den Einheimischen und den Kurgästen zur Verfügung. Das sind alles Einrichtungen, die notwendig sind, um den Kurgästen ihren Aufenthalt angenehm zu gestalten. Neben diesen Bautätigkeiten wurden auch große Kurzentren errichtet, welche zwar keinen

Nutzen für die einheimische Bevölkerung an sich darstellen, Arbeitsplätze wurden dadurch jedoch viele geschaffen. Das bedeutet, von diesen ganzen Veränderungen profitieren sehr wohl die Einheimischen genauso wie die Kurgäste. Das Ortsbild hat sich durch den Kurtourismus für die Mehrzahl der Menschen positiv verändert.

Vergleich Bad Erlach und Bad Schönau: Ein großer Unterschied war in den Antworten auf diese Frage zu finden. In Bad Erlach sieht man die Auswirkungen der getätigten Investitionen auf das Ortsbild nicht unbedingt nur positiv, in Bad Schönau wurde dabei keine kritische Stimme laut. Alle Befragten gaben an, dass die Investitionen in die Infrastruktur und in das Kultur- und Freizeitangebot nur positive Auswirkungen auf das Ortsbild und das kulturelle Geschehen haben. In Bad Erlach wurde laut der Aussagen mancher an falschen Stellen investiert und neben positiven Auswirkungen für die Bevölkerung wurden auch negative genannt (vor allem hohe neu entstandene Kosten durch Umbauarbeiten und Erneuerungen). Es kann natürlich durchaus möglich sein, dass sich die Bad Schönauer Gastronomen bereits an den Tourismus gewöhnt haben und sehen, welche Vorteile für sie dadurch entstehen können und die Bad Erlacher noch eher skeptisch dem gegenüber eingestellt sind. Auch in diesem Bereich braucht es in Bad Erlach sicherlich noch einige Zeit.

6. Wie schätzen die Inhaberinnen und Inhaber der Unternehmen die zukünftige wirtschaftliche und touristische Entwicklung in den Gemeinden ein?

Bad Erlach: Die meisten Befragten schätzen ihre persönliche und auch die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung der Gemeinde positiv ein. Erwähnt wird allerdings, dass es nur zu einer positiven Entwicklung des eigenen Betriebes kommen wird, wenn man weiterhin selbst hart arbeitet und innovative Ideen hat. Durch die ungewisse Zukunft im Bereich der wirtschaftlichen Gesamtlage wurde die Einschätzung manchen Befragten sehr schwer gemacht. Bis auf eine Person schätzen die Zukunft ihres Betriebes und der Gemeinde jedoch alle positiv ein. Das hängt vor allem damit zusammen, dass das Gesundheitszentrum Lebens.Med im Oktober 2014 seine Pforten öffnet und zum wirtschaftlichen Aufschwung der heimischen Gaststätten beitragen soll. Vier Personen gaben an, dass sie annehmen, dass ihr Standort durch solche zukünftigen Investitionen, wie zum Beispiel das Gesundheitszentrum auf jeden Fall gestärkt wird.

Bad Schönau: Die Zukunft der eigenen Betriebe und jene der Gemeinde schätzt der Großteil der Befragten sehr gut ein. Der Kurtourismus wird ihrer Einschätzung nach dazu führen, dass die

Existenz der heimischen Betriebe auf einen längeren Zeitraum gesichert ist und sie in Zukunft sicherlich weiter davon profitieren werden. Natürlich ist das, ähnlich wie in Bad Erlach, auch mit viel Arbeit von Seiten der Leiterinnen und Leiter verbunden. Einzig die Zukunft der Privatzimmervermietungen steht wohl unter keinem so guten Stern. In den letzten Jahren haben schon viele Familien aufgehört, da es sich einfach wirtschaftlich für sie nicht mehr rentiert. Auch eine befragte Person wird diesem Beispiel in den kommenden Jahren folgen. Dieser Trend zeichnete sich seither ab, als die großen Kurhotels in Bad Schönau Einzug hielten. Es scheint, nur durch ein eigenes Konzept, wie zum Beispiel „Urlaub am Bauernhof“ kann man sich in dieser Sparte noch von der Konkurrenz abheben und Kundinnen und Kunden gewinnen. Ganz generell blickt man in Bad Schönau jedoch einer positiven Zukunft entgegen.

Vergleich Bad Erlach und Bad Schönau: In diesem Bereich fielen die Ergebnisse in Bad Erlach und Bad Schönau sehr ähnlich aus. In beiden Gemeinden waren die Befragten der Meinung, dass die Zukunft durch den Tourismus auf jeden Fall positiv verlaufen wird, dass es aber auch sehr darauf ankommen wird, was man selbst daraus macht. Weiterhin hart arbeiten und immer wieder neue Produkte anbieten steht wohl an der Tagesordnung, um für viele Gäste interessant zu bleiben. Dann werden weiterhin viele von diesem Zweig profitieren können.

5.7.4 Fazit

Anhand der Ergebnisse aus den Befragungen kann man sagen, dass die beiden Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau durch die touristischen Kur- und Wellnesseinrichtungen der wirtschaftliche Motor der Regionalentwicklung in der Buckligen Welt sind. Durch den Kur- und Wellnesstourismus hat der Tourismus in dieser Region Einzug gehalten und viele Veränderungen hervorgebracht. Arbeitsplätze wurden geschaffen, die Infrastruktur verbessert und die Region dadurch erheblich aufgewertet. Das wohl Wichtigste jedoch ist, dass die gesamte Region bekannter geworden ist, der Kur- und Wellnesstourismus führt dazu, dass mehr Menschen in die Bucklige Welt kommen. Davon profitieren naturgemäß auch die einheimischen Betriebe und Unternehmen. Am meisten profitieren sicherlich die Gemeinden Bad Erlach und Bad Schönau, aber auch die umliegenden Gemeinden können Vorteile daraus ziehen. Während Bad Schönau ein Vorreiter in der Region im Bereich Tourismus ist, ist Bad Erlach auf dem Weg, in dieser Branche Fuß zu fassen. Die ortsansässigen Gastronomiestätten in Bad Erlach profitieren zu großen Teilen lange noch nicht so vom Tourismus wie jene in Bad Schönau. Es werden zwar

fast überall mehr Gäste begrüßt als noch vor ein paar Jahren, aber es gibt in diesem Bereich in Zukunft auf jeden Fall noch Entwicklungs- und Erweiterungspotential. In Bad Schöna u sind viele der einheimischen Betriebe und Unternehmen bereits vom Kurtourismus abhängig. Bis es in Bad Erlach so weit sein könnte, müssen noch einige Veränderungen vorgenommen werden. Ein Zeichen in diese Richtung setzt man mit dem Bau des Gesundheitszentrums Lebens.Med und der onkologischen Kinderrehabilitationsklinik. Der Gesundheitstourismus ist sicherlich eine gute Möglichkeit der gesamten Region zu einem wirtschaftlichen Aufschwung zu verhelfen. Die Menschen haben vor allem in den letzten Jahren ein höheres Gesundheitsbewusstsein entwickelt und wollen die eigene Gesundheit nicht nur fördern, sondern auch fordern und sich aktiv bewegen, um Krankheiten vorzubeugen. In dieser Zeit wurden Gesundheitseinrichtungen immer beliebter, Menschen fanden vermehrt den Weg in Fitnessstudios oder Wellnesseinrichtungen, um ihre Gesundheit zu erhalten oder zu verbessern. Insofern setzt man in der Buckligen Welt auf einen aufstrebenden Wirtschaftsfaktor. Das kann sich sicherlich in Zukunft positiv auf die Wirtschaft der gesamten Region auswirken. Auch die Erholung und Entspannung steht für viele Menschen im Vordergrund. Diesen Bereich deckt die Thermenlandschaft Linsberg Asia in Bad Erlach hervorragend ab. Neben der erholungsspendenden Wellnesseinrichtung stehen den Bewegungssuchenden zahlreiche Rad- und Wanderwege in der Umgebung zur Verfügung. In Bad Schöna u spezialisierte man sich auf den Kurtourismus, viele Menschen kommen hierher, um von Krankheiten geheilt zu werden oder wenigstens Besserung zu erreichen. Die Betriebe und Unternehmen im Ort profitieren dabei mehr von den Angehörigen, welche die Kurgäste während ihres mehrwöchigen Aufenthaltes besuchen. Die Ortschaft an sich kann auf eine vielseitige Entwicklung zurückblicken, seitdem es den Kurtourismus gibt. Die Infrastruktur wurde verbessert, das Kultur- und Freizeitangebot wurde erweitert und einige Einrichtungen neu erbaut. Davon profitieren nicht nur die Kurgäste, sondern auch die einheimische Bevölkerung. Der Kur- und Wellnesstourismus in Bad Erlach und Bad Schöna u ist mit Sicherheit ein Sprungbrett und der Motor für die regionale Weiterentwicklung in den unterschiedlichsten Bereichen der Region. Jedoch liegt es sicherlich auch zu großen Teilen an den Menschen und Gemeinden, was sie aus diesem daraus entstehenden Vorteil machen. Nur alleine auf dem Tourismus wird man sich in Zukunft nicht ausruhen können, die Kulinarik ist zum Beispiel ein wesentliches Thema, damit auch die heimischen Gastronomiestätten wirklich gewinnbringend vom Motor „Tourismus“ profitieren. Die ortsansässigen Gastronomiebetriebe und -unternehmen

müssen in Zukunft wohl viel Geld und Zeit investieren und kulinarische Neuerungen auf den Markt bringen, um wettbewerbsfähig zu bleiben oder einen Vorteil gegenüber Mitbewerbern generieren zu können. Die großen Leitbetriebe holen die Touristinnen und Touristen in den Ort bzw. in die Region, jedoch muss den Gästen klar verdeutlicht werden, warum sie wieder kommen sollen. Das ist unter anderem die Aufgabe der heimischen Betriebe und Unternehmen. Dabei spielt die Kulinarik und das vorhandene Kultur- und Freizeitangebot eine entscheidende Rolle. Wird in diese Bereiche sinnvoll investiert und zielgerichtet gearbeitet, fühlen sich die Gäste angesprochen und ziehen es in Erwägung, wieder zu kommen. Dann würden nicht nur die großen Leitbetriebe wie Linsberg Asia oder die Landsknechte primär vom Tourismus profitieren, sondern auch die vielen heimischen Betriebe und Unternehmen in den unterschiedlichsten Branchen. Das ist naturgemäß mit viel Öffentlichkeitsarbeit und Anstrengung verbunden. Das bedeutet, der Motor für eine positive Regionalentwicklung ist durch die Therme und die Kuranstalt gegeben, in Zukunft wird es jedoch entscheidend sein, in welche Richtung man investiert und gestaltet und ob die notwendigen Rohstoffe noch langfristig zur Verfügung stehen.

6 Literaturverzeichnis

- Aistleitner, A. (2010). Qualitätsdimensionen aus Sicht der Unternehmen/Anbieter. In K. Hubatka (Hrsg.), *Erfolg von Kur, Rehabilitation und Wellness. Ergebnisse von Befragungen zur Qualitätssicht der Anbieter, Kunden und Zuweiser* (Bd. 38, S. 45–93). Linz: Universität Linz Sozialwissenschaftliche Vereinigung.
- Barth, R., & Werner, C. (2005). *Der Wellness - Faktor - Modernes Qualitätsmanagement im Gesundheitstourismus*. Wien: RELAX Guide & Magazin Verlag Christian Werner.
- Baumgartner, P. (1984). *Kleine bucklige Welt. Monographie einer Landschaft* (S. 279). Wien: Science Press.
- Berg, W. (2008). *Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus* (S. 410). München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- DHV/DTV. (2005). *Begriffsbestimmungen - Qualitätsstandards für die Prädikatisierung von Kurorten, Erholungsorten und Heilbrunnen* (12. Aufl., S. 83). Bonn: Deutscher Heilbäderverband/Deutscher Tourismusverband (Hg.). Abgerufen von <http://www.deutscher-heilbaederverband.de/Begriffsbestimmungen-12-Aufl-aktualisiert-2011-PDF-685370.pdf>
- Fischl, W. (2014). *Persönliche Kommunikation am 16.04.2014 in Bad Erlach*.
- Flick, U. (2007). Design und Prozess qualitativer Forschung. In U. Flick, E. Von Kardorff, & I. Steinke (Hrsg.), *Qualitative Forschung: Ein Handbuch* (5. Aufl., S. 252–265). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Freyer, W. (2006). *Tourismus - Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie* (8. Aufl.). München, Wien: R. Oldenbourg Verlag.
- Friedrichs, J. (1980). *Methoden empirischer Sozialforschung* (13. Aufl., S. 430). Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH.

- Frietzsche, U. (o. J.). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Tourismus. *Gabler Wirtschaftslexikon*. Springer Gabler Verlag. Abgerufen 26. Februar 2014, von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54205/tourismus-v11.html>
- Gager, M. (2012a). Am Dach der Buckligen Welt. Der Hutwisch und die Aussichtswarte. *Bucklige Welt Rund Um Bad Schönau. Herzlich Und Vital Wohlfühlen*, 20–21.
- Gager, M. (2012b). Am Puls der Zeit. Die Bucklige Welt ist e-mobil. *Bucklige Welt Rund Um Bad Schönau. Herzlich Und Vital Wohlfühlen*, 28–29.
- Gager, M. (2012c). Auf Panoramablicke-Tour. mit dem Auto, Fahrrad oder E-Bike. *Bucklige Welt Rund Um Bad Schönau. Herzlich Und Vital Wohlfühlen*, 18–19.
- Gager, M. (2012d). Bad Schönau. Die Quellen. Die Kur. *Bucklige Welt Rund Um Bad Schönau. Herzlich Und Vital Wohlfühlen*, 6–7.
- Gager, M. (2012e). Ein Kurort mit Flair. Herzlich willkommen in Bad Schönau. *Bucklige Welt Rund Um Bad Schönau. Herzlich Und Vital Wohlfühlen*, 13.
- Gager, M. (2012f). Herz & Seele baumeln lassen. Flanieren, Spazieren, Lustwandeln. *Bucklige Welt Rund Um Bad Schönau. Herzlich Und Vital Wohlfühlen*, 14–15.
- Gager, M. (2012g). Sooo gut schmeckt.... Köstliche Produkte aus der Buckligen Welt. *Bucklige Welt Rund Um Bad Schönau. Herzlich Und Vital Wohlfühlen*, 56–59.
- Gesundheitsresort Königsberg Bad Schönau. (2013). Informationen & Preise 2014. Bad Schönau.
- Haider-Berky, W. (2008). *Die Heimat von Karl und Zita* (Bd. 12, S. 45). NÖ Landesarchiv und NÖ Institut für Landeskunde.
- Hewson, E., & Schramm, R. (2006). *Wellness-Lexikon: 50 Verfahren im Steckbrief*. Wien: Verein für Konsumenteninformation.

- Holzer, A. M. (1997). *Wetterchronik der Buckligen Welt* (2. Aufl., S. 134). Krumbach: Alois M. Holzer.
- Holzer, A. M. (2014, Januar). Werte der vergangenen Monate. *tornados.at*. Abgerufen 19. Februar 2014, von http://www.tornados.at/wp/?page_id=433
- Hotel & Spa Linsberg Asia. (2013a). Kulinarik. *Linsberg Asia*.
- Hotel & Spa Linsberg Asia. (2013b). Seminare & Events. *Linsberg Asia*.
- Hruby, I. (2012a). Bad Erlach. Eine Thermengemeinde entsteht. *Bucklige Welt Rund Um Bad Erlach. Muße, Genuss Und Lebenslust*, 5.
- Hruby, I. (2012b). Die fünf Thermengemeinden. Gastfreundlichkeit großgeschrieben. *Bucklige Welt Rund Um Bad Erlach. Muße, Genuss Und Lebenslust*, 8–9.
- Hruby, I. (2012c). Die Thermengemeinden. Zahlen, Daten, Fakten, Infos. *Bucklige Welt Rund Um Bad Erlach. Muße, Genuss Und Lebenslust*, 46–47.
- Hruby, I. (2012d). Eisenbahnromantik. Einzug der Sommerfrische. *Bucklige Welt Rund Um Bad Erlach. Muße, Genuss Und Lebenslust*, 11.
- Hruby, I. (2012e). Orte der Besinnung. der Ruhe und der Kraft. *Bucklige Welt Rund Um Bad Erlach. Muße, Genuss Und Lebenslust*, 14–15.
- Hruby, I. (2012f). Therme Linsberg Asia. Ein Leitbetrieb stellt sich vor. *Bucklige Welt Rund Um Bad Erlach. Muße, Genuss Und Lebenslust*, 6–7.
- Hubatka, K. (2010). Allgemein gültige, thematische Abgrenzungen der Qualitätsdimensionen sowie von Kur und Rehabilitation. In K. Hubatka (Hrsg.), *Erfolg von Kur, Rehabilitation und Wellness. Ergebnisse von Befragungen zur Qualitätssicht der Anbieter, Kunden und Zuweiser* (S. 35–44). Linz: Universität Linz Sozialwissenschaftliche Vereinigung.
- Klepoč, E. M. (2008). *Die Bucklige Welt* (S. 128). Erfurt: Sutton Verlag.

- Königsbergjournal. (2013a, Dezember). 35 Jahre - ein Blick in die Vergangenheit. *Königsbergjournal: Die Gästezeitung Des Gesundheitsresorts Königsberg Bad Schönau*, 6.
- Königsbergjournal. (2013b, Dezember). Gesundheit - auch für die Psyche. *Königsbergjournal: Die Gästezeitung Des Gesundheitsresorts Königsberg Bad Schönau*, 2–3.
- Königsbergjournal. (2013c, Dezember). Wir bauen für Ihre Gesundheit - Gefördertes Wissen. Weiterbildungsseminare für Mitarbeiter. *Königsbergjournal. Die Gästezeitung Des Gesundheitsresorts Königsberg Bad Schönau*, 7.
- Konrad, K. (2011). *Mündliche und schriftliche Befragung - Ein Lehrbuch* (7. Aufl., S. 119). Landau: Verlag Empirische Pädagogik.
- Kurkommission und Tourismusverband Bad Waltersdorf. (o. J.). Fussball: Bad Waltersdorf. Abgerufen 21. Februar 2014, von <http://www.badwaltersdorf.com/de/aktivitaeten/freizeitsport/fussball/>
- Kurzentrum Bad Schönau. (2013, September). Bad Schönau und sein Umgebung. *Kurzentrum: Bad Schönau*, 7.
- Langbein, K., & Bardehle, P. (2007). *Entdecker der Wellness. Gesundheitskünste im alten China, Indien und Rom*. Wien: Carl Ueberreuter.
- Lechner, R. (2012). *Bucklige Welt. Land der 1000 Hügel touristisch - kulinarisch* (S. 87). Lichtenegg: Verein „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt - Lebensmittelgewerbe“.
- Lechner, R., Gottschling, P., & Haider-Berky, W. (2011). *Heimat Bucklige Welt Wechsel. Wo die Alpen in der Puszta versinken* (S. 272). Berndorf: KRAL-Verlag-Anton Kral GmbH.
- Marktgemeinde Bad Erlach. (o. J.). Marktgemeinde Bad Erlach - Gesundheit und Soziales / Ärzte und Apotheken. Abgerufen 9. März 2014, von <http://www.baderlach.gv.at/system/web/gelbeseite.aspx?typ=4&cmd=az&menuonr=218771>

- Marktgemeinde Bad Erlach. (2011). Thermengemeinde Bad Erlach. *Thermen- & Einkaufsgemeinde Bad Erlach. Ortsplan- Und Rad/Wanderkarte.*
- Marktgemeinde Bad Erlach. (2012). Die „8“ als wahre asiatische Glückszahl - Der Erfolg der Therme Linsberg Asia spricht für sich. Abgerufen 5. Februar 2014, von <http://www.baderlach.gv.at/system/web/news.aspx?detailonr=223456933>
- Marktgemeinde Bad Erlach. (2013a). 5 Jahre Therme Linsberg Asia - Präsentation einer tollen Bilanz. *Zu Gast Daheim. Das Gästemagazin Der Thermengemeinden Rund Um Linsberg Asia*, (3), 4–5.
- Marktgemeinde Bad Erlach. (2013b). Ein „Schmuckkästchen“ macht große Baufortschritte. *Zu Gast Daheim. Das Gästemagazin Der Thermengemeinden Rund Um Linsberg Asia*, (2), 10–11.
- Marktgemeinde Bad Erlach. (2013c). Gesundheitszentrum Bad Erlach nimmt bereits Konturen an. *Zu Gast Daheim. Das Gästemagazin Der Thermengemeinden Rund Um Linsberg Asia*, (4), 11.
- Marktgemeinde Bad Erlach. (2013d). Kultur, Therme, Genuss und Geselligkeit als Aufhänger. *Zu Gast Daheim. Das Gästemagazin Der Thermengemeinden Rund Um Linsberg Asia*, (4), 4.
- Marktgemeinde Bad Erlach. (2013e, Dezember). Lebens.Med Zentrum Bad Erlach. *Bürgerinformation - Marktgemeinde Bad Erlach*, 10–11.
- Marktgemeinde Bad Erlach. (2013f, Dezember). Sportanlage NEU gefällt allen! *Bürgerinformation - Marktgemeinde Bad Erlach*, 8–9.
- Marktgemeinde Bad Erlach. (2014). Medical Wellness & SPA. *Zu Gast Daheim. Das Gästemagazin Der Thermengemeinden Rund Um Linsberg Asia*, (1), 5.
- Marktgemeinde Krumbach in der Bucklige Welt. (o. J.). Krumbach in Niederösterreich - Ö3-Wetterstation. Marktgemeinde Krumbach. Abgerufen 20. Februar 2014, von

<http://www.krumbach-noe.at/system/web/gelbeseite.aspx?typ=1&bezirkonr=0&detailonr=218243758&menuonr=218767738>

Marktgemeinde Pitten (Hrsg.). (1969). *1100 Jahre Pitten* (S. 222). Pitten.

Marktgemeinde Schwarzenbach. (2013). *Keltenfestival Schwarzenbach 2013*. Kirchschlag: Alois Mayrhofer e.U.

Mayer, H. O. (2009). *Interview und schriftliche Befragung. Entwicklung, Durchführung, Auswertung* (5. Aufl., S. 199). München, Wien: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.

Mayring, P. (1990). *Einführung in die qualitative Sozialforschung. eine Anleitung zu qualitativem Denken* (1. Aufl., S. 126). München: Psychologie Verlags Union.

Meuser, M., & Nagel, U. (2005). ExpertInneninterviews-vielfach erprobt, wenig bedacht. In A. Bogner, B. Littig, & W. Menz (Hrsg.), *Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung* (2. Aufl., S. 71–93). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft | GWV Fachverlage GmbH.

Nohl, A.-M. (2006). *Interview und dokumentarische Methode - Anleitung für die Forschungspraxis*. (R. Bohnsack, U. Flick, C. Lüders, & J. Reichertz, Hrsg.) (1. Aufl., S. 126). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft | GWV Fachverlage GmbH.

Ostermann, J. (2010). Regionalität in aller Munde. *Sooo Nah. Wirtschaftsnews Aus Der Buckligen Welt*, 22.

Putz, R., & Ringhofer, M. (2009). *Naturparkgemeinde Seebenstein-Schiltern. „Auf der Spur von Geschichte und Kultur“* (S. 119). Seebenstein: Fremdenverkehrs- und Dorferneuerungsverein Seebenstein.

Scherzer, W. (1998). *Region Bucklige Welt Pittental. Lust aufs Land*. Gerhard Höller.

- Schimetschek, B. (1991). Die Bucklige Welt. Ein Gebiet von besonderer Eigenart. In *Industrieviertel Hausbuch* (S. 143–151). Wien: Wien, NÖ Bildungs- und Heimatwerk.
- Sinabell, H. (2001). *Erlebtes und Erlauschtes aus der Buckligen Welt* (S. 128). Atzenbrugg: Volkskultur Niederösterreich.
- Statistik Austria. (2014a). Demographische Daten der Bezirke Wr. Neustadt und Neunkirchen ab 1869.
- Statistik Austria. (2014b). Nächtigungsdaten auf Gemeindeebene der Bezirke Wr. Neustadt und Neunkirchen ab 1974.
- Stegersbach Tourismus. (2013). Stegersbach.at - Spitzen Teams zu Gast. Abgerufen 20. Februar 2014, von <http://www.stegersbach.at/fussball/spitzen-teams-zu-gast/>
- Thermengemeinden. (2014). Bad Erlach. Ihr Gastgeber. Bad Erlach.
- Thermengemeinden mit Unterstützung der Tourismusabteilung des Landes NÖ. (2010). *Thermen Gemeinden. Thermen Gemeinden. Spüren Und Erleben.*
- Tourismusgesellschaft Bad Schönau GmbH. (2010). *Kurfibel: Heilquelle und Kurort* (S. 1–39). Bad Schönau: Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie des Landes Niederösterreich.
- Tourismusgesellschaft Bad Schönau GmbH. (2013). *Bad Schönau: Kurangebote & Zimmer* (S. 31). Bad Schönau.
- Trimmel, H. (1962). *Gebirgsgruppengliederung für das Österreichische Höhlenverzeichnis*. Wien: Verband Österreichischer Höhlenforscher.
- Verein Bucklige Welt - Regionalentwicklung (Hrsg.). (o. J.). *Gemeinden der Buckligen Welt*. Abgerufen 28. Januar 2014, von <http://www.buckligewelt.at/system/web/zusatzseite.aspx?menuonr=219531681&detailonr=219531742>

Weltgesundheitsorganisation. Verfassung der Weltgesundheitsorganisation (1946). New York, USA. Abgerufen von <http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19460131/200906250000/0.810.1.pdf>

Wollenik, F. (1979). *Kirchschlag in der Buckligen Welt. Führer durch den Markt und seine Umgebung* (S. 87). Kirchschlag in der Buckligen Welt: Marktgemeinde Kirchschlag in der Buckligen Welt.

Zezula, P. (2013, September). Kinderreha Bucklige Welt gegenüber Asia-Therme - Wiener Neustadt - meinbezirk.at. Abgerufen 5. Februar 2014, von <http://www.meinbezirk.at/wiener-neustadt/chronik/kinderreha-bucklige-welt-gegenueber-asia-therme-d689269.html>

7 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

7.1 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Blick auf den Schneeberg und die Landschaft der Buckligen Welt (Quelle: FRANZ ZWICKL).....	VII
Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung 1869 bis 2013 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014a)	5
Abbildung 3: Geburten- und Wanderungsbilanz in der Buckligen Welt von 2002 bis 2012 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014a)	6
Abbildung 4: Die Lage der Buckligen Welt in Niederösterreich (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014a).....	8
Abbildung 5: Die Gemeinden der Buckligen Welt	9
Abbildung 6: Hügellandschaft der Buckligen Welt mit Vierkanthof (Quelle: FRANZ ZWICKL)...	11
Abbildung 7: Durchschnittstemperatur in Krumbach zwischen 2008 und 2013 (Quelle: HOLZER, 2014).....	13
Abbildung 8: Durchschnittliche Niederschlagswerte in Krumbach zwischen 2008 und 2013 (Quelle: HOLZER, 2014)	14
Abbildung 9: Durchschnittliche Sonnenstunden in Krumbach zwischen 2008 und 2013 (Quelle: HOLZER, 2014)	15

Abbildung 10: Das Landschaftsbild der Buckligen Welt (Quelle: FRANZ ZWICKL)	20
Abbildung 11: Pfarrkirche, Burgruine und Passionsspielhaus in Kirchschatz (Quelle: FRANZ ZWICKL)	29
Abbildung 12: Wallfahrtskirche Maria Schnee (Quelle: FRANZ ZWICKL).....	31
Abbildung 13: Blick auf den Türkensturz und Gleißfeld (Quelle: FRANZ ZWICKL).....	33
Abbildung 14: Blick auf die Burg Seebenstein (Quelle: FRANZ ZWICKL).....	35
Abbildung 15: Anna Kirche in Wiesmath und Hügellandschaft der Buckligen Welt (Quelle: FRANZ ZWICKL).....	37
Abbildung 16: Blick auf die Gemeinde Bad Erlach (Quelle: FRANZ ZWICKL).....	38
Abbildung 17: Therme Linsberg Asia (Quelle: FRANZ ZWICKL)	44
Abbildung 18: Blick auf Bad Schöna (Quelle: FRANZ ZWICKL).....	47
Abbildung 19: Pfarrkirche von Bad Schöna und im Hintergrund das Schloss Krumbach (Quelle: FRANZ ZWICKL).....	52
Abbildung 20: Nächtigungszahlen Teilraum 1 1974 – 2013 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014b)	68
Abbildung 21: Nächtigungszahlen in Bad Schöna von 1974 bis 2013 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014b).....	71
Abbildung 22: Nächtigungszahlen des Gesundheitsresorts Königsberg von 1978 bis 2013 (Quelle: GESUNDHEITSRESORT KÖNIGSBERG, 2014).....	73
Abbildung 23: Nächtigungszahlen in Bad Erlach von 1974 bis 2013 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014b).....	75
Abbildung 24: Nächtigungszahlen Bad Erlach von 2003 bis 2013 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014b)	76
Abbildung 25: Häufigkeitsdiagramm für Frage 1ai für Bad Erlach (eigene Darstellung).....	98
Abbildung 26: Häufigkeitsdiagramm für Frage 1bii für Bad Erlach (eigene Darstellung)	99
Abbildung 27: Häufigkeitsdiagramm für Frage 1ciii für Bad Erlach (eigene Darstellung)	102
Abbildung 28: Häufigkeitsdiagramm für Frage 2a für Bad Erlach (eigene Darstellung).....	105
Abbildung 29: Häufigkeitsdiagramm für Frage 2b für Bad Erlach (eigene Darstellung)	107
Abbildung 30: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3 für Bad Erlach (eigene Darstellung)	109
Abbildung 31: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3a für Bad Erlach (eigene Darstellung).....	110
Abbildung 32: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3b für Bad Erlach (eigene Darstellung)	111

Abbildung 33: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3e für Bad Erlach (eigene Darstellung)	114
Abbildung 34: Häufigkeitsdiagramm für Frage 6a für Bad Erlach (eigene Darstellung)	125
Abbildung 35: Häufigkeitsdiagramm für Frage 6b für Bad Erlach (eigene Darstellung)	126
Abbildung 36: Häufigkeitsdiagramm für Frage 1ai für Bad Schönau (eigene Darstellung)	129
Abbildung 37: Häufigkeitsdiagramm für Frage 1bii für Bad Schönau (eigene Darstellung)	131
Abbildung 38: Häufigkeitsdiagramm für Frage 1ciii für Bad Schönau (eigene Darstellung)	132
Abbildung 39: Häufigkeitsdiagramm für Frage 2a für Bad Schönau (eigene Darstellung)	134
Abbildung 40: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3 für Bad Schönau (eigene Darstellung)	138
Abbildung 41: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3a für Bad Schönau (eigene Darstellung)	139
Abbildung 42: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3b für Bad Schönau (eigene Darstellung)	140
Abbildung 43: Häufigkeitsdiagramm für Frage 3e für Bad Schönau (eigene Darstellung)	142
Abbildung 44: Häufigkeitsdiagramm für Frage 6a für Bad Schönau (eigene Darstellung)	153
Abbildung 45: Häufigkeitsdiagramm für Frage 6b für Bad Schönau (eigene Darstellung)	154

7.2 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Absolute Nächtigungszahlen von 1974 bis 2013 (Quelle: STATISTIK AUSTRIA, 2014b)	78
Tabelle 2: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 1 Bad Erlach (eigene Darstellung)	96
Tabelle 3: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 1a Bad Erlach (eigene Darstellung)	97
Tabelle 4: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 1c Bad Erlach (eigene Darstellung)	101
Tabelle 5: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 2 Bad Erlach (eigene Darstellung)	104
Tabelle 6: Sinngemäße Antworten zur Frage 2ai Bad Erlach (eigene Darstellung)	106
Tabelle 7: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 3c Bad Erlach (eigene Darstellung)	112
Tabelle 8: Antwortverteilung Frage 4 Bad Erlach (eigene Darstellung)	115
Tabelle 9: Antwortverteilung Frage 4c Bad Erlach (eigene Darstellung)	117
Tabelle 10: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 5 Bad Erlach (eigene Darstellung)	119
Tabelle 11: Antwortverteilung Frage 5a Bad Erlach (eigene Darstellung)	120
Tabelle 12: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 5c Bad Erlach (eigene Darstellung)	122
Tabelle 13: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 6 Bad Erlach (eigene Darstellung)	124
Tabelle 14: Sinngemäße Antworten auf Hypothese 6b Bad Erlach (eigene Darstellung)	127
Tabelle 15: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 1 Bad Schönau (eigene Darstellung)	128

Tabelle 16: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 1a Bad Schönau (eigene Darstellung).....	129
Tabelle 17: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 1b Bad Schönau (eigene Darstellung)	130
Tabelle 18: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 2 Bad Schönau (eigene Darstellung)	133
Tabelle 19: Sinngemäße Antworten zur Frage 2ai Bad Schönau (eigene Darstellung).....	135
Tabelle 20: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 2b Bad Schönau (eigene Darstellung)	136
Tabelle 21: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 3c Bad Schönau (eigene Darstellung).....	141
Tabelle 22: Antwortverteilung Frage 4 Bad Schönau (eigene Darstellung).....	144
Tabelle 23: Antwortverteilung Frage 4a Bad Schönau (eigene Darstellung)	144
Tabelle 24: Antwortverteilung Frage 4b Bad Schönau (eigene Darstellung).....	145
Tabelle 25: Antwortverteilung Frage 4c Bad Schönau (eigene Darstellung)	146
Tabelle 26: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 4d Bad Schönau (eigene Darstellung)	147
Tabelle 27: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 5 Bad Schönau (eigene Darstellung)	148
Tabelle 28: Antwortverteilung Frage 5a Bad Schönau (eigene Darstellung)	148
Tabelle 29: Antwortverteilung Frage 5b Bad Schönau (eigene Darstellung).....	149
Tabelle 30: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 5c Bad Schönau (eigene Darstellung).....	150
Tabelle 31: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 6 Bad Schönau (eigene Darstellung)	152
Tabelle 32: Sinngemäße Antworten zur Hypothese 6b Bad Schönau (eigene Darstellung)	154

8 Anhang

8.1 Fragebögen

8.1.1 Fragebogen für die Betriebe in Bad Erlach

1. Inwiefern profitiert Ihr Betrieb vom Gesundheits- und Wellness tourismus?

- a) Führt der Tourismus dazu, dass mehr Gäste Ihren Betrieb besuchen und haben Sie dadurch mehr Einnahmen?
 - i) Wie viel Prozent Ihrer Gäste, würden Sie sagen, sind Touristinnen und Touristen?
- b) War der Tourismus der Hauptgrund, dass Sie sich mit Ihrem Unternehmen in Bad Erlach niedergelassen haben oder waren Sie schon davor hier ansässig?
 - ii) Angenommen Sie gründen einen neuen Betrieb und würden dafür einen Standort suchen. Würden Sie sich wieder für Bad Erlach entscheiden oder für eine andere Ortschaft? Bitte begründen Sie Ihre Antwort!
- c) Reicht der Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Thermentourismus aus, dass genügend Gäste zu Ihnen kommen oder gehen Sie einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach?
 - iii) Sind Betriebe in Bad Erlach in diesem Bereich im Vorteil gegenüber Betrieben anderer Ortschaften?

2. Könnte Ihr Betrieb auch ohne Gäste aus dem Thermentourismus existieren oder sind Sie auf diese Kundschaft angewiesen?

- a) Wie viel Prozent Ihres Jahresumsatzes sind auf den Thermentourismus zurückzuführen?
 - i) Kommen im Sommer mehr Gäste als im Winter oder sind keine saisonalen Schwankungen bei den Gästezahlen zu bemerken?
- b) Gibt es für Ihren Betrieb Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

3. Ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Gesundheits- und Wellness tourismus in den letzten Jahren größer geworden?

- a) Haben Sie Ihren Betrieb in den letzten Jahren wegen des Tourismusgeschehens ausgebaut bzw. erweitert?
- b) Haben Sie wegen des Tourismus in den letzten Jahren neue Produkte und Dienstleistungen angeboten, um so konkurrenzfähiger gegenüber anderen Betrieben in Bad Erlach zu sein?
- c) Überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?
- d) Profitiert Ihr Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?
- e) Wählen Sie Ihre Zulieferer bewusst aus der Region?

4. Können Sie sagen, dass Thermengäste höhere Ansprüche an Ihren Betrieb stellen als Einheimische?

- a) Stellen Touristinnen und Touristen in Bezug auf das Service, die Freundlichkeit und die gesamte Atmosphäre höhere Ansprüche?
- b) Erwarten sich Touristinnen und Touristen ein besseres Preis- Leistungsverhältnis als Einheimische?
- c) Erwarten Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte auf der Speisekarte?

- d) Sind Thermengäste eher dazu bereit für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?
- 5. Würden Sie sagen, dass durch den Thermentourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild auswirkten?**
 - a) Glauben Sie, dass die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen in die Infrastruktur und in das Kultur- und Freizeitangebot ebenso profitiert wie die Touristinnen und Touristen?
 - b) Können Sie sagen, dass Ihr Betrieb eine ortsansässige Stammkundschaft hat?
 - c) Wie würden Sie die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Werden Events jeglicher Art eher von Einheimischen besucht oder von Touristinnen und Touristen?
- 6. Wie schätzen Sie die Zukunft Ihres Betriebes ein?**
 - a) Glauben Sie, dass Ihr Standort durch weitere Investitionen und Innovationen in der Gemeinde gestärkt wird?
 - b) Würden Sie sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. den Kurtourismus profitiert und dadurch attraktiver als umliegende Regionen ist?

8.1.2 Fragebogen für die Betriebe in Bad Schönau

- 1. Inwiefern profitiert Ihr Betrieb vom Kurtourismus?**
 - a) Führt der Tourismus dazu, dass mehr Gäste Ihren Betrieb besuchen und haben Sie dadurch mehr Einnahmen?
 - i) Wie viel Prozent Ihrer Gäste, würden Sie sagen, sind Touristinnen und Touristen?
 - b) War der Tourismus der Hauptgrund, dass Sie sich mit Ihrem Unternehmen in Bad Schönau niedergelassen haben oder waren Sie schon davor hier ansässig?
 - ii) Angenommen Sie gründen einen neuen Betrieb und würden dafür einen Standort suchen. Würden Sie sich wieder für Bad Schönau entscheiden oder für eine andere Ortschaft? Bitte begründen Sie Ihre Antwort!
 - c) Reicht der Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Kurtourismus aus, dass genügend Gäste zu Ihnen kommen oder gehen Sie einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach?
 - iii) Sind Betriebe in Bad Schönau in diesem Bereich im Vorteil gegenüber Betrieben anderer Ortschaften?
- 2. Könnte Ihr Betrieb auch ohne Gäste aus dem Kurtourismus existieren oder sind Sie auf diese Kundschaft angewiesen?**
 - a) Wie viel Prozent Ihres Jahresumsatzes sind auf den Kurtourismus zurückzuführen?
 - i) Kommen im Sommer mehr Gäste als im Winter oder sind keine saisonalen Schwankungen bei den Gästezahlen zu bemerken?
 - b) Gibt es für Ihren Betrieb Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?
- 3. Ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Kurtourismus in den letzten Jahren größer geworden?**
 - a) Haben Sie Ihren Betrieb in den letzten Jahren wegen des Tourismusgeschehens ausgebaut bzw. erweitert?
 - b) Haben Sie wegen des Tourismus in den letzten Jahren neue Produkte und Dienstleistungen angeboten, um so konkurrenzfähiger gegenüber anderen Betrieben in Bad Schönau zu sein?

- c) Überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?
- d) Profitiert Ihr Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?
- e) Wählen Sie Ihre Zulieferer bewusst aus der Region?
- 4. Können Sie sagen, dass Kurgäste höhere Ansprüche an Ihren Betrieb stellen als Einheimische?**
 - a) Stellen Touristinnen und Touristen in Bezug auf das Service, die Freundlichkeit und die gesamte Atmosphäre höhere Ansprüche?
 - b) Erwarten sich Touristinnen und Touristen ein besseres Preis- Leistungsverhältnis als Einheimische?
 - c) Erwarten Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte auf der Speisekarte?
 - d) Sind Kurgäste eher dazu bereit für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?
- 5. Würden Sie sagen, dass durch den Kurtourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild auswirkten?**
 - a) Glauben Sie, dass die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen in die Infrastruktur und in das Kultur- und Freizeitangebot ebenso profitiert wie die Touristinnen und Touristen?
 - b) Können Sie sagen, dass Ihr Betrieb eine ortsansässige Stammkundschaft hat?
 - c) Wie würden Sie die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Werden Events jeglicher Art eher von Einheimischen besucht oder von Touristinnen und Touristen?
- 6. Wie schätzen Sie die Zukunft Ihres Betriebes ein?**
 - a) Glauben Sie, dass Ihr Standort durch weitere Investitionen und Innovationen in der Gemeinde gestärkt wird?
 - b) Würden Sie sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Wellness- und Gesundheitstourismus und den Kurtourismus profitiert und dadurch attraktiver als umliegende Regionen ist?

8.2 Transkribierte Interviews

Interview 1-Bad Erlach (IP1-BE)

Also die erste Frage wäre, inwiefern euer Betrieb vom Gesundheits- und Wellnesstourismus profitiert?

Ja, es ist in den letzten Jahren besser geworden, die Therme bringt schon einige Leute aber es ist natürlich jetzt nicht der große Umschwung, wo man sagen kann, man kann wirklich davon, sage ich, existieren.

Ok und kannst du sagen, dass der Tourismus dazu führt, dass ihr mehr Gäste habt und dadurch mehr Umsatz?

Sicherlich es ist einiges mehr aber, wie schon gesagt zum vorigen Punkt, es ist natürlich jetzt nicht so extrem ausschlaggebend.

Ok und kannst du zirka sagen, wie viel Prozent der Gäste Touristinnen und Touristen sind bei euch?

Ahm, nein das kann ich nicht sagen, aber ich schätze einmal so zirka 5-15% in etwa.

Ahm, bei euch war ja nicht der Tourismus der Hauptgrund, dass ihr euch da angesiedelt habt, aber wenn du jetzt, sagen wir mal, ein Unternehmen aufmachen würdest, würdest du dich in Bad Erlach ansiedeln?

Mh, für die Zukunft ist Erlach sicherlich ein positiver Raum, Wirtschaftsraum auch für den Tourismus, momentan ist es sehr schwer davon zu profitieren vom Tourismus.

Ok.

Ja das ist noch zu wenig, vom Tourismus alleine.

Ok und würdest du sagen, dass der Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Thermentourismus ausreicht, dass eben genügend Gäste zu euch kommen oder geht ihr einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach? Auch für die Zukunft...

Vermarktungsstrategie braucht man immer und das ist nie zu wenig oder nie zu viel sagen wir so einmal, aber ja, es würde sicherlich noch mehr, ah, nicht schaden.

Und habt ihr eine Strategie?

Ahm, nein wir selber haben keine Strategie, es wird immer wieder etwas angeboten, von „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt“ oder, ah, Wiener Alpen etc. ah, die bieten solche Sachen an aber das ist natürlich alles mit sehr viel Kosten verbunden.

Also eher so gemeinsame Sachen?

Ja genau.

Ahm, würdest du sagen, dass die Betriebe in Bad Erlach eben durch den Thermentourismus im Vorteil sind gegenüber anderen Betrieben in anderen Ortschaften?

Mh, puh, nein würde ich nicht sagen ein Vorteil, es gibt sicherlich einige Betriebe in den Nachbarortschaften die vielleicht durch irgendwelche anderen, durch Stadtnähe oder was, mehr profitieren wie wir durch die Therme. Es gibt Ortschaften die gar keine Gastronomie mehr haben, das kann man so nicht sagen, nur durch die Therme allein wird es sicherlich kein Vorteil sein.

Ok, die nächste Frage ist bereits so halbwegs abgedeckt, aber könnte euer Betrieb ohne den Thermentourismus existieren oder seid ihr darauf angewiesen?

Nein, wir sind nicht angewiesen, wir haben mittlerweile alles auf Stammkunden, also das meiste auf Stammkunden aufgebaut.

Ok und wie viel Prozent des Jahresumsatzes sind in etwa auf den Thermentourismus zurückzuführen?

Genauso wie oben auch, wie gesagt, zwischen 5 und 15%.

Und würdest du sagen, kommen im Sommer mehr Gäste zu euch oder im Winter oder spürt ihr keine saisonalen Schwankungen bei den Gästezahlen jetzt?

Generell vom Heurigen sage ich einmal ist es eigentlich ganzes Jahr relativ gleichbleibend, an extrem schönen Sommertagen ist natürlich dann mehr Auslastung aber so im Großen und Ganzen haben wir fast ein gleichmäßiges, ahm, Angebot, äh, Nachfrage vom Heurigen.

Also keine Schwankungen?

Nein.

Gibt es für euren Betrieb Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Nein.

Gut, ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Gesundheits- und Wellnesstourismus in den letzten Jahren größer geworden?

Mh, nein, glaube ich... mh, vielleicht um eine Spur aber glaube ich jetzt nicht wirklich extrem, ah, dass das jetzt so extrem spürbar ist.

Ok und habt ihr euren Betrieb in den letzten Jahren wegen des Tourismusgeschehens ausgebaut oder erweitert?

Wir haben erweitert, wir haben, ahm, einen Tag dazu genommen und wir haben auch, ahm, warme Speisen dazu genommen, weil die Nachfrage da ist, zum normalen Heurigen.

Mhm, und auch baulich, habt ihr irgendetwas ausgebaut?

Baulich haben wir in den letzten Jahren nichts gemacht, das haben wir nur gemacht wie die Therme eröffnet hat, dadurch ist auch unser Konzept von statten gegangen.

Mhm, ahm, habt ihr wegen dem Tourismus in den letzten Jahren neue Produkte und Dienstleistungen angeboten um so vielleicht konkurrenzfähiger gegenüber anderen Betrieben in Bad Erlach zu sein?

Nein, wie schon gesagt, haben wir in letzter Zeit mit warmen Speisen begonnen, weil da Nachfrage ist, aber sonst eigentlich nicht wirklich etwas Neues.

Und würdest du sagen, dass im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit dominiert oder ist ein Konkurrenzdenken da?

Mh nein, also ich glaube das Zusammenarbeiten wird immer besser, Konkurrenzdenken war früher der Fall, ich glaube jetzt ist man, man geht dem Konzept nach, dass man eigentlich alle miteinander was erreichen kann und nicht nur einer allein.

Also du meinst vor der Therme war eher Konkurrenzdenken vorherrschend?

Ja, auf jeden Fall.

Ok.

In den letzten Jahren nicht so.

Mh, und würdest du sagen, dass euer Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben profitiert? Also dass ihr mit anderen Branchen zusammen arbeitet...

Sicherlich profitiert man, wenn die Gastronomie gut geht, gehen sämtliche andere Branchen da wo man beliefert wird oder wo man irgendwas braucht natürlich auch besser, das ist klar.

Mhm.

Deswegen profitiert dann jeder davon.

Ja gut, ahm, wählt ihr eure Zulieferer bewusst aus der Region aus?

Teilweise. Teilweise, es kommt natürlich darauf an was, ah, was es für Angebote gibt und ob die natürlich auch dann relevant und preisrelevant sind, dass man sie dann auch an den Mann weiter bringt, an den Konsumenten.

Ok.

Das ist nicht so einfach.

Ahm, könntest du sagen, dass die Thermengäste höhere Ansprüche an euren Betrieb stellen als Einheimische?

Nein, man kann nicht sagen dass sie andere, ah, höhere Ansprüche stellen, ah, sie stellen andere Ansprüche, nicht höhere sondern andere Ansprüche, weil die Leute von einer anderen Region meistens kommen, von Wien oder oberhalb von Wien und da sind die Heurigen, die Anforderungen an den Heurigen ganz andere wie es wir da selber betreiben.

Ok und inwiefern wirkt sich das dann zum Beispiel beim Service aus?

Beim Service wirkt sich das gar nicht aus und auch nicht bei den Speisen als solches, weil man sich schon angepasst hat, eigentlich an diesen Wiener Raum. Dass der urtypische Mostheurigen eigentlich nicht wirklich ankommt sondern, dass man an die Heurigen, wie schon gesagt, an die Wiener Gegend anschließt.

Ok, aber du würdest nicht sagen, dass sie generell höhere Ansprüche haben, sondern einfach andere?

Ja andere, aber nicht wirklich höhere.

Und ihr schaut, dass ihr denen dann gerecht werdet oder?

Ja, das muss eigentlich jeder heute schon machen.

Ja ahm, würdest du sagen, dass Touristinnen und Touristen vielleicht eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte erwarten als Einheimische, wenn sie da her kommen und Urlaub machen?

Nein, eigentlich nicht, das würde ich nicht sagen, nein. Die sind eigentlich in dieser Hinsicht wieder produktmäßig relativ anspruchs... nicht los aber eigentlich nicht wirklich anders, wie schon gesagt da sind die Produkte als solches wie beim Service, dass halt die Leute wollen bedient werden und nicht irgendwo selber zu einem Heurigen hingehen und sich selber was holen oder es muss natürlich alles passen, das ganze Umfeld passen, aber so direkt anspruchsvoller sind sie nicht.

Und wäre dir vielleicht schon aufgefallen, dass die Thermengäste vielleicht eher dazu bereit wären, ahm, mehr Geld für Produkte auszugeben als Einheimische, weil sie eben auf Urlaub sind und sich vielleicht mehr gönnen?

Mh, das ist ganz unterschiedlich, kommen sie eher vom, ah, Osten oder vom Westen, sind die Leute eigentlich so wie wir, die kommen zu einem Heurigen und wollen ein gewisses Geld ausgeben, kommen sie vom Wiener Raum, da sind sie eher gewohnt, dass sie relativ hohe Kosten haben in der Gastronomie und ja, die geben dann auch mehr Geld aus auch aber ohne irgendwas zu sagen.

Ok, ahm, würdest du sagen, dass durch den Thermentourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen dann positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben?

Ja, es sind sicherlich einige Umbauarbeiten gemacht worden, aber ob es sich positiv auf das Ortsbild ausgewirkt hat, das ist in den Raume gestellt, aber es ist einiges umgeändert worden.

Mhm und welchen Bereich würdest du da jetzt ansprechen?

Ah, mh ja, zum Beispiel, ah, positiv ist sicherlich, dass Grünanlagen mehr gepflegt werden wie vorher, ah, etc. Blumenbeete mehr gepflegt werden. Negativ ist, dass keine Radwege im Zuge des ganzen Straßenbaus gemacht worden sind, die jetzt wirklich hinten nach hinken, was man auch nicht mehr baulich reparieren kann, das waren eigentlich Sachen, die vernachlässigt worden sind bei den ganzen Bauten.

Ok, ahm, glaubst du, dass die einheimische Bevölkerung von den Investitionen die jetzt doch getätigt worden sind in die Infrastruktur und in das Kultur- und Freizeitangebot genauso profitieren wie Touristinnen und Touristen?

Mh, glaube ich eigentlich nicht, ich glaube eher im Gegenteil. Dass eigentlich die Einheimischen, normale Bevölkerung nicht wirklich sehr erfreut ist vom Tourismus weil sie sind weder die Kosten weniger geworden, eher mehr geworden für jeden einzelnen Bürger, das Verkehrsaufkommen ist mehr geworden, also ich kann mir nicht vorstellen, dass sich ein normaler Bürger sehr freut über die Therme.

Und beim Kulturangebot, glaubst du da, dass die Einheimischen eher davon profitieren, weil da ja auch mehr angeboten wird jetzt.

Kulturangebot wird nicht wirklich jetzt angeboten vom Ort sondern das wird eigentlich angeboten von der Arena Nova und ich glaube, dass die eigene Kultur dadurch glaube ich sogar mehr auf der Strecke bleibt. Das was früher angeboten worden ist, wird eigentlich heute belächelt oder, ah, sehr hinunter gespielt.

Ja. Kannst du sagen, dass ihr eine ortsansässige Stammkundschaft habt?

Ja, auf jeden Fall.

Und die kommen dann immer wieder?

Die sind eigentlich treue Kunden, die immer kommen.

Ok, ahm, wie würdest du die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben, glaubst du, dass die Einheimischen und die Touristinnen und Touristen eher gleichmäßig diese besuchen, oder wie du vorhin schon gesagt hast, dass eher nur auf die Touristinnen und Touristen geschaut wird...?

Es wird sehr viel Wert auf die Auswärtigen gelegt und nicht mehr auf die Einheimischen wertgelegt. Dadurch, dass es Veranstaltungen gibt wo eigentlich die Einheimischen, ah, fast gar keine Chance mehr haben Karten zu bekommen geschweige denn dort hin gehen weil alles ausgebucht ist und wo eigentlich der Einheimische eigentlich fast keine Chance hat da irgendwas zu bekommen.

Ok, wie schätzt du die Zukunft für deinen Betrieb ein?

Ja, also ich bin sehr positiv gegenüber gestellt, also ich kann mir vorstellen, dass da noch sehr viel zu machen ist in diesem Betrieb durch das, dass auch einige Zentren erwartet werden und gebaut werden wie das Gesundheitszentrum oder das Kinderrehab. Also ein Ende ist momentan nicht in Sicht, dass Erlach eigentlich wird weiterhin eine aufstrebende Gemeinde sein und dadurch natürlich auch ist da sehr viel möglich.

Ok, und glaubst du, dass euer Standort durch weitere Investitionen und Erneuerungen in der Gemeinde gestärkt wird?

Mh, puh, durch die Gemeinde glaube ich eher nicht, dass der viel gestärkt wird, da muss man sich selber darum kümmern, dass das alles passt aber nicht, wenig effektiv von der Gemeinde.

Also von der Gemeinde habt ihr jetzt nicht so viel Unterstützung, dass da zu erwarten wäre dass...

Nein, hat man eigentlich keine Unterstützung, im Gegenteil, sobald man ein bisschen mehr hat muss man wieder sehr viel Kosten abgeben.

Gut, würdest du sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. durch den Kurtourismus in Bad Schönau profitiert und vielleicht dadurch attraktiver ist als umliegende Regionen?

Sicherlich hat es profitiert in den letzten Jahren und es ist auch bekannter geworden weil früher hat man eigentlich von der Buckligen Welt sehr wenig gehört auch von Bad Erlach und der ganzen Umgebung wenig gehört, es ist sicherlich sehr publik gemacht worden im Großen und Ganzen wird es sicherlich, also das Umfeld, davon profitieren.

Ok, also die ganze Region Bucklige Welt?

Die ganze Region Bucklige Welt wird sicherlich heute oder morgen profitieren.

Dankeschön für das Gespräch!

Interview 2-Bad Erlach (IP2-BE)

Inwiefern profitiert dein Unternehmen vom Gesundheits- und Wellness-tourismus?

Fast gar nicht.

Mh.

Vereinzelnd kommen Gäste rein, aber das war es schon.

Also du würdest jetzt, ahm, nicht sagen, dass der Tourismus unbedingt dazu führt, dass ihr mehr Gäste habt...

Nein.

Und dadurch mehr Umsatz?

Nein.

Ok und wie viel Prozent der Gäste würdest du sagen sind Touristinnen und Touristen?

Zehn Prozent schätze ich, mehr glaube ich nicht.

Also ihr profitiert nicht unbedingt vom Tourismus?

Nein, nicht.

Ok und wenn du jetzt noch ein Unternehmen gründen würdest...

Ja.

Würdest du dich wieder in Bad Erlach ansiedeln?

Nein!

Und wieso nicht?

Ah ja, weil einfach die Situation für mich nicht so passend ist.

Inwiefern?

In die Zukunft sehend, wirtschaftlich.

Also meinst du nicht, dass ihr durch die Therme profitieren würdet?

Glaube ich nicht.

Nein?

Es wird schwierig glaube ich.

Ok und reicht der Bekanntheitsgrad der Ortschaft Bad Erlach durch den Thermentourismus aus, ahm, oder geht ihr einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach um Gäste gewinnen zu können?

Wäre besser, ja.

Und habt ihr da eine Strategie?

Noch nicht.

Habt ihr vor, dass ihr etwas tut in die Richtung oder kooperiert mit anderen?

Naja, wir haben ja eh unseren Tourismusfond, nicht? Das ganze und die sollten das eigentlich in die Hand nehmen.

Ok, also ihr habt jetzt selber keine Strategien?

Nein. Ich werbe nur über Facebook und so, über die Homepage aber sonst habe ich nichts.

Sind Betriebe in Bad Erlach in diesem Bereich im Vorteil gegenüber Betrieben anderer Ortschaften?

Nein, ich denke nicht.

Ok, der Vollständigkeit halber die nächste Frage: Könnte euer Betrieb auch ohne den Gästen aus dem Tourismus existieren oder seid ihr darauf angewiesen?

Nein, sind wir nicht.

Also setzt ihr ganz klar auf Stammkundschaft oder wie?

Ja und neues Publikum halt, nicht?

Und gibt es in dieser Richtung Strategien um neues Publikum anzusprechen?

Zur Zeit nicht, nein.

Und in Zukunft?

Müssen wir schauen, dass wir was bekommen ja.

Ja.

Sonst schaut es nicht gut aus.

Du hast vorhin gesagt, dass zirka zehn Prozent die Thermentouristen ausmachen...

Ja ich kann es schwer sagen, ich weiß es nicht, weil man hat doch ein Stammpublikum und vereinzelt kommen sie schon, aber das ist teilweise sogar stark darunter. Das ist gerade ein Frühstück und so in der Früh und das war es.

Ok und könntest du zirka sagen wie viel Prozent des Jahresumsatzes auf den Tourismus zurückzuführen ist?

Könnte ich jetzt keine Zahlen sagen.

Ok, und kommen zu euch im Sommer mehr Gäste als im Winter oder gibt es da keine saisonalen Schwankungen?

VIII

Ja, ist schon stark so. Durch das Eisgeschäft im Sommer ist es vom Umsatz her schon ein Drittel bis 50 Prozent mehr im Sommer. Außer es ist zu heiß, wie voriges Jahr. Da haben wir ein Problem.

Also kommen dann weniger Gäste?

Ja, die Leute fahren dann am Abend in die Stadt hinein, wenn sie vom Bad gehen, da kommen dann ganz wenige nur. Bei 34, 35, 38 Grad voriges Jahr. Entweder waren sie im Bad oder am See, nicht? Oder zu Hause im Keller.

Ja, da ist es kühler...

Genau ja. Und da haben wir wirklich ein schlechtes Geschäft gehabt voriges Jahr. Wenn es zu heiß ist, ist es nichts.

Aber generell kommen im Sommer mehr Gäste bei „normalen“ Temperaturen?

Im Sommer ja, das ist schon so.

Und im Winter, habt ihr da etwas...

Ja, da haben wir den Lebkuchen und die Weihnachtsbäckereien... diese saisonalen Sachen sind sowieso immer weniger. Muttertag die Torten komplett hinunter, Allerheiligen Striezel auch, Osterkipferl.

Aber das geht schon gut oder?

Nein, nicht mehr so.

Nicht?

Da sind die Märkte stärker auch schon.

Ok, gut dazu kommen wir noch. Gibt es für euren Betrieb Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Vom Land habe ich eine Förderung.

Und von der Gemeinde nichts?

Nichts.

Ok und vom Land immer schon oder...?

Nein, das ist erst seit vorigem Jahr, ein Zinsenzuschuss... Von den Verbindlichkeiten.

Mh... Kommen wir zur nächsten Frage. Ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Gesundheits- und Wellnesstourismus in den letzten Jahren größer geworden?

Ja, glaube ich schon. Ja.

Und inwiefern macht sich das bemerkbar?

Am Umsatz.

Ja? Also der sinkt eher...?

Ja.

Wegen der Konkurrenz würdest du sagen?

Ja genau, ja. Mitbewerber. Konkurrenz darf man nicht mehr sagen.

Ok, da lerne ich etwas dazu. Habt ihr euren Betrieb in den letzten Jahren wegen des Tourismusgeschehens ausgebaut bzw. erweitert?

Nein, wir haben nur die Mehlspeise umgestellt heuer, auf die Quadrate. Und mit Birkenzucker arbeiten wir, das ist gesundheitlich ein bisschen günstiger für den Körper.

Aso, ist das vielleicht auch schon eine Maßnahme in Richtung Gesundheitszentrum?

Auch ja.

Glaubst du, dass man dann da was ändern muss an den Produkten?

Ja, mhm.

Und ihr werdet da mitziehen?

Ja, werden wir was machen.

Sonst etwas ausgebaut?

Das war nur die Bar, die haben wir umgebaut, zwei Mal. Ein bisschen geändert, aber sonst... Von der Lokalität ist alles gleich geblieben.

Ok und bei den Produkten sind diese quadratischen Törtchen neu. Um konkurrenzfähiger gegenüber anderen Betrieben zu sein?

Ja genau, mal ein bisschen ein anderes Produkt.

Muss man immer etwas Neues machen um konkurrenzfähig zu bleiben?

Ja genau.

Ahm, überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?

Mhm, was soll ich sagen? Ja, ahm, ich mache halt keine Semmeln und sperre später auf. Da habe ich schon einmal den ersten Verlust. Weil dadurch, dass die Leute schon die Semmeln um sechs in der Früh kaufen und um 6.30 frühstücken und ich erst um acht aufsperr, habe ich schon mal den ersten Verlust.

Das spürt man dann schon?

Ja sicher. Der Kuchen wird nicht größer, nicht? Er muss wohin gehen. Und der bei mir nicht ist und zu wem andern geht der kommt auch woanders her nicht? Dem fehlt es dann auch wieder.

Also eher keine Zusammenarbeit?

Nein, brauchen wir nicht.

Und profitiert dein Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?

Nein, nichts. Ich habe nur früher an die Therme geliefert, Mehlspeisen, und das hat sich dann aufgelöst.

Aso?

Im Jänner haben wir Urlaub gehabt und mein Konditor hat dann gekündigt, der hätte die Mehlspeise machen sollen und dann waren wir wieder weg die drei Wochen und dann ja...

Also kein gemeinsames Geschäftskonzept?

Nein.

Wählst du deine Zulieferer bewusst aus der Region aus?

Nein, da haben wir Großlieferanten, die sind dann aus Wien.

Ok, also keine Zulieferer aus der Region?

Nein.

Habt ihr die Zulieferer schon immer oder würdet ihr umstellen?

Die haben wir schon Jahrzehnte und bleiben dabei.

Ahm, könntest du sagen, dass Thermengäste höhere Ansprüche an deinen Betrieb stellen als Einheimische?

Mh, ich kenne die zu wenig. Da kann ich gar nichts sagen nein.

Wie würdest du sie einschätzen?

Wenn es bei uns im Ort anders wäre, wir haben ja keinen Ort, in dem Sinn. Keinen Platz, wenn wir einen Hauptplatz hätten, oder so. Also für das Kulturelle in Erlach haben wir eigentlich nichts.

Also kannst du zu den Touristen und ihren Ansprüchen in Bezug auf Service, Freundlichkeit usw. gar nichts sagen, dass sie da andere Ansprüche haben?

Es sind sicher einige dabei, aber ich glaube dem Hauptteil ist das egal.

Ok. Und glaubst du, würden sie sich ein besseres Preis- Leistungsverhältnis als Einheimische erwarten?

Glaube ich nicht. Es machen zwar manche, nicht? Die machen Rabatte und so... Für die Thermengäste, dass sie Prozente geben. Aber ja, wieso soll der Einheimische mehr bezahlen?

Eigentlich ist der Einheimische das Stammpublikum, sage ich. Und der, der neu kommt, einmal im Monat oder einmal im Jahr, der bekommt Rabatte...

Mhm. Erwarten Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte auf der Speisekarte?

Glaube ich schon ja. Dass sie schon regionale Produkte dann haben wollen.

Ja. Und sind Thermengäste eher dazu bereit für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?

Glaube ich schon ja. Weil sie einmal kommen und dann ist es ja egal. Wenn er einmal im Monat kommt, dann zahlt er halt ein bisschen mehr. Im Urlaub fragt ja auch keiner was es kostet. Entweder man fährt dorthin wo es billig ist, oder es ist einem egal.

Würdest du sagen, dass durch den Tourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben?

Nein.

Wieso nicht?

Ich meine es hat sich eigentlich... ja was hat sich geändert? Mehr Pflanzen sind da, mit vielen Steinen, aber ein schönes Bild ist das nicht, nicht? Investiert haben sie schon, aber ich glaube falsch. Meiner Meinung nach.

Glaubst du, dass die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen in die Infrastruktur und in das Kultur- und Freizeitangebot genauso profitiert wie Touristinnen und Touristen?

Glaube ich nicht. Es ist, im Endeffekt hat sich nichts geändert. Es ist nur auf Kosten der Steuerzahler gebaut worden. Ja ist so, kostet uns nur Geld.

Kannst du sagen, dass dein Betrieb eine ortsansässige Stammkundschaft hat?

Ja, schon über Jahrzehnte. Ja man hat schon sein Publikum. Man verliert zwar wieder eines, gewinnt dann aber auch wieder eines. Mehr verlieren als gewinnen, aber ja. Es ist halt so.

Wie würdest du die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Bei Events jeglicher Art, werden die eher von Einheimischen oder von Touristinnen und Touristen besucht?

Also im Ort was so ist, sind schon weniger Fremde, außer das Kürbisfest. Das war was anderes, das gibt es jetzt leider nicht mehr. Aber drüben im Gemeindesaal von der Arena Nova her, da sind viele Auswärtige. Aber der kommt und fährt, nicht? Der schaut sich sein Theater an oder Kabarett was gerade ist und trinkt dort drüben etwas und dann fährt er heim. Aber so bei Großveranstaltungen im Ort waren schon viel Fremde auch, nicht? Aber jetzt ist ja nichts mehr. Die, die im Gemeindezentrum sind... der fährt in den Saal hin und hinter mir die Sintflut. Wir lassen aber prinzipiell offen.

Wie schätzt du die Zukunft für deinen Betrieb ein?

Nicht rosig.

Hättest du sie früher rosiger eingeschätzt?

In den letzten Jahren ist schon bisschen stagniert alles. Die Nebenkosten bleiben die selben und werden nur noch mehr und wenn du kein Publikum herziehst hast du keine Chance. Weil auch die Generation jetzt wechselt. Früher haben wir am Wochenende nur Mödlinger, Badner und Wiener Kennzeichen draußen gehabt, die kann man jetzt suchen. Da sind die Leute gestanden bei der Türe, dass sie einen Platz bekommen haben.

Was meinst du mit früher?

Vor zwanzig Jahren. Und die Jugend ist dann doch anders, nicht? Die wollen immer etwas Neues haben und die Stadt ist ja doch in der Nähe.

Also würdest du jetzt gar nicht sagen, dass ihr von der Stadtnähe profitiert?

Nein.

Glaubst du, dass euer Standort durch weitere Investitionen und Erneuerungen in der Gemeinde gestärkt wird?

Ja, vielleicht.

Also kannst du das nicht so einschätzen?

Nein, nicht wirklich.

Ok kommen wir zur letzten Frage. Würdest du sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. den Kurtourismus profitiert und dadurch attraktiver als umliegende Regionen ist?

Ja, ein bisschen haben sie schon profitiert, aber nicht sehr viel. Erlach selber hat glaube ich nicht viel profitiert.

Meinst du noch nicht, dass das vielleicht noch kommt?

Ja noch nicht, vielleicht kommt noch etwas. Aber so von der Therme ist einmal nicht viel weil der Gast sieht Lanzenkirchen, Bad Erlach nur einen Teil, dann geht er ein paar Stunden schwimmen und fährt nach Hause.

Ok, danke für das Gespräch.

Interview 3-Bad Erlach (IP3-BE)

Inwiefern profitiert dein Unternehmen vom Gesundheits- und Wellnesstourismus?

Mhm. Ja, ah, wir profitieren sicher davon, weil wir gezielt investiert haben.

Mhm.

Also für uns war das, weil es hat ja keinen Tourismus gegeben. Es hat nur in Pitten in den 70er Jahren Tourismus gegeben aber da ist nichts weiter investiert worden und Erlach hat nie einen Tourismus gehabt.

Ja.

Und im Zuge des Thermenbaus, äh, haben wir natürlich unseren Betrieb auch darauf hin ausgerichtet, ah, also das heißt zielorientiert investiert und ah, dass man wettbewerbsfähig ist. Weil der Gast heute sehr wohl auf das Angebot bzw. auf das Erscheinungsbild schaut und so weiter und sofort. Wir sind zwar nur ein kleiner Gasthof aber das was wir, ob das jetzt das a la Carte Geschäft ist, oder auch zum Übernachten, ah, funktioniert das tadellos. Aber wie gesagt, man hat dafür auch was tun müssen, sprich investieren müssen.

Ok, und würdest du sagen, dass der Tourismus dazu führt, dass ihr mehr Gäste in eurem Betrieb habt...

Ja.

... und dass man das auch beim Umsatz merkt?

Ja, auf alle Fälle. Ja, das eine ergibt das andere. Das ist natürlich nicht so wie manche Kollegen und ich sage das komplett wertfrei, äh, geglaubt haben, die Therme eröffnet und die Tür geht auf und geht nicht mehr zu. Das spielt es nicht. Aber, es ist merklich ein Anstieg, wir merken es von der Nächtigungszahl her und natürlich vom Umsatz auch her.

Ok, wie viel Prozent der Gäste, würdest du sagen, kommen aus dem Tourismus?

Insgesamt jetzt?

Ja.

Na das ist verschieden. Ich kann es jetzt nur über das Jahr, äh, es gibt natürlich, äh, äh, stärkere Zeiten, es gibt schwächere Zeiten aber, äh, bei der Nächtigung sind es auf jeden Fall 95%. Bei der Nächtigung. Beim, äh, äh Tourismus jetzt wenn ich vom Tagesgast jetzt ausgehe, werden es sein äh, zwischen 20 und 30 Prozent.

Mhm. Und wenn du ein neues Unternehmen gründen würdest, würdest du dich wieder im Gemeindegebiet von Bad Erlach ansiedeln?

Das kann ich so nicht sagen, weil ich nicht den Gedanken trage nochmal ein Unternehmen aufzumachen, äh, mhm, naja, weiß ich nicht, äh, die Frage ist mir noch nie gestellt worden. Aber, mh, kann ich überhaupt nicht beantworten, weil das einfach nicht relevant für mich ist.

Gut, meinst du reicht der Bekanntheitsgrad der Ortschaft Bad Erlach durch den Thermentourismus aus, dass genügend Gäste zu dir kommen oder gehst du einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach?

Ähm, es hat sicher dazu beigetragen, der Thermenbau um populärer zu werden als ein Ort jetzt, nur wie gesagt wir sind jetzt wieder beim Erscheinungsbild und Investition, dass du Leute bekommst, du musst nach wie vor, äh, Werbung machen und draußen beim Gast sein um das anzukurbeln. Wie gesagt, es geht nicht von heute auf morgen, weil wenn man heute hernimmt, äh, die Waltersdorf, Stegersbach, Blumau, wie sie alle heißen, äh, Loipersdorf, das ist auch nicht von heute auf morgen gegangen. Die haben auch zehn, 15, 20, 30 Jahre gebraucht um so da zu stehen wie es ist, nicht? Da haben wir sicher noch einen langen Weg vor uns.

Ok. Und glaubst du, dass Betriebe in Bad Erlach durch den Tourismus im Vorteil sind gegenüber Betrieben anderer Ortschaften?

Bis zu einem gewissen Grad sicher, weil ja der Gast schon mit der Therme Linsberg schon da ist. Nur ich muss jetzt halt noch irgendwas machen, dass er bei mir reingeht, nicht? Aber die Therme ist sicherlich ein Anziehungspunkt, als Frequentation, äh, für den Tourismus. Auf alle Fälle.

Mhm. Seid ihr auf die Kundschaft aus dem Tourismus angewiesen oder würdet ihr auch ohne den Thermentourismus existieren können?

Wir haben, ah, vorher existiert ohne Tourismus, nur ist es natürlich angenehmer wenn der Tourismus da ist. Mit den Investitionen, welche wir zielorientiert da hin getätigt haben, brauchen wir ganz klar den Tourismus.

Ja.

Weil die Konkurrenz ja auch immer größer wird weil, auch durch die Vereine und so weiter und sofort, die werden ja auch immer mehr und dadurch werden die Feste immer mehr die, die direkt die Konkurrenten sind.

Mhm. Und könntest du sagen wie viel Prozent des Jahresumsatzes auf den Thermentourismus zurückzuführen sind?

Ja in etwa, ist das mit den Zahlen von oben im Einklang.

Und, kommen im Sommer mehr Gäste zu euch oder im Winter oder gibt es da gar keine saisonalen Schwankungen?

Das ist, äh, sowohl als auch, es sind im Winter vielleicht mehr, ah, Hausgäste, also Nächtigungen, als wie im Sommer. Aber im Sommer ist wieder durch den Tourismus, äh, der Tagesgast bzw., äh, die Radfahrer, Spaziergänger, und so äh, ja das haltet sich ziemlich die Stange.

Und gibt es für deinen Betrieb Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Nein.

Also gar nichts? Von beiden nicht?

Nein, wir haben das alles selbst gemacht.

Ok. Ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Gesundheits- und Wellness-tourismus in den letzten Jahren größer geworden?

Sicher. Man braucht nur nach Bad Erlach schauen, es sind einige Betriebe dazugekommen, ein, zwei Betriebe haben ausgebaut, äh, klar wird die Konkurrenz größer. Das ist ganz klar.

Mhm.

Aber das ist halt die freie Marktwirtschaft, mit dem müssen wir leben.

Ja. Und hast du deinen Betrieb in den letzten Jahren wegen des Tourismusgeschehens ausgebaut bzw. erweitert?

Mhm, wir haben 2005 von den Eltern übernommen und ich habe vorige Woche die letzte Baustelle abgeschlossen. Also wir haben permanent, äh, investiert, saniert und ausgebaut. Wir haben einen kompletten Trakt dazu gebaut, äh, mit der Rezeption und dem Toilettentrakt, wir haben die Zimmer ausgebaut, wir haben hinten einen eigenen Gästeeingang gemacht und so weiter und sofort.

Ok.

Also permanent, wir haben acht Jahre wirklich gezielt investiert.

Und habt ihr in den letzten Jahren wegen dem Tourismus neue Produkte und Dienstleistungen angeboten, um so konkurrenzfähiger gegenüber anderen Betrieben zu sein?

Das was bei uns, äh, in den letzten Jahren, äh, verstärkt zum Einsatz kommt und was fast schon eine zweite Schiene bei uns ist, ist das Catering.

Mhm.

Also das Catering boomt, äh, nur haben wir da natürlich auch, äh, ist auch nicht von heute auf morgen gegangen, sondern von dem ganzen Equipment her, äh, äh, und so weiter und sofort bis man einen gewissen Bekanntheitsgrad hat und, aber das ist auf alle Fälle, äh, äh, eine zweite Schiene geworden.

Mhm. Überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder eher das Konkurrenzdenken?

Na, ein gewisses Konkurrenzdenken herrscht sicher, aber auch, äh, bis zu einem gewissen Grad eine Zusammengehörigkeit und es ist wie überall, zuerst werden einmal die eigenen Interessen, für den eigenen Betrieb, äh, forciert und versucht zu verwirklichen aber im Großen und Ganzen gibt es keine Probleme, also.

Ok. Und profitiert dein Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?

Nein. Äh, das was du vielleicht auch ansprichst war, äh, ist zum Beispiel „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt“, äh, da haben wir uns beworben und wären auch aufgenommen worden, nur hat das dann an der Wirtschaftlichkeit, äh, ist das gescheitert. Für fünf Tage, weil ich habe die Zusage dann erst bekommen am 26.12. und hätte für das komplette Jahr noch den Mitgliedsbeitrag zahlen sollen und fünf Tage später ist das neue Jahr, da hätte ich es wieder zahlen sollen und dadurch sind wir da nicht dazu gegangen, weil wir haben es vorher nicht gebraucht und brauchen es jetzt auch nicht. Also da ja, haben wir nicht, nein.

Wählt ihr eure Zulieferer bewusst aus der Region aus?

Ja. Wir haben, äh, dort wo wir kaufen oder wo wir, äh, Jahrzehnte lang schon kaufen, ob das jetzt bei der Einrichtung ist, ob das bei den Versorgern ist, äh, wir haben langjährige, äh, äh, und wir schauen sehr wohl auf die Qualität. Wir fahren auch selber drei Mal in der Woche einkaufen.

Mhm.

Eben um die frische Qualität und das bestmögliche Angebot natürlich zu haben.

Kannst du sagen, dass die Thermengäste höhere Ansprüche an deinen Betrieb stellen als Einheimische?

Mh, naja nicht unbedingt. Das hält sich auch wieder die Waage, weil wir einen gewissen Level haben, ich sage das jetzt aber ganz vorsichtig, wir sind nur ein Gasthof, aber natürlich mit dem Angebot, wir haben eine eigene Abendkarte, wir haben saisonale Gerichte, wir haben, äh, äh, so glaube ich eine sehr gute Weinkarte, äh, haben wir den Level eigentlich gleich und die Ansprüche, der Gast weiß, dass wir kein Haubenlokal sind, wir sind kein vier Sterne Hotel und dadurch sind die Ansprüche, die halten sich sicherlich die Waage.

Also auch in Bezug zum Service und Freundlichkeit ist das gleich?

Ja, ja. Es ist Voraussetzung, weil es bringt heute nichts, ich kann ja nicht Unterschiede machen. Das geht nicht, das wäre ja absolut tödlich. Weil leben tun wir in erster Linie natürlich vom Stammgast. Und wir haben zwischen 80 und 90 Prozent Stammgäste, nicht?

Mhm.

Das andere ist ja dann alles nur durch Mundpropaganda oder durch Folgegeschäft, das durch den Stammgast kommt und natürlich durch die Therme. Weil da haben wir auch wieder Wiederholungstäter jetzt schon über die Jahre, die im Jahr drei, viermal kommen und bei uns auch übernachten. Das eine ergibt das andere. Natürlich darf ich die, muss ich die natürlich auf alle Fälle gleich stellen.

Mhm. Und beim Preis- Leistungsverhältnis ist das auch so?

Ja. Es ist mitunter, ich merke das immer wieder, speziell wenn Gäste aus Wien kommen, die sich unsere Preise anschauen, was wir für Preise haben, äh, sagt jeder wir sind ja nicht im ersten Bezirk in Wien, das ist natürlich ganz krass aber die sind so kalkuliert und es ist auch so in Ordnung und ich würde jetzt auch nicht, äh, äh, dass ich das jetzt erhöhe, einfach weil die Ansprüche so sind, dass wir zu billig sind. Aber das ist halt so, es ist heute ein Unterschied ob ich eine Laufkundschaft habe, wenn ich heute ein Lokal auf der Mariahilferstraße oder auf der Kärntnerstraße habe, wo heute tausende Leute vorbei gehen, ja dann kann ich für den Spritzer, sage ich jetzt einmal, 2,50, 2,80 verlangen, das ist kein Problem. Weil die Frequentation da ist. Wenn ich das hier mache, bin ich allein, das geht nicht.

Mhm. Erwarten Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte auf der Speisekarte?

Naja, da sind wir wieder dabei wettbewerbsfähig zu sein, aber das Problem stellt sich bei uns nicht, weil wir eine sehr große Speisekarte haben und speziell am Wochenende dann, äh, Zusatz, äh Speisen, Tagesspeisen, also das ich jetzt zusätzlich einen Tafelspitz auf der Karte habe oder einen Schweinsbraten und unter der Woche haben wir meistens immer zwei Menüs auch. Also das haben wir sowieso.

Mhm. Ok und glaubst du, dass Thermengäste eher dazu bereit sind für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld ausgeben als Einheimische?

Bis zu einem gewissen, äh, äh, Grad weil heute gibt es verschiedene Speisen oder Getränke, die vom Grundprodukt her schon teurer sind und dadurch ist natürlich die freie Entscheidung zur Konsumation sowieso gegeben und das deklariert dann, äh, äh, wo der Gast das selbst entscheidet.

Ja.

Also das ist individuell. Aber generell ist es ganz, ganz gefährlich das so klar zu definieren bzw. zu trennen, wo ich heute sage, ich könnte ein Glas Wein zum Beispiel um 6,50 verkaufen, das könnte ich sicher, nur will ich es nicht. Weil das hat es vor Jahren schon gegeben, wenn ich jetzt den Wörthersee hernehme zum Beispiel, da hat es Zeiten unten gegeben die haben damals für einen Liter Wasser hundert Schilling verlangt. Das hat es alles gegeben. Weil der Gast da war und das bereit war zu zahlen. Weil die Frequentation da war, heute kämpfen sie. Brauchst heute kein Zimmer mehr reservieren, fahre ich nach Velden runter und bekomme jederzeit ein Zimmer. Das ist die Ist – Situation. Das ist dann ganz gefährlich wenn ich heute von oben nach unten falle. Es ist heute leichter ein Geschäft zu ruinieren als aufzubauen.

Mhm.

Das geht sehr schnell.

Ja. Würdest du sagen, dass durch den Thermentourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben?

Ja und nein. Ja, äh, das möglichste ist natürlich, im Bereich des Möglichen vom finanziellen her von der Möglichkeit was zu machen ist, ist gemacht worden, wie gesagt, das Ganze muss wachsen. Den einzigen Nachteil den wir natürlich haben, wir haben keinen See und wir haben keinen Berg, wir haben nur die Therme. Es wird alles auf die Therme aufgebaut, jetzt natürlich mit dem Gesundheitszentrum ist das wieder ein Schritt weiter, wo das eine in das andere kommt. Wo dann vielleicht neue Firmen kommen und wo Zuwanderer sind und so weiter und sofort. Aber das sind alles nur Folgeerscheinungen und das ganze geht step-by-step, nicht?

Mhm. Und glaubst du, dass die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen genauso profitiert wie die Thermengäste?

Ja, sicher. Wir haben, warum nicht, wenn ich heute das jetzt hernehme, wie viele Supermärkte wir zum Beispiel schon haben in Erlach, profitiert die Gemeinde auch davon. Von den Lokalen, äh, von den Sportstätten, wenn ich jetzt den neuen Fußballplatz und alles da unten hernehme, das ist natürlich auch teilweise für die Bevölkerung gemacht. Aber im Zuge natürlich des Tourismus, äh, des Thermenbaus.

Wie würdest du die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Werden diese Events mehr von Einheimischen oder von Touristinnen und Touristen besucht?

Sicher mehr Einheimische.

Mhm.

Wobei natürlich Einheimische aus anderen Nachbargemeinden auch präsent sind aber jetzt nicht unbedingt der Tourist als Thermengast, weil der die Therme frequentiert. Wenn jetzt natürlich ein Marktfest ist, oder der Dorfkirtag schaut das wieder anders aus. Aber in erster Linie ist das der Thermengast und der ist ganzen Tag in der Therme.

Mhm.

Also da würd ich sagen, dass da maximal zehn Prozent, wenn überhaupt, Veranstaltungen frequentieren.

Ja. Ok, kommen wir zur letzten Hauptfrage: Wie schätzt du die Zukunft für deinen Betrieb ein?

Äh, durchaus positiv, natürlich alles nur mit Eigenmittel, sprich man muss nach wie vor selbst herinnen stehen, weil selbstständig heißt selbst und ständig. Die Investitionen sind soweit abgeschlossen, äh, weil wir das ja auch merken den Anstieg über die letzten Jahre, äh, wie wir investiert haben und was wir investiert haben und ich glaube da sind wir recht gut aufgestellt. Aber wie gesagt, man darf nicht, äh, stehen bleiben und ganz einfach nach dem Prinzip ich muss die Türe aufmachen und nicht der Gast.

Mhm.

Das ist das, es gibt halt immer wieder Trends wo man mitmachen muss, äh, wieder was neues, wir bekommen heuer zum Beispiel eine eigene Eiskarte, äh, weil ich jetzt mit Tichy zusammen arbeite. Das sind immer so Kleinigkeiten um wieder das Angebot, äh, äh, ein bisschen attraktiver zu machen, ein bisschen interessanter zu machen, vielleicht ein Nachmittagsgeschäft aufzubauen, äh, im Sommer mit dem Schanigarten draußen. Aber ich sehe uns, ich sehe es durchaus positiv.

Ok und glaubst du, dass euer Standort durch weitere Investitionen und Innovationen in der Gemeinde gestärkt wird?

Naja, gestärkt wird, ja, ja und nein. Es kommt halt dann immer darauf an, welche Investitionen das sind, äh, aber natürlich wenn heute der Zulauf auf Grund einer Investition, wenn jetzt ein zweites oder drittes Hotel einmal kämen würde, ist natürlich die Frequentation noch stärker und so weiter und sofort und da, das sehe ich sicherlich positiv. Und ja, wird sicher etwas bringen. Nur ist es natürlich ein Unterschied ob ich jetzt was mache, äh, äh, ob ich jetzt einen, wo

wirklich Leute kommen auf Grund dieser Investition, sprich jetzt eben ein zweites Hotel, als einen vierten Fußballplatz, nicht?

Würdest du sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Wellness- und Gesundheitstourismus in Bad Erlach und den Kurtourismus in Bad Schönau profitiert und dadurch attraktiver als umliegende Regionen ist?

Sicherlich. Die Therme war ausschlaggebend um das ganze Tourismuskonzept einmal zu überarbeiten und wenn man heute sieht was alles kommt mit „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt“, die Wiener Alpen, ah, die Gemeinden, Bad Erlach sowieso, und auch die umliegenden Gemeinden beschäftigen sich ganz anders jetzt mit dem Tourismus. Weil das ganz einfach natürlich, äh, ein wirtschaftlicher Zweig geworden ist, der ausgebaut gehört und auch wird, äh, dafür wird auch ganz einfach was getan, also das ist sicherlich ein Aufschwung. Überhaupt kein Thema. Nur man darf dabei nicht vergessen, das Ganze muss wachsen. Also, äh, weil, wir sind zum Beispiel noch nicht so weit, das ist natürlich jetzt ganz krass, wenn ich heute sage wir fahren heute Mountainbiken oder wo fährst du hin oder wo würdest du deinen Urlaub in Österreich verbringen? Wenn ich heute sage Kitzbühel oder Bad Kleinkirchheim oder Mayrhofen oder so, da fällt Bad Erlach noch nicht. Aber wir sind sicherlich am richtigen Weg, aber wie gesagt, es ist noch sehr, sehr viel Zeit bzw. natürlich auch sehr, sehr viel Geld nötig. Aber wir sind sicherlich am richtigen Weg und, äh, ich sehe das durchaus positiv, dass da etwas geschehen ist.

Vielen Dank für das Gespräch!

Interview 4-Bad Erlach (IP4-BE)

Inwiefern profitiert dein Unternehmen vom Gesundheits- und Wellness-tourismus?

Naja, wir haben jetzt seit dem die Therme da jetzt ist, muss man sagen profitieren wir schon ein bisschen davon, weil, ich meine, immer wieder halt kommen Leute her, sagen sie sind von der Therme raus und wollen sich den Ort innen anschauen und so, kommen einige dann. Oder wenn zum Beispiel von der Therme welche überhaupt jetzt eine Woche da sind und seit dem wir ein Kaffee Haus jetzt haben, kommen überhaupt wirklich viele heraus und sagen dann halt, ah, dass, also kommen einmal und dann gefällt es ihnen und sie sagen dann sie sind eine Woche da und dann kommen sie halt wirklich oft, jeden Tag halt raus. Wenn es ihnen gefällt. Dann fragen sie natürlich auch noch was gibt es weiteres und so oder was können sie da in der Umgebung machen und jetzt war überhaupt, waren vor, ah, vor drei Monaten, wie gesagt, waren welche da die waren auch im Frühjahr letztes Jahr jetzt da. Also ein bisschen profitieren wir schon davon. Ich denke, durch das Kurzentrum, was jetzt kommt, dass auch noch was sein könnte und so, also schon.

Also schaut es da in diesem Bereich gut aus?

Auf jeden Fall besser als wie schon vorher finde ich. Ich finde schon, dass sich da was tut.

Ok, ahm, und führt der Tourismus dazu, dass ihr dann mehr Gäste habt und spiegelt sich das im Umsatz wieder?

Mhm, ich denke schon. Ich denke schon, oja. Also wie gesagt, so ganz kann ich es jetzt auch nicht so sagen, aber ich denke schon. Oja, dass sich da auch was tut.

Und wie viel Prozent eurer Gäste, würdest du sagen, sind Touristinnen und Touristen?

Allzu viel dann halt doch nicht, aber ich meine ein bisschen was wird es schon sein. Ich denke vielleicht zehn Prozent, denke ich, werden es jetzt nicht sein, aber das schon.

Ok. Und wenn du noch ein Unternehmen aufmachen würdest, würdest du wieder Bad Erlach als Standort dafür wählen oder nicht?

Eigentlich schon, oja. Weil, wie gesagt, erstens im Dorf, viele Ältere zum Beispiel die fahren nicht mehr in die Stadt raus. In der Stadt ist ja doch mehr Konkurrenz als da jetzt im Dorf und

man kann, ja, und was die Leute bei uns halt sehr mögen ist eben, dass wir viel grün haben, die Landwirtschaft hinten und so, das mögen sehr viele.

Ok.

Und den schönen Garten.

Ok, also würdest du dich wieder ansiedeln?

Ja, würde ich mich wieder ansiedeln, ja.

Ja und würdest du sagen, dass der Bekanntheitsgrad von der Ortschaft durch den Thermentourismus ausreicht, dass genügend Gäste zu euch kommen...?

Mittlerweile schon, finde ich. Früher, was ich von der Oma so weiß, eher weniger. Wenn du da gesagt hast in Wiener Neustadt du kommst aus Erlach, hat oft Neustadt nicht gewusst wo das ist.

Aha.

Aber mittlerweile schon.

Und geht ihr einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach, oder reicht der Bekanntheitsgrad?

Er reicht eigentlich derweil. Momentan müssen wir sonst nichts machen.

Und habt ihr vor, dass ihr in diese Richtung einmal etwas macht oder derweil gar nichts?

Derweil, momentan wie gesagt nicht, aber falls zum Beispiel, falls wir merken würden es reicht nicht mehr, dann würden wir schon was machen, natürlich.

Sind Betriebe in Bad Erlach in diesem Bereich im Vorteil gegenüber Betrieben anderer Ortschaften?

Ich denke schon, ja.

Ja. Könnte dein Betrieb auch ohne den Thermentourismus existieren oder bist du auf diese Kundschaft angewiesen?

Nein, wir sind nicht angewiesen.

Wie viel Prozent des Jahresumsatzes sind auf die Gäste der Therme zurückzuführen?

In etwa so wie oben, zehn Prozent.

Und kommen im Sommer mehr Gäste als im Winter oder sind da keine saisonalen Schwankungen bei den Gästezahlen spürbar?

Nein, da gibt es keine. Das gibt es eben wirklich nicht, dass man sagt es ist mehr im Sommer oder im Winter. Das ist gleich.

Ok, also gleich aufgeteilt?

Mhm.

Ok und gibt es für deinen Betrieb Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Ich habe, wie ich das gebaut habe, habe ich Förderung bekommen vom Tourismusbund eben und vom Land Niederösterreich. Da habe ich schon mehr. Von der Gemeinde wüsste ich jetzt nicht. Nein da war nichts, aber wie gesagt vom Land Niederösterreich, Tourismus, da habe ich Förderungen bekommen.

Ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Gesundheits- und Wellnesstourismus in den letzten Jahren größer geworden?

Mhm, nein eigentlich finde ich nicht. Also ich finde nicht, dass da irgendwie, könnte ich jetzt nicht sagen, dass da was ist.

Hast du deinen Betrieb in den letzten Jahren wegen des Tourismusgeschehens ausgebaut bzw. erweitert?

Nein, eigentlich deswegen nicht. Sondern das haben wir schon lange geplant gehabt, weil wir haben gewartet eben, bis ich jetzt eben fertig geworden bin mit der Schule, aber sonst eigentlich so auf dem Zeitpunkt wegen dem Tourismus haben wir nicht gewartet.

Ok, also das heißt ihr habt ausgebaut aber nicht deswegen?

XVIII

Genau ja, nicht unbedingt deswegen ja.

Ok und habt ihr wegen des Tourismus in den letzten Jahren neue Produkte und Dienstleistungen angeboten um konkurrenzfähiger gegenüber anderen Betrieben zu sein?

Deswegen schon, genau ja. Da hat sich die Oma jetzt auch schon, also wir tun immer noch weiter damit, auf den Dinkel spezialisiert. Weil da jetzt größere Nachfrage war und auch eben auch durch den Konkurrenzdruck, weil man halt immer wieder etwas Neues machen muss. Da haben wir das mit dem Dinkel.

Ist da vielleicht schon der Gedanke in Richtung Gesundheitszentrum auch da?

Auch, auch, schon auch. Es war jetzt nicht wegen dem, aber es passt zu dem.

Ok und überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?

Leider, eher Konkurrenz. Leider, ich würde sagen ich würde schon mehr zusammen arbeiten wollen, aber es ist mehr Konkurrenz.

Also Zusammenarbeit eher nicht?

Ja eher weniger.

Mhm. Und profitiert dein Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?

Mh. Naja, ja mit ein paar halt. Aber mit nicht wirklich viel halt. Zum Beispiel bieten wir auch bei uns eben die Rohmilch an und so weil sie eben von uns geholt wird, mit Mandl Firma arbeiten wir zusammen, der Ziegenkäse und so ein bisschen. Das Eis nehmen wir von der Region, vom Lechner S., mit dem arbeiten wir schon auch mehr zusammen. Also ein paar halt.

Und wählt ihr eure Zulieferer bewusst aus der Region?

Mhm. Auf das schauen wir schon. So weit es geht, schauen wir halt, dass es von der Region kommt.

Also aus der Buckligen Welt?

Genau, ja. Was geht schauen wir auf jeden Fall. Alles geht leider nicht, aber das was geht schauen wir, dass es passt.

Gut. Könntest du sagen, dass Thermengäste höhere Ansprüche an deinen Betrieb stellen als Einheimische?

Eigentlich nicht, ich muss sagen was das angeht, sind wir mehr als begeistert. Also, aber überhaupt wenn man mit ihnen redet, ihnen gefällt Erlach gut. Also,...

Also auch nicht im Bereich Service und Freundlichkeit, dass man da anders mit den Gästen umgehen muss?

Nein eigentlich, nein überhaupt nicht. Sie sind total nett alle.

Und erwarten sich Touristinnen und Touristen ein besseres Preis- Leistungsverhältnis als Einheimische?

Mhm. Ein bisschen, nein eigentlich, nein, naja.... Wenn ich so nachdenke, auch nicht. Sie sind auch vom Preis her ziemlich zufrieden. Manche sind sogar ziemlich überrascht, dass es nicht teurer ist.

Und glaubst du, sind Thermengäste eher dazu bereit mehr Geld für Produkte und Dienstleistungen auszugeben als Einheimische?

Oja, schon. Wie gesagt, wenn sie her kommen und so, da waren ein paar schon dabei, die gesagt haben, dass sie das teurer gewohnt sind. Und was ihnen auch mehr wert gewesen wäre. Also schon.

Und erwarten Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertige Produkte....

Das schon....

... als Einheimische?

Naja als Einheimische nicht. Sie wollen auf jeden Fall regionale Produkte. Wenn sie kommen wollen sie halt wirklich, dass alles so von der Region ist und so, da sind einige dabei. Der Großteil.

Würdest du sagen, dass durch den Thermentourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben?

Ich finde schon, dass sich da jetzt einiges tut. Eben durch die Therme, durch das Kurzentrum und so, wie gesagt, was ich jetzt weiß, früher haben Erlach nicht so viele gekannt, wie jetzt mittlerweile schon. Also ich finde schon, dass sich da einiges tut.

Und das Ortsbild? Hat sich das alles positiv darauf ausgewirkt?

Ich finde schon. Ja.

Glaubst du, dass die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen in die Infrastruktur und in das Kultur- und Freizeitangebot genauso profitiert wie Touristinnen und Touristen?

Oja. Ich meine, ich denke es wird immer mehr und mehr. Es hat mit der Therme auch langsam gebraucht. Am Anfang haben sich weniger raus verirrt zu uns, als wie jetzt mittlerweile. Jetzt werden es schon mehr immer.

Ok, also die kommen dann wirklich durch, weil eigentlich sehen sie von Erlach...

.... ja die kommen, genau ja, weil am Anfang haben wir eben geglaubt es bringt sich nicht wirklich was, weil die Therme halt gleich direkt am Ortsanfang ist, die Leute fahren zur Therme und fahren wieder raus. Aber mittlerweile kommen schon wirklich viele jetzt da her, zu Fuß, mit dem Rad, die sich eben was ausborgen und so. Es sind schon viele jetzt.

Mhm, super.

Ja, es wird mehr.

Ok und kannst du sagen, dass dein Betrieb eine ortsansässige Stammkundschaft hat?

Ja, das schon. Das können wir schon sagen.

Ja, davon lebt man dann im Endeffekt auch, oder?

Genau ja, auf jeden Fall. Das muss man schon auch sagen. Weil verlassen kann man sich nicht darauf, dass von der Therme alle immer rauskommen regelmäßig. Und so die Stammkundschaft dann ist da.

Stammkundschaft nur vom Ort oder der ganzen Region?

Ja, von der Umgebung. Von der Region über die Orte verteilt. Ziemlich viele Pittner, überall verteilt, aber es sind jetzt schon mehrere.

Es gibt auch Stammkundschaft von weiter außerhalb, zum Beispiel Wiener. Die haben, was ich weiß, Zweithäuser bei uns und wohnen hauptsächlich in Wien. Und wenn sie in das Zweithaus fahren, dann sind sie bei uns auch. Da kenne ich schon ein paar. Aber direkt, die wirklich nur in Wien wohnen und da noch her kommen, da habe ich derweil noch wenig herausbekommen.

Wie würdest du die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Werden die eher von Einheimischen besucht oder von Touristinnen und Touristen?

Mhm. Eigentlich auch von Touristen. Das ist bunt durchgemischt. Aber Einheimische natürlich auch mehr, aber es ist bunt durchgemischt.

Gut, wie schätzt du die Zukunft für deinen Betrieb ein?

Ich hoffe einmal gut. Wir bemühen uns, bauen immer neue Ideen ein. Man darf nie am selben Stand bleiben, das ist einmal klar und ich hoffe, es geht so weiter wie momentan.

Glaubst du, dass dein Standort durch weitere Investitionen und Erneuerungen in der Gemeinde gestärkt wird?

Ich hoffe. Ich denke aber schon.

XX

Würdest du sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Tourismus in Bad Erlach und Bad Schönau profitiert und dadurch attraktiver als umliegende Regionen ist?

Ich glaube schon, weil das da schon wirklich große Zusammenarbeit ist. Weil zum Beispiel gibt es da ja oft so Sitzungen und so wo man gemeinsam redet, was man gemeinsam tun kann, wie man mehr Kunden gewinnen kann und so. Und da denke ich, dass andere weniger zusammenarbeiten, ich denke schon, dass das bei uns auf jeden Fall besser ist. Weil wirklich viele Veranstaltungen sind, gegenseitig machen wir ja auch Werbung untereinander und ich glaube schon.

Vielen Dank für das Gespräch.

Interview 5-Bad Erlach (IP5-BE)

Inwiefern profitiert dein Betrieb vom Gesundheits- und Wellness-tourismus?

Ahm, puh, das ist eine gute Frage, ahm, insofern, von der Therme her, dass, ahm, diese Tagesgäste, die sind dann nachher noch zum Abschluss noch meistens irgendwo einkehren wollen, meisten zu einem Heurigen und die suchen dann wirklich die Werbung heraus und kommen dann wirklich gezielt zu uns her. Weil so sind wir ja eigentlich am Ende von der Ortschaft und die würden ja in die andere Richtung fahren und so fahren sie eigentlich zurück herein und kommen zu uns zum Heurigen oder halt zum B. oder so halt irgendwie, wie es halt ist. Also das merkt man schon eigentlich, muss ich sagen.

Ok und führt der Tourismus dazu, dass mehr Gäste deinen Betrieb besuchen und hast du dadurch mehr Einnahmen?

Ahm, also man merkt schon, dass viel fremde Gäste da sind, in dem auch viel Thermengäste sind wirkt sich das sicherlich auch positiv dann auf den Umsatz aus, nicht so, dass ich sage, das große Vermögen kommt jetzt herein, aber es ist eine Bereicherung, sagen wir es einmal so.

Also es wirkt sich positiv aus?

Schon, ja.

Und ahm, kannst du zirka sagen, wie viel Prozent der Gäste Thermentouristinnen und Touristen sind?

Mh. Puh, das ist schwierig. Also es sind Tage da, da wo eigentlich nur Thermengäste da sind, wo du überhaupt niemanden kennst und die dann großteils, wenn du dann zum Reden kommst mit den Leuten, ahm, eigentlich der Großteil von der Therme kommt, oder es ist jemand auf Besuch bei irgendjemandem, was natürlich auch immer wieder passiert, aber, ahm, dann sind wieder Tage da, wo gar keiner da ist, ich würde einmal sagen, halb, halb wird es sich sicher auswirken. Schwierig zu sagen. Wenn ich sage halb, halb ist es vielleicht ein bisschen übertrieben, aber 40% sind es sicherlich die Thermengäste. Weißt eh, es lassen dann deine Stammgäste auch nach und kommen einmal öfter, einmal weniger öfter und so ist das da auch. Was generell, wenn es heißt, das Geld wird weniger und die Leute sparen, das ist einfach so, man hört immer dort sperrt eine Firma zu und da ist ein Konkurs und jeder fürchtet um seinen Job, das gleichen unter Anführungszeichen die Thermengäste aus. Zwar nicht immer, aber halt, es ist schon sehr wichtig, muss ich ehrlich sagen.

Ok. Und angenommen, du würdest einen neuen Betrieb aufmachen, würdest du dich wieder in Bad Erlach ansiedeln?

Also über das habe ich mir noch überhaupt gar keine Gedanken gemacht. Ahm, ich war ja kurzzeitig in Wiener Neustadt drinnen und habe dort auch gearbeitet und wollte immer von Erlach weg, eigentlich. Aber mich hat es immer wieder heim gezogen. Und wie du dann wieder heimkommst, wenn du nach Erlach rein gefahren bist, wie dich die Leute wieder begrüßt haben, in Neustadt grüßt dich keiner, weil dich ja keiner kennt. Ich meine das ist eine Stadt, nicht? Ich glaube schon, dass ich mich in Erlach wieder ansiedeln würde.

Und glaubst du, dass der Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Thermentourismus ausreicht, dass genügend Gäste zu euch kommen oder geht ihr einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach?

Ahm, mh, also die Therme ist sicherlich der Hauptpunkt, dass mehr Gäste da sind in Erlach. Also ich glaube nicht, dass es sich sonst so positiv auf den Tourismus ausgewirkt hätte, aber ich glaube nicht, dass das so zustande gekommen wäre, durch Werbung oder irgendetwas, wenn nicht die Therme gekommen wäre. Und ich glaube auch, wenn dieses Gesundheitszentrum bzw. diese Rehaklinik da untern gebaut wird, dass das wieder ein Plus für die Wirtschaft und für alle Betriebe ist, nicht?

Ok, also ihr habt keine Strategie, dass ihr gezielt Gäste aus der Therme anspricht?

Nein, wir haben nur unsere Werbung, unsere Tafel haben wir draußen und die Frau H. hängt uns immer das Plakat in den Schaukasten hinein, wo die ganzen Veranstaltungen drinnen sind und ja, über die Homepage halt, das merkt man schon stark. Die Leute, wir werden sehr stark über den Herold gesucht und wenn du in Google zum Beispiel „Dorfheurigen“ eingibst, da braucht man gar keine Ortschaft und nichts dazu eingeben, da sind wir gleich auf der ersten Seite in Google. Oder wenn du eingibst Heuriger Bad Erlach, sind der B. und wir drinnen. Also das ist schon, also, das ist schon eine tolle Geschichte, muss ich sagen.

Und glaubst du, dass Betriebe in Bad Erlach in diesem Bereich im Vorteil sind gegenüber Betrieben in anderen Ortschaften?

Mhm, schon. Ja.

Könnte dein Betrieb auch ohne Gäste aus dem Thermentourismus existieren oder bist du auf diese Kundschaft angewiesen?

Wie gesagt, es sind Tage da, da kenne ich gar keinen herinnen und dann wieder dann kenne ich wieder alle herinnen. Ich habe schon sehr viele Wiederholungstäter immer wieder, ich habe von Müzzzuschlag unten Gäste, die mindestens einmal pro Monat da sind, dann von Scheiblingkirchen hinten, da merke ich, das weiß ich auch, die fahren in die Therme und teilen sich das so ein, dass sie da immer Anfang des Monats kommen, wenn wir offen haben, dass sie eben zu uns kommen können. Jetzt habe ich wieder Gäste gehabt, die sind aus Müzzsteg gewesen, die waren auch schon zwei Mal da, ich merke schon, dass sich ein gewisses Stammpublikum durch diesen Thermentourismus aufgebaut hat. Ob ich existieren kann ohne Thermengäste, kann ich dir gar nicht sagen ehrlich gesagt, die wirtschaftliche Lage ist ja auch immer so, dass sie sich manchmal mehr ändert, nicht? Schwierig.

Ja und wie viel Prozent vom Jahresumsatz sind auf den Thermentourismus zurückzuführen?

Es ist bei den Thermengästen so, die kommen, ein Getränk, meistens irgendetwas mit Leitungswasser, wo du nicht das verlangen kannst, wie wenn ein Sodawasser drinnen ist, ah, essen eine Jause miteinander, zahlen und gehen wieder. Weil die wollen wirklich essen, weil die wollen dann ja heimfahren. Die trinken keine Achteln, nicht? Also das ist genauso wie wenn ein Autobus kommt. Da kommt ein Autobus, die trinken ein Viertel Most gespritzt, der kostet 1,10, dann essen sie ein Bratenfettenbrot, das kostet 1,20, das sind 3,30, jeder sagt, die Hütte ist voll, die haben einen Autobus, ich meine das ist schon eine Bereicherung, das ist schon klar, wenn die 50 oder 40 Leute und der gibt 5 Euro aus, im Schnitt, plus, minus, je nachdem wie es halt ist, ah, aber in Prozente jetzt kann ich das gar nicht wirklich sagen. Der Erlacher Gast der da ist, der mit der Therme unter Anführungszeichen nichts zu tun hat, der lasst im Endeffekt dann mehr da, die trinken dann noch ein Achterl, weil eben vielleicht einer nicht fährt oder gehen zu Fuß oder fahren mit dem Rad. Aber Prozentmäßig ist das schwierig zu sagen. So 20 Prozent hätte ich schon gesagt eigentlich.

Aber es hält sich die Waage eigentlich, weißt eh, man weiß ja ungefähr was die Faschingszeit ist ein bisschen müder, auch die Fastenzeit, ah und du weißt das sind schwächere Heurigen vom Gefühl her, jetzt haben wir 15 Jahre offen und da kannst du es schon ein bisschen, es ist nicht immer gleich, aber da kannst du das schon ein bisschen hin schätzen. Aber ich glaube mit den 20 Prozent glaube ich schon, dass vom Umsatz davon der Beitrag ist von den Thermengästen.

Ok, kommen im Sommer mehr Gäste zu euch oder im Winter, oder gibt es da gar keine saisonalen Schwankungen?

Das ist schwierig. Im Sommer frischen wieder das Geschäft die Radfahrer auf, nicht? Das mit dem Eurovelo und da wo sie die ganzen Radwege verbunden haben, wo sie vorbei fahren, ahm, im Winter sind wieder die Thermengäste stärker da. Wie gesagt die Fastenzeit ist eine schwierige Zeit und es ist auch die Weihnachtszeit eine schwierige Zeit. Weil viele Punschstände sind und eben weil die Polizei mehr steht, da wird halt auch weniger, da gehen sie weniger fort, oder zumindest, das sind halt, das kann man schon ein bisschen abschätzen. Aber ob jetzt Sommer, Winter schlechter oder besser ist, das ist ja...

Also eher gleich?

Ja, hätte ich schon gesagt.

Gibt es für deinen Betrieb Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Mh, ah, Fördermittel. Nicht wirklich, ich meine sie unterstützen uns indem sie, ich meine jetzt nicht vom Finanziellen her, aber dass dir eben gesagt wird dort darfst du deine Werbung hinstellen. Von Seiten der Gemeinde gibt es Zusammenarbeit, ich weiß ich kann von ihnen was haben und genauso werde ich versuchen, dass ich zum Beispiel für den Verschönerungsverein, wenn es um Mehlspeise oder so geht, das ist ein Geben und ein Nehmen diese ganze Geschichte. Förderung finanzieller Seite, keine Ahnung, muss ich ehrlich sagen, ich habe mich nicht informiert. Vom Land gäbe es, wir müssen die Fassade machen, was wir heuer wirklich in Angriff nehmen müssen, ahm, ja, da gibt es schon Förderungen, aber das sind so, die Auflagen, weißt, was du dann wieder erfüllen musst, du musst mindestens soundso viel Geld aufnehmen, aber so viel Geld brauch ich nicht aufnehmen, weil das nicht so, ich meine es kostet auch genug Geld, aber ich will kein Geld aufnehmen. Weil in der heutigen Zeit, du weißt nicht wie das Geschäft ist nicht? Ich bin da nicht so informiert, muss ich ehrlich sagen.

Ok, ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Wellnesstourismus in den letzten Jahren größer geworden?

Ah, Konkurrenz gibt es keine, es gibt nur Mitbewerber. Es sind mehr Gäste in Bad Erlach durch die Therme, es sind auch mehr Mitbewerber und ich glaube, dass sich das irgendwo doch die Waage hält.

Ok.

Glaube ich halt. Jetzt hat wieder eine neues Lokal drüben auf gemacht, der hat jetzt offen, also für uns jetzt den Heurigen das erste Mal, ich merke etliche Gäste die nicht Mittagessen kommen, ich weiß, dass sie drüben Mittagessen, weil sie ihn ausprobieren wollen. Das ist ja von jedem das gute Recht. Jeder neue Besen kehrt gut und dann im Laufe der Zeit, wird es sich wieder einpendeln. Sie waren früher Gäste von uns und wir werden sicherlich auch einmal hinüber gehen. Ein paar Mal im Jahr machen wir spontan eine Runde durch ein paar Betriebe in Bad Erlach, weil ein guter Kontakt da ist.

Hast du deinen Betrieb in den letzten Jahren wegen des Tourismusgeschehens ausgebaut bzw. erweitert?

Nein, nicht wirklich.

Habt ihr neue Produkte angeboten um konkurrenzfähiger zu sein gegenüber anderen Betrieben in Bad Erlach?

Mh, nein eigentlich auch nicht. Also wir haben vor, ich weiß nicht ob die Therme da schon offen gehabt hat, die Speisekarte insofern geändert, dass wir sie kleiner gemacht haben, die fixe Karte und dafür viele Sachen so a la Carte. Wie, was weiß ich, macht man einmal einen Kümmelbraten oder Faschierte Laibchen oder eine geröstete Leber, das steht alles nicht in der Karte drinnen und bietet man dem Gast zusätzlich als „Schmankerl“ an. Wenn er es annimmt ist es gut und wenn nicht, isst er das was in der Karte steht. Also ob das jetzt, vielleicht ist es zeitgleich mit der Therme gewesen und ja, aber jetzt nicht wirklich so gravierend geändert.

Überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?

Ja, nein eigentlich, ahm, es ist schon eine Zusammenarbeit in den letzten Jahren entstanden, muss ich ehrlich sagen. Ah, die E. borgt sich zum Beispiel von uns Tische aus, wenn sie Bälle hat, wenn auf einmal was fehlt, wie zum Beispiel ein Schlagobers, was eh nicht oft vorkommt, ruf ich die B. an. Es ist ein bisschen mehr Zusammenarbeit ist zu Stande gekommen. Wir verstehen uns alle gut untereinander.

Profitiert dein Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?

Ah, das eigentlich nicht. Könnte ich jetzt nicht sagen. Nicht wirklich, fällt mir jetzt auf die Schnelle nichts ein. Bei branchengleichen Betrieben gibt es eine Zusammenarbeit aber bei branchenfremden fällt mir jetzt nichts ein.

Und wählt ihr eure Zulieferer bewusst aus der Region aus?

Ah, unsere Zulieferer haben wir zum Beispiel von dort, was der Stanghof einmal war, die Säfte, der Most, die Schnäpse, ahm, dann haben wir die Eier von der Frau S. ah, das Brot uns die ganzen Mehlspeisen haben wir aus Bromberg, das ist ja auch gleich um die Ecke. Ah, das Fleisch haben wir aus Neunkirchen von einem Fleischhauer, also nicht vom Metro, sondern von einem kleinen Betrieb, ich meiner er hat auch 20 Mitarbeiter, aber wo eben der Chef noch selber im Geschäft steht, ja, der Wein ist weit gestreut. Südburgenland und Südsteiermark und alles, die hole ich von Neunkirchen von einer Vinothek. Und von Tattendorf, aber das ist halt nicht mehr so die Region in dem Sinn. Man versucht schon und ich versuche auch österreichische Produkte zu kaufen. Also ich werde nie im Leben, weil es auch nicht schmeckt, eine Aro Butter kaufen oder eine Aro Milch, ich versuche so viel wie möglich österreichische Ware zu kaufen. Weil ich denke warum soll ich Deutschland unterstützen und wir haben es in der Nähe. Es schmeckt mir auch besser.

Würdest du sagen, dass Thermengäste höhere Ansprüche an deinen Betrieb stellen als Einheimische?

Nein, nein.

Also auch nicht in Bezug auf die Freundlichkeit oder das Service?

Man ist einfach freundlicher. Weil diese Leute sind sowas von entspannt, das kannst du dir nicht vorstellen. Selbst wenn du sagst, was ja nicht oft der Fall ist, es tut mir leid aber ich habe nur mehr ein Schmalzbrot, dann sagen sie ist ja auch was gutes. Da gibt es keine Raunzerei.

Und auch beim Preis- Leistungsverhältnis?

Auch eigentlich, also da gibt es nicht wirklich, dass irgendwer, ich meine wir haben Weine von die Achteln von 1,40 bis 3,80, also Spanne bis dort hin, nicht? Ahm, da gibt es nicht wirklich und sie geben mir auch immer schön Trinkgeld und so, also was ich jetzt von den Kellnern her weiß und alles und sind total zufrieden. Teilweise, du hast überall, aber wenn man zwei Mal im Jahr einen Nörgler hat, wenn überhaupt, ja, dann soll er woanders hingehen und soll glauben, dass es dort besser ist. Keine Ahnung, aber sie sind sehr entspannt.

Erwarten sie eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte als Einheimische?

Auch nicht wirklich. Also dadurch, dass wir vieles von den kalten Sachen selber machen, wie Streichwurst, Blunze, Presswurst, Bratwürste und das, ahm, wir sind ja der Überzeugung, dass das gut ist, es wird auch gern gegessen, es wird auch sehr oft immer wieder gegessen von den Leuten, weil sie eben wissen, dass es ihnen schmeckt, ahm, ich möchte gar nicht viel was wechseln.

Sind Thermengäste eher dazu bereit für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?

Mh. Weiß ich nicht, das müsste ich ausprobieren, nicht? Eigentlich, so gesehen, nicht? Aber sie sehen in der Karte was es alles gibt und schätzen das sehr und finden es nicht zu teuer. Es sagen auch manche, dass es billig ist, aber das hörst du eher selten aber sie sagen nicht, puh, das ist viel zu teuer. Also das nicht, auf keinen Fall. Weil sie ja auch was am Teller haben, nicht? Wenn sie nichts am Teller haben und es kostet viel, na gut, ok, na dann,....

Würdest du sagen, dass durch den Tourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben?

Schon, irgendwo. Weil wenn man schaut, was aus Erlach geworden ist und was früher war, ich meine es war früher auch immer, aber ich finde schon, dass es besser geworden ist. Es hat sich schon positiv auf das Ortsbild ausgewirkt.

Was halt fehlt, sind die Parkplätze. Ein Bipa wollte sich in Erlach ansiedeln, aber weil keine Parkplätze vor der Haustüre sind wurde das Projekt nicht gestartet.

Glaubst du, dass die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen in die Infrastruktur und in das Kultur- und Freizeitangebot ebenso profitiert wie die Touristinnen und Touristen?

Schon, oder? Weil ich meine wir wohnen ja da und wir bewegen uns wesentlich mehr im Ort. Also wir Einheimischen als der Thermengast. Der Thermengast kommt so fast nicht herein. Ich sage einmal so, aus Erfahrung unter Anführungszeichen, das meiste sind eben diese Tagesgäste, die fahren herein und holen sich ihre Jause da oder bei irgendwem herinnen und fahren wieder heim. Es gibt schon vereinzelt diese Hotelgäste, die so ein Package gebucht haben mit drei Nächtingungen oder was, das bekommst du, das schmeißen sie dir teilweise ja schon nach, was sie mir da so erzählt haben, ah, was, wenn du normal raus gehst und über die Therme buchst, das ist gar nicht so billig. Ich meine sie haben ja auch eine Qualität und einen Standard, aber über das Internet kann man schon sehr billig buchen. Vereinzelt diese Leute spazieren dann herein in den Ort, aber für das sind wir zu weit weg von der Therme. Da wird das neue Gesundheitszentrum, da bewegt sich wesentlich mehr. Das wird gut für die Zukunft werden.

Ok, und habt ihr eine ortsansässige Stammkundschaft?

Ja. Ja es sind schon viele aus Erlach. Ich müsste jetzt zwar nachdenken, aber ich könnte dir schon einige aufzählen. Es sind schon viele da, von Erlach, ich meine sie gehen woanders auch hin, das ist schon klar. Aber wir haben schon viele Erlacher als Stammgäste, muss ich schon sagen.

Wie würdest du die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Werden diese eher von Einheimischen besucht oder mehr von Touristinnen und Touristen?

Mh. So jetzt vom Kirtag, oder Kürbisfest, kann ich nicht so sagen. Ich bin ja nur da herinnen im Betrieb, da komm ich fast nicht hinaus. Das ist schwer.

Ok, gut und wie schätzt du die Zukunft für deinen Betrieb ein?

Ja gut. Ich kann ja nicht negativ denken, ich muss positiv denken. Nein, wie gesagt, diese wirtschaftliche Lage da ist immer dieses große Fragezeichen, wie es weiter geht. Dort sperrt jemand zu, da sperrt jemand zu, wiederum eröffnet wieder wer was.

Glaubst du, dass dein Standort durch weitere Investitionen und Innovationen in der Gemeinde gestärkt wird?

Durch das Gesundheitszentrum, das schon. Das hofft jeder. Ich vermute schon und es profitieren auch andere Betriebe abseits der Gastronomie. Zum Beispiel beim Walkingsteckenverkauf oder beim anderen Kleinprogramm. Die Friseurin, wenn die im Zentrum keinen Friseur haben. Wenn die Leute drei oder vier Wochen da sind, ich meine, dann werden sie heraus kommen. Auch das Gewandgeschäft, es wird alles irgendwie durch das profitieren, also nicht nur die Gastronomie.

Ok, würdest du sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. der Kurtourismus profitiert und dadurch attraktiver als umliegende Regionen ist?

Mh. Ja schon. Die anderen Orte haben auch Heurigen, oder Museen, in Katzelsdorf das Zinnfigurenmuseum, die Heurigen, in Pitten die Ausgrabungen, der Rosengarten. Also ich glaube schon, dass das, in Bromberg hinten gibt es den Hexenweg, ich glaube schon, dass schon die ganze Region profitiert durch diese Therme und eben auch wiederum durch das Gesundheitszentrum oder diese Kinderrehab die jetzt kommt, nicht? Es kommen jetzt neue Wanderwege, das ist gut so, weil die Leute wirklich danach fragen wo sie hingehen können. Sie fragen zum Beispiel über das Schloss Pitten und ich gebe ihnen dann, ich habe sehr viele Prospekte da draußen, ich brauche so viele Prospekte von der ganzen Umgebung dann. Dann fahren sie dorthin und schauen sich das an. Die Leute erzählen das dann alles weiter und wollen wieder her kommen und das ist schön. Ich glaube schon, dass da alle profitieren.

Vielen Dank für das Gespräch.

Interview 6-Bad Erlach (IP6-BE)

Inwiefern profitiert ihr Betrieb vom Gesundheits- und Wellness tourismus?

Vom Tourismus weniger.

Wie viel Prozent ihrer Gäste würden sie sagen, sind Touristinnen und Touristen?

Wir haben ja eigentlich glaube ich, mh, Prozente.... Kann ich schwer sagen.

Mhm.

Kann ich eigentlich nicht heraus nehmen wie viel Prozent das sind.

Mhm, ok. Besuchen durch den Tourismus mehr Gäste ihren Betrieb und haben sie dadurch mehr Einnahmen?

Ja, schon auch.

Mhm. Und, ahm, wenn sie noch einmal ein Unternehmen in Bad Erlach aufmachen würden, würden sie sich wieder in Bad Erlach ansiedeln?

Eher schon.

Ja?

Ja.

Und würden sie sagen, dass der Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Thermentourismus ausreicht, dass genügend Gäste zu ihnen kommen oder gehen sie einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach?

Eigentlich nicht. Eigentlich nicht.

Also gehen sie keiner Strategie nach?

Nein.

Sind Betriebe in Bad Erlach in diesem Bereich im Vorteil gegenüber Betrieben in anderen Ortschaften?

Glaube ich weniger.

Also nicht im Vorteil.

XXVI

Nein, glaube ich nicht.

Und ahm, könnte ihr Betrieb auch ohne Gäste aus dem Thermentourismus existieren oder sind sie auf diese Kundschaft angewiesen?

Nein, könnte ich nicht sagen (ist nicht angewiesen).

Und wie viel Prozent des Jahresumsatzes sind auf den Thermentourismus zurückzuführen?

Mh, das kann ich gar nicht sagen.

Gar nichts?

Nein.

Ok und kommen im Sommer mehr Gäste zu ihnen als im Winter oder gibt es da keine saisonalen Schwankungen?

Eigentlich wenige Schwankungen.

Also ziemlich ausgeglichen?

Ja, ja.

Und gibt es für ihr Unternehmen Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Nein, ich bin eigentlich 38 Jahre selbstständig, aber Förderungen habe ich noch nie bekommen.

Mhm. Ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Thermentourismus in den letzten Jahren größer geworden?

Eigentlich nicht.

Nein?

Nein.

Und haben sie in den letzten Jahren ihren Betrieb wegen des Tourismusgeschehens ausgebaut bzw. erweitert?

Nein, eigentlich nicht.

Bieten sie neue Produkte oder Dienstleistungen an um konkurrenzfähiger zu sein?

Ja, Produkte wechsele ich immer.

Also immer wieder etwas Neues?

Ja genau. Man nimmt manche Produkte wieder weg und nimmt dafür neue wieder dazu, nicht?

Ja. Und überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?

Mh, das ist eigentlich eh immer gleich.

Also auch keine Zusammenarbeit?

Nein, es ist eh jeder auf sich selbst angewiesen, nicht?

Ja. Und profitiert ihr Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?

Nein, nein.

Wählen sie ihre Zulieferer bewusst aus der Region aus?

Ja, Zulieferer aus der Region sind wir fast selbst. Ja, das Fleisch haben wir selbst und die Eier.

Ja, oder halt von der Ortschaft, die Gärtnerei im Sommer halt. Wenn es die Produkte im Ort gibt, kaufe ich dort und sonst muss man eh wo anders kaufen. Wenn man das Produkt nicht bekommt.

Ok, aber so grundsätzlich aus der Region?

Ja, ja.

Und können sie sagen, dass Thermengäste höhere Ansprüche an ihren Betrieb stellen als Einheimische?

Eigentlich machen sie das nicht.

Also ist das ausgeglichen, auch in Bezug auf das Service und die Freundlichkeit?

Nein eigentlich nicht, das könnte ich nicht sagen. Denke da gibt es keine Unterschiede.

Und beim Preis- Leistungsverhältnis?

Naja, sie sind weniger anspruchsvoll als Einheimische. Dass sie oft sagen, was, das kostet gar nicht mehr?

Ok. Erwarten Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte auf der Speisekarte?

Schon, ja.

Und sind Thermengäste eher dazu bereit für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?

Das kann ich nicht beurteilen. Das wäre mir noch nicht aufgefallen, das kann ich nicht sagen.

Ok. Und würden sie sagen, dass durch den Tourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben?

Ja sicher.

Mhm. Und glauben sie, dass die einheimische Bevölkerung davon auch profitiert, auch in Bezug auf das Kultur- und Freizeitangebot oder nur die Touristinnen und Touristen?

Vielleicht teilweise. Weil sie eben einen neuen Sportplatz gebaut haben. Ich glaube, dass das ausgeglichen ist.

Haben sie eine ortsansässige Stammkundschaft?

Ja.

Und die machen wahrscheinlich auch den größten Teil der Besucher aus, oder?

Ja, der größte Teil sind Stammkunden, ja.

Und wie würden sie die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Sind die eher von Einheimischen besucht oder von Touristinnen und Touristen?

Mh, naja, bei den Bällen und so sind es eigentlich glaube ich 90% Einheimische. Ich meine bei den Veranstaltungen im Gemeindezentrum, die dort jetzt gemacht werden, weiß ich es nicht. Das kann ich nicht beurteilen. Da bin ich nicht tätig. Bei den traditionellen Veranstaltungen eher die Einheimischen. Glaube ich, meiner Meinung nach.

Wie schätzen sie die Zukunft für ihren Betrieb ein?

Die Zukunft für den Betrieb... Naja, die Zukunft ist immer so, wie man es veranstaltet, oder wie man so schön sagt.

Glauben Sie, dass ihr Standort durch weitere Investitionen und Innovationen in der Gemeinde gestärkt wird?

Ja schon. Auch durch das Gesundheitszentrum sicherlich.

Würden sie sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Tourismus profitiert und dadurch attraktiver als umliegende Regionen ist?

Die gesamte Bucklige Welt... Durch den Tourismus von uns in Erlach... Wird auch was mitspielen. Ob es die große... der große Umsatz wird es nicht sein aber es wird etwas sein, nicht? Immer ein bisschen etwas, ist auch etwas. So ist es, nicht?

Danke für das Gespräch!

Interview 7-Bad Erlach (IP7-BE)

Inwiefern profitiert dein Betrieb vom Gesundheits- und Wellness tourismus?

Von der Therme her, merkt man eigentlich ganzes Jahr eigentlich wenig. Das ist gerade über den Winter, speziell wenn Fenstertage sind. So wie jetzt eventuell über Ostern, wenn das Wetter umschlägt, wenn es nicht zu schön ist oder dann halt schon im Herbst, über die Oktoberfeiertage, über Allerheiligen, oder Leopoldi, wenn so verlängerte Wochenenden sind. Weihnachten, da aber sonst während dem Jahr, normal über das Jahr, merkt man fast nichts von der Therme.

Ok.

XXVIII

Also nur eigentlich wenn eben so wirklich spezifische Kurzurlaube gerade sind, dass man da sagt, da merkt man jetzt sind Hausnummer, zwei, drei, vier Tische von der Therme. Weil sonst wenn ein Tisch ist, das fällt dir nicht wirklich auf.

Führt der Tourismus dazu, dass mehr Gäste deinen Betrieb besuchen und hast du dadurch mehr Einnahmen?

Also das glaube ich wirkt sich so über das Jahr nicht wirklich aus, also das sind ein paar einzelne Tage, das, das... So richtig profitieren tun wir nicht davon.

Ok. Und wie viel Prozent der Gäste sind Touristinnen und Touristen?

Zu wenige. Unter 5% sage ich einmal, weil das macht sich nicht bemerkbar. Ich meine heute haben wir ein Pärchen da gehabt, die haben gesagt, sie würden gerne die Nachmittagskarte (Anmerkung: in der Therme) ausnützen und für das sind sie zu früh dran. Dann sind sie noch um halb zwei Essen gekommen. Aber wie gesagt, das ist so vereinzelt. Und wenn da ein Pärchen kommt in der Woche, sage ich einmal, dann ist das einfach, sage ich einmal, zu wenig, dass man sagt das würde ich jetzt wirklich merken. Weil, wenn die dir das dann nicht sagen, weißt du nicht, sind das Urlauber, sind das irgendwie vielleicht, mh, wenn das vielleicht zwei Herren sind oder zwei Frauen sind, die vielleicht einen Freundinnentag machen. Man weiß auch nicht, vielleicht sind das ja auch Vertreterinnen oder irgendwas. Und du redest ja nicht jeden Tisch dann an.

Ja, ahm und angenommen du würdest ein neues Unternehmen aufmachen, würdest du dich wieder in Bad Erlach ansiedeln?

Das ist eine schwierige Frage. Ich muss ehrlich sagen, als Erlacher, vom Herzen heraus, weiß ich nicht, ob ich es noch einmal machen würde. Weil Erlach ist heute nicht mehr das, also wie es war wie ich ein Kind war, wie ich zehn Jahre alt war.

Mhm.

Und für das bin ich eigentlich zu viel ortsverbunden, dass ich sage wir sind eigentlich heute nicht mehr diese Gemeinde, die Gemeinschaft, wie ich es als Kind oder als Jugendliche empfunden habe. Für das sind wir schon zu nahe an der Stadt und vom Verhalten, von den Leuten her, zu viel Stadt schon, als was wir eigentlich ein richtiges Ortsleben haben.

Und das wahrscheinlich wegen den Entwicklungen in den letzten Jahren, oder?

Na, ja sicher, klar ja. Ich meine die Therme, ja, fällt in das Gewicht, weiß ich nicht, kann ich mir aber nicht wirklich vorstellen. Weil die Therme haben wir noch nicht so lange, aber eben, alleine der Zuwachs mit den ganzen Wohnblöcken, das sage ich einmal, das Ortsleben, die Gemeinschaft, Vereinsleben, ganz egal in welche Richtung es man dann sieht, ist nicht mehr das, wie ich aufgewachsen bin, wie ich das als Jugendliche empfunden habe.

Ok, also eher nicht mehr?

Das kann ich schwer sagen, das weiß ich nicht. Aber es ist eben nicht mehr so wie früher einmal.

Ok. Und würdest du sagen, reicht der Bekanntheitsgrad durch den Thermentourismus aus, dass genügend Gäste zu euch kommen, oder habt ihr eine zusätzliche Vermarktungsstrategie?

Mh. Das ist schwer. Also mit so Statistiken und solchen Sachen, Vermarktung, mit Werbung habe ich zu wenig am Hut. Manche wissen, dann schon, ja Linsberg Asia, wissen wir, kennen wir, ist Bad Erlach. Aber, ob wir durch das schon so bekannt sind, weiß ich nicht.

Ok. Und sind Betriebe in Bad Erlach durch die Therme im Vorteil gegenüber Betrieben in anderen umliegenden Ortschaften?

Mhm. Im Vorteil, ich könnte mir vorstellen und ich weiß von dem Sinn in Loipersdorf unten, weil da haben wir von früher schon lange Wurzeln hin runter zu, wenn die Therme mit einheimischen Produzenten zusammen arbeitet, dann kann die Erlacher Wirtschaft davon profitieren. Aber ich glaube in dem Sinn, die Erlacher Wirtschaft, da ist nur ein Betrieb, was ich

weiß, der von der Therme profitiert. Weil ein F. macht keine Bäckerei mehr, also keine Konditorei mehr für die Therme, der H. macht keine Semmeln für sie und so wie es jetzt ist, der Fleischhauer macht auch kein Fleisch für sie. Also da bleibt nur mehr der Gärtner über, der die Blumensträuße liefert und für die Dekoration. Und das weiß ich von F., dass er ein Geschäft macht da draußen, aber sonst. Wenn du dir Loipersdorf, da weiß ich eben, die umliegenden Betriebe die leben davon. Und das ist halt da nicht der Fall.

Ok. Also könntet ihr auch ohne Gäste aus dem Thermentourismus existieren und seid nicht darauf angewiesen?

Leben können wir vom Tourismus nicht.

Wie sieht es da in etwa beim Jahresumsatz aus?

Ja, etwa wie oben erwähnt, 5%.

Ok gut. Kommen im Sommer mehr Gäste zu euch oder im Winter, oder gibt es da gar keine saisonalen Schwankungen bei der Gästezahl?

Das ist schwer. Ich sage einmal, während der Woche haltet es sich ziemlich die Waage, dass ich sage ich so, ob es jetzt Arbeiter sind oder ob es Vertreter sind, das bleibt ziemlich gleich. Aber natürlich, unsere starke Seite ist dann doch teilweise schon der Winter, Weihnachtsfeiern, Bälle, oft auch Geburtstagsfeiern. Im Sommer sind dann die Heurigen, dann gehen sie oft mit den Geburtstagsfeiern auch zum Heurigen. Aber ich habe Geburtstagsfeiern genauso im Sommer auch, also das ist... aber die starke Zeit ist alleine halt auch die Weihnachtszeit.

Gibt es für deinen Betrieb Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Ich habe noch nichts bekommen.

Ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Gesundheits- und Wellnesstourismus in den letzten Jahren größer geworden?

Ich sage einmal momentan, was jetzt den Erlacher Wirtschaftsbund, der Erlacher Unternehmer untereinander halbwegs jetzt, sage ich einmal, zielstrebig in eine Richtung sind, da ist Frau B. sehr dahinter. Und eigentlich auch wir schauen, dass wir untereinander gut auskommen, also ich glaube... Konkurrenzdenken... ja Mitbewerber. Dass ich sage, miteinander. Weil, ich sage einmal, es soll nicht einfach nur strikt gehen gegen den anderen. Es soll jeder seine Arbeit haben, jeder seine Freude daran haben und jeder sein Einkommen damit, aber, ich sage einmal, ein gemütliches Miteinander.

Ok.

Ich kann ruhig den anderen auch in dem Sinn ein bisschen was vergönnen, weil es muss ja nicht immer nur ich auf der Sahne oben schwimmen. Obwohl man es ja gerne tut, aber ich sage nur.

Und habt ihr den Betrieb wegen des Tourismus in den letzten Jahren ausgebaut bzw. erweitert?

Nein, eigentlich nicht.

Und im Bereich Produkte, bietet ihr etwas Neues an um konkurrenzfähiger zu sein?

Ich habe, sage ich einmal, in den letzten zehn Jahren, wo ich jetzt den Betrieb habe, habe ich schon vermehrt gemerkt, dass mit den ganzen Allergien, in diese Richtung geht. Und Stammgäste wissen dann, dass ich weiß wenn sie kommen, dass sie Hausnummer glutenfreie Frittaten bekommen. Solche Sachen sind dann schon da. Oder laktosefreie Salatmarinaden, ist kein Problem, das mache ich auch so ab. Punkto Ernährung schaue ich schon, ich habe auch probiert mit Frau F. mit ihrer Elementeküche zu arbeiten, ja, ein bisschen ist es gegangen und dann ist es wieder nicht gegangen. Das ist halt immer so ein Auf und Ab.

Ok, aber wegen dem Tourismus, keine neuen Produkte oder Dienstleistungen?

Nein.

XXX

Überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?

Naja, Zusammenarbeit... Wir haben jetzt im Sommer was vor, da arbeiten wir zu dritt zusammen, schauen wir einmal wie das anläuft. Dann kann ich mehr sagen.

Profitiert dein Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?

Schwer, es ist, ich sage einmal so, wie es jetzt am Samstag beim Gourmetabend war, da schaue ich natürlich auch, dass ich zum Beispiel das Brot vom W. oben hole, weißt, dass ich sage ich arbeite so zusammen, dass ich es eingliedere, aber ganzes Jahr, ich meine, wenn ich mir eben sage ich einmal, die Gebäckssparten anschau, wenn ich während der Woche Saure Wurst habe, ich kann nicht immer gewisse andere Semmeln frisch da haben. Das geht nicht, dadurch habe ich Resch und Frisch, da kann ich mit ihnen so gesehen wieder nicht zusammen arbeiten. Wenn ich aber irgendetwas vor habe und ich brauche ein frisches Brot, dann geh ich sehr wohl in Erlach einkaufen. Also das, da schaue ich schon, dass wir, oder eben Blumendekoration auch vom Ort. Also das, da schaut man schon, dass man sich untereinander ein bisschen unterstützt gegenseitig. Da hat es einmal früher einen Spruch gegeben, ich weiß nicht ob du den noch weißt, fahr nicht fort, kauf im Ort. Und das, sage ich einmal, das zählt schon. Weil ich kaufe auch den Christbaum beim B., also ich meine das sind eben so Sachen, da finde ich, das gehört einfach dazu.

Wählst du die Zulieferer bewusst aus der Region aus, also nicht nur aus Bad Erlach...

Ja, bis zu einem gewissen, ich sage einmal, mit dem Fleisch bin ich halt jetzt beim G. anstatt früher beim S. Aber so im Großen und Ganzen, was ich halt gerade mache. Ich sage einmal ich habe auch schon Rindfleisch vom Schneeberglandrind gehabt von Klingfurth drinnen, ich habe vom Mandl den Ziegenkäse schon gehabt oder vom Stanghof vom Herren S. hab ich schon seinen Rohschinken gehabt, also wie ich wo was brauche oder wie auch immer.

Kannst du sagen, dass Thermengäste höhere Ansprüche an deinen Betrieb stellen als Einheimische? Also auch in Bezug auf das Service, die Freundlichkeit und das Preis-Leistungsverhältnis.

Mhm. Ich muss ehrlich sagen, das glaube ich nicht. Weil generell, ich sage einmal, wenn man in das Gasthaus geht, will jeder eine frische, eine gute Ware haben, freundliches Personal und da ist es glaube ich egal, ob das ein Erlacher ist oder ein Auswärtiger ist. Also ich glaube da zählt ein jeder Gast gleich und es soll auch jeder gleich behandelt werden. Weil ich sage, für mich macht das keinen Unterschied, ob da jetzt ein Richter da sitzt oder ein normaler Erlacher.

Erwarten Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte auf der Speisekarte?

Mh. Das ist, weiß ich nicht, schwer. Ich meine sicher, ein jeder sagt, wenn ich dort hin fahre, dann will ich schauen, ob es dort was gibt, was aus dieser Region ist. Was von dort kommt, aber wie die Leute denken oder was sie sich erwarten, das kann ich schwer sagen.

Ok.

Aber ich vermute einmal.

Und sind Thermengäste eher dazu bereit für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?

Also ich sage einmal so, wenn ich in den Urlaube fahre, weiß ich, dass es im Urlaub teurer ist, als wie ich es mir unter Anführungszeichen ganzes Jahr, über das Leben, sage ich einmal, leisten will und leisten kann, leisten mag. Weil, ob man jetzt im Winter Skifahren fährt oder ob du jetzt, sage ich einmal, Hausnummer nur am Semmering fährst oder dann ein Stück weiter nach Schladming, oder weiter nach Tirol, der Wein, das Krügerl Bier kostet dort mehr als daheim. Und daheim, wenn ich, sagen wir einmal sagen würde, ich verrechne das Gleiche wie die dort, dann würden die Leute schimpfen. Und das, sage ich einmal, das alltägliche Leben glaube ich

nicht, dass du dir das leisten willst als wie wenn du im Urlaub halt dann das Krügerl Bier um 30, 40 Cent mehr kostet. Da sitzt glaube ich der Euro doch noch lockerer für den Urlaub, als wie wenn ich sage, für das alltägliche Leben. Weil, sage ich einmal, wenn ich denke was oft im Skiurlaub eine Flasche Wein angeschrieben ist oder ein Krügerl Bier oder ein Kaffee, das sind sie hier, sage ich einmal, in unserer Gegend nicht bereit zu zahlen. Alltäglich, weil da bleiben dir die Leute aus. Also das kann ich mir nicht vorstellen.

Ja, ok. Würdest du sagen, dass durch den Thermentourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben?

Mh. Sie haben in Erlach schon umgebaut und geschaut, dass sich was tut, sagen wir das jetzt einmal vorsichtig ausgedrückt, aber ich glaube nicht, dass das Jedem gefallen hat, noch mehr vorsichtig ausgedrückt. Und jetzt, sage ich einmal, der Rückbau glaube ich mit bunt und so, glaube ich gefällt sicher Jedem besser. Wenn ich nur denke an die Beete mit den Steinen und solchen Sachen, weil ich glaube nicht dass Jedem die Allee mit den Leithasteinen gefällt, weil da war es früher mit den alten Bäumen sicher schöner, wie ich Kind war. Oder die Beete bei der Raika mit den Steinen und jetzt haben sie die wieder begrünt. Auch wenn ich rasenmähen muss, das Unkraut zwischen den Steinen ist nicht schön. Da gehe ich lieber rasenmähen. Und von dem her, das, in dieser Richtung jetzt einmal punkto Infrastruktur, also das will ich nicht mehr wissen was wirklich die Leute anspringt und ich sage einmal, ein schönes Ortsbild, wenn zwischendurch einmal eine Graswiese ist und irgendwo wieder Blumen sind, ist das sicher schöner, als was wir da teures Geld in diese Steine gesteckt haben. Das glaube ich, hätten sie sich sparen können.

Ahm. Glaubst du, dass die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen in die Infrastruktur und auch in das Kultur- und Freizeitangebot ebenso profitiert hat wie Touristinnen und Touristen?

Wenn ich jetzt denke an das letzte Freizeitprogramm, oder Sportprogramm, sage ich einmal, mit Sportplatz, glaube ich nicht, dass die Erlacher etwas davon haben. Das kann ein Erlacher, so gesehen nicht nutzen, ja höchstens er ist als Mitglied dabei aber auch nur beschränkt. Und von dem her und so der andere Erlacher, der kein Mitglied im Sportverein ist und dann am Sportplatz geht, der hat ja davon nichts. Weil, wenn ich jetzt sage, ich mache nur einfach so Sport, so viele Walkingwege oder Wanderwege oder was, glaube ich haben sie in der letzten Zeit nicht ausgebaut. Dass ich sage, ich habe da wirklich was für die breite Masse was dabei.

Ja. Und das Kulturprogramm?

Kulturprogramm, glaube ich, haben sie ganz gut hingbracht mit dem Gemeindezentrum mit der Arena Nova aber nur weiß ich nicht, ob das nicht zu viel ist. Weil über das Jahr gesehen ist ja fast alle 14 Tage was anderes, manchmal ja jede Woche. Aber über das Jahr gesehen alle 14 Tage was anderes und dann hast du noch zwischendurch noch die eigenen Vereine die solche Veranstaltungen haben, ob das jetzt der Kirchenchor mit seinem Weihnachtskonzert ist oder der Sportverein sein Sommerfest. Die Leute feiern auch den Ortslauf, also es ist laufend etwas und das weiß ich nicht, ob das für die Erlacher nicht zu viel ist.

Mhm.

Weil der Erlacher, irgendwann bläst er auch und sagt, das ist ihm zu viel. Der kann sich das ja nicht leisten. Die Arena Nova hält sich so wahrscheinlich mit den Eintrittskarten über Wasser, dass man sagt die macht das eh im Bezirk oder noch weiter publik, die bringen den Saal voll. Aber nur für den Erlacher selber ist es glaube ich zu viel.

Kannst du sagen, dass dein Betrieb eine ortsansässige Stammkundschaft hat?

Ja, glaube ich schon.

Mhm. Wie würdest du die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Werden Events eher von Einheimischen besucht oder mehr von Touristinnen und Touristen?

Weiß ich nicht. Kann ich nicht sagen. Meine Events sind großteils Ortsansässige, oder sage ich einmal, von den umliegenden Ortschaften. Aber natürlich, wie es Erlach weit aussieht mit den Kulturevents im Gemeindezentrum, da werden sicher viele Auswärtige auch kommen.

Mhm. Wie schätzt du die Zukunft für deinen Betrieb ein?

Das ist auch schwer. Bei der heutigen Wirtschaft kann man das nicht sagen, glaube ich, was morgen kommt. Das ist ganz schwer. Ich hoffe, dass die Wirtschaft besser wird, aber so wie es momentan aussieht, wird sich da in den nächsten zwei, drei Jahren noch nicht viel tun.

Und glaubst du, dass dein Standort durch weitere Investitionen und Innovationen in der Gemeinde gestärkt wird?

Ob da die Gemeinde irgendwas machen kann, bezweifle ich eigentlich. Das Gesundheitszentrum sehe ich skeptisch. Ich weiß wie ein Krebspatient beieinander ist und der ist am Abend froh, wenn er in sein Bett kommt. Ich glaube nicht, dass der fort geht oder sagt er freut sich wenn er da in Erlach auf die Kegelbahn gehen kann Kegelscheiben. Die Kraft hat der sicher am Abend nicht. Der geht vielleicht am Nachmittag seine Runde und kehrt vielleicht dort oder da auf ein Getränk ein, aber am Abend geht der nicht mehr fort. Und ob er tagsüber überhaupt die Zeit hat, dass er raus kommt, wenn er Anwendungen hat oder Therapien, das steht auch in den Sternen. Also das bezweifle ich. Da bin ich sehr vorsichtig, dass ich da sage, das ist ein Aufschwung für Erlach. Das ist, vielleicht für die Besucher, wenn die kommen und sie sind zu früh dran oder er schläft gerade zu Mittag, dass sie sich derweil einen Kaffee holen oder Mittagessen gehen oder mit einem Ausflug verbinden. Das vielleicht, aber mit den Patienten selber glaube ich nicht, dass wir damit ein Geschäft machen werden. Die werden da ein paar Wochen auf Therapie fahren und die werden wir da nicht viel sehen, glaube ich.

Würdest du sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Wellness- und Gesundheitstourismus bzw. den Kurtourismus in Bad Schönau profitiert und dadurch attraktiver als umliegende Regionen ist?

Attraktiver... Ja sagen wir, bis zu einem gewissen Grad, wenn ich sage ich kann dort hin fahren, ich mache ein paar Tage einen Ausflug. Ich habe von Thermengästen schon gehört, die sind mit den Rädern gekommen, die haben gesagt bleiben wir ein paar Tage, wir gehen in die Therme, wir sind da im Hotel oder wie auch immer wo sie schlafen, wir fahren dann einen Tag zum Neusiedler See und machen eine Radrunde, die kamen aus Vorarlberg. Den einen Tag gehen sie mal nicht in die Therme und dann gehen sie wieder in die Therme. Dass sie es vielleicht so verbinden, ja mag sein, aber das kann ich nicht beurteilen, glaube ich. Weil so Tourismus und Bucklige Welt, ja wenn ich denke, im Frühjahr blühen die Bäume alle schön aber Sehenswürdigkeiten, so gesehen, haben wir nicht so wirklich viele da. So wie Wien die Kaiserstadt oder wie auch immer. Also das, da sind wir nicht so gesegnet. Aber ich meine auf der anderen Seite, wenn natürlich die von Tirol kommen, die sagen eben ja, wir bleiben da in der Therme dafür fahren wir dann an einem Tag nach Wien und machen einen Wientag, oder wie auch immer. Mag vielleicht sein, aber ob die Bucklige Welt ja, vielleicht eh mit Bad Schönau und Erlach mit Nächtigung mit Kuraufenthalt aber Ausflugsziel, dass man sagt man macht da einen Urlaub her und bleibt da im Urlaub, dass ich sage ich schaue mir die Region an.. Von der fahre ich aus, wie Sternfahrten, das lass ich mir einreden aber ich weiß nicht. Könnte ich mir vorstellen. Keine Ahnung. Wenn jemand gern viel wandern geht, der sagt ja, geht er drei Tage wandern. Bergwanderer suchen sich halt den Schneeberg aus oder fahren weiter in die Berge, in die Alpen, aber ja man weiß noch nicht wie sich das entwickelt. Man kann nur das Beste daraus machen.

Danke für das Gespräch!

Interview 1-Bad Schönau (IP1-BS)

Inwiefern profitiert ihr Betrieb vom Kurtourismus?

Zu 98 Prozent.

Also so ganz eigentlich, oder?

So ist es, ja.

Das heißt, 98 Prozent ihrer Gäste sind Touristinnen und Touristen?

Mhm, ja.

War der Tourismus der Hauptgrund, dass Sie sich mit ihrem Betrieb hier in Bad Schönau niedergelassen haben?

Ja.

Reicht der Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Kurtourismus aus, dass genügend Gäste zu ihnen kommen, auch Einheimische?

Nein, reicht nicht aus.

Also sie leben wirklich vom Kurtourismus?

Ja. Also ich weiß es nicht warum, aber mir kommt halt vor, dass Bad Schönau selber, ah, einfach damit zufrieden ist, ahm, dass, dass 800, 900 Betten da sind, dass die zu 2/3 oder noch mehr gefüllt sind, äh, aber ich finde Marketing Bad Schönau selber für andere Gäste ist sehr schwer. Das ist meine persönliche Meinung.

Ok, also alles rein auf den Kurtourismus ausgerichtet?

Rein Kur, ja.

Glauben sie, dass Betriebe in Bad Schönau in diesem Bereich im Vorteil sind gegenüber Betrieben in anderen Ortschaften in der Umgebung?

Das auf jeden Fall. Das ist auf jeden Fall, weil ja, ich glaube bei 300.000 Nächtigungen liegen sie zur Zeit, äh, erstens einmal rund 800 fremde Gäste täglich da sind und dadurch ja Besuch kommt, die Leute werden gebracht, werden abgeholt somit ist schon ein riesen Vorteil gegenüber anderen Orten in der Buckligen Welt, nicht?

Mhm, ja. Ich glaube die nächste Frage haben sie bereits beantwortet, sie sind auf den Kurtourismus angewiesen?

Ja. Und auf das Wetter.

Und wie viel Prozent des Jahresumsatzes sind auf den Kurtourismus zurückzuführen?

Naja, wir haben mehrere Betriebe. Das ist jetzt, ich kann jetzt nur von da reden und da sind wir wieder bei 98 Prozent.

Ja, also das deckt sich dann.

Jaja.

Ich weiß, sie haben letzten Sommer noch nicht geöffnet gehabt, aber können sie in etwa einschätzen ob sie im Sommer oder im Winter mehr Gäste haben werden?

Nein, also im Sommer. Also von Mitte Dezember bis, äh, Mitte März ist es sehr, sehr ruhig.

Also eher im Sommer?

Ich nehme an, dass wir eher vom, also hoffentlich, vom Sommer profitieren.

Mhm. Gibt es für ihren Betrieb Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Nein.

Glauben sie, ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Kurtourismus in den letzten Jahren größer geworden?

Die Hotels bieten Kaffee und Kuchen an, jeder bietet Kaffee und Kuchen an, nur die klassische Konditorei gibt es eben im Ort nicht. Das kann ich sagen, alles andere ist... Dadurch sind sie alle Mitbewerber, nicht?

Ja. Haben Sie wegen des Tourismus neue Produkte angeboten?

Nein, die, das haben wir überall die saisonalen Geschichten, eben wie jetzt Ostern oder Muttertag oder wie auch immer, die gibt es immer da.

Also wegen dem Kurtourismus extra bieten sie keine anderen, neuen Produkte oder Dienstleistungen an?

Nein, nein. Man will es eigentlich überall gleichen haben.

Ok, also da gibt es dann gar keine Unterschiede?

Nein.

Überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?

Ah, wir sind jetzt, wie gesagt, sechs, oder knapp sieben Monate da, ich wüsste nicht, dass es einmal irgendwo eine Wirtesitzung oder Hoteliersitzung oder wie auch immer eine Tourismussitzung gegeben hätte, das ist mir nicht bekannt, somit ist das schwierig für mich zu beantworten.

Ja.

Also es hat einmal etwas gegeben, das war zu Weihnachten bei der Kirche oben, da bin ich eigentlich gefragt worden, ob wir einen Stand machen wollen und ob ich den Lebkuchenteig spende. Punkt. Das war der einzige Berührungspunkt, oder, was ich gehabt habe, nicht?

Also bis jetzt einmal keine Zusammenarbeit?

Null, ja.

Profitiert ihr Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?

Nein. Also, gibt es da auch nicht. Also, wüsste ich nicht, aber das ist in größeren Städten sehr wohl so, wie in P. oder F. aber da, da, ich sage es jetzt ein bisschen hart, aber ich bilde mir ein, diese Region, so wie man hinaus sieht, so ist es auch im Ort. Sie schlafen. So kommt es mir vor. Also mit Bad Erlach habe ich keinen Vergleich, aber da gibt es niemanden, der einmal ein bisschen Gas gibt, auch mit den älteren Kunden oder wie auch immer schaut, dass, nein, das ist eher nicht gegeben oder nicht gewollt oder ist man zufrieden mit den Gästen die da sind, man ist vielleicht auch damit zufrieden, wenn sie im Hotel bleiben und nicht hinaus gehen oder, es ist schwierig.

Ok. Wählen sie ihre Zulieferer bewusst aus der Region aus?

Nein, wir produzieren unsere ganze Ware eben in P. und die Ware kommt da her. Also wir haben zwar eine Bäckerei aus Krumbach, aber im Grunde genommen, den Rest, das machen wir alles selber.

Ok. Also regionale Zulieferer haben sie nicht so wirklich?

Wir haben da ein regionales Eck, wo wir Honig, Schnäpse und solche Sachen anbieten ja, aber das sind die Zulieferer, ja.

Können sie sagen, dass Kurgäste höhere Ansprüchen an den Betrieb stellen als Einheimische?

Ah, die Kurgäste, das sind die Städte, haben sicher höhere Ansprüche, ah, mittlerweile sagen meine Kellnerinnen, wenn die Damen und Herren gut gekleidet sind kommen sie zu uns und wenn sie nicht so gut gekleidet sind, gehen sie zum Nachbar. Weil wir einfach viel teurer sind, nicht? Ah, wenn ich hernehme, neben uns gibt es eine Stube, die machen Werbung für einen Eiskaffee mit 3 Euro 60, 80, irgendetwas, ahm die Kellnerinnen meinen, die Gäste mit dickerer Brieftasche oder schönerer Kleidung sitzen bei uns, die anderen wo anders.

Ok.

Also das ist einfach nur, was mir die Kellnerinnen erzählen, nicht?

Und auch in Bezug auf Service und Freundlichkeit, haben sie da auch höhere Ansprüche?

Ich glaube, dass jeder Kunde gleich bedient wird, wir haben, das ist hier ein Wahnsinn, entweder haben die Leute so viel Zeit, fast jede Woche kommt da ein Dankesmail oder ein, ah, ein positives Mail, wo sie eben die eine oder andere Kellnerin sehr loben und dass die sehr gut ist und ja. Also es ist hier, sehr, sehr oft eine sehr positive Nachricht da. Aber die Leute werden auch immer sensibler, nicht?

Ja. Und erwarten sich die Touristinnen und Touristen ein besseres Preis-Leistungsverhältnis als Einheimische?

Habe ich noch nicht gehört.

Ok. Erwarten sich Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte?

Also, regionale Produkte, das ist eine ganz schwierige Geschichte. Ich meine, das funktioniert bei uns ganz schlecht. Diese Marmeladen und so aus der Buckligen Welt, oder Schnäpse, oder Nudeln, ah, sehr, sehr schleppend. Eher Lebkuchen mit Bezug eben auf die Konditorei ja, aber diese regionalen Produkte, bin ich eher enttäuscht, dass die nicht gehen oder, dass die schleppend gehen, sagen wir so.

Glauben Sie, dass Kurgäste eher dazu bereit sind für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?

Das glaube ich auf jeden Fall, weil, weil der Kurgast ist ja trotzdem ein Urlaubsgast und beim Urlaubsgast sitzt das Geld eben immer anders als beim Einheimischen. Weil der, der, wenn sie auf Urlaub fahren haushalten sie auch nicht so mit ihrem Geld als wie wenn sie daheim sagen, ok, beim Maier kostet der kleine Braune 2,30, beim Huber 2,10, er ist gleich gut. Ja, man gönnt es sich dann einmal.

Würden sie sagen, dass durch den Kurtourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben?

In der Zeit wo ich da war schauen, war es noch extremer im Winterschlaf. Wenn ich jetzt hernehme, der Platz wurde ein wenig gestaltet, es wurden Parkplätze gemacht vis a vis, also es ist ein bisschen etwas geschehen, ja, aber wie gesagt, für mich schläft der Ort. Es sind, ich meine es ist vielleicht auch erst April, aber es sind einfach zu wenige Aktivitäten da. Wenn ich das mit Bad Tatzmannsdorf vergleiche, da ist laufend etwas. Ob das mit Walking ist, ob das weiß ich nicht, mir kommt vor, da ist nichts. Obwohl, ja vielleicht beginnt das auch erst im Mai, aber zur Zeit ist es noch extremst ruhig. Ich habe aber, wie gesagt keinen Vergleich zu Bad Erlach, das weiß ich überhaupt nicht wie es dort ist.

Würden sie sagen, profitiert die einheimische Bevölkerung auch von den Investitionen oder nur die Touristen und Touristinnen?

Ich denke schon auch, ja.

Können sie sagen, dass ihr Betrieb eine ortsansässige Stammkundschaft hat?

Vier. Vier Personen. Ja, ist mehr als nichts. Ich sehe aber generell nicht viele Einheimische. Du siehst ganzen Vormittag keinen Menschen auf der Straße. Die Kurgäste haben eben ihre Therapien, somit sind sie nicht unterwegs und die Einheimischen auch nicht. So kommt mir das da vor. Am Nachmittag ist normal immer ein Leben da, nicht?

Wie würden sie die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Werden die eher von Einheimischen oder Touristinnen und Touristen frequentiert?

Mhm, schwer. Ich glaube 90 Prozent Touristen. Glaube ich auf jeden Fall.

Mhm. Also auch hier sind sie sehr dominant?

XXXVI

Ja. Ja.

Wie schätzen sie die Zukunft für ihren Betrieb ein?

Für das bin ich zu kurz da.

Ok, also können sie noch nicht sagen, eher positiv oder eher negativ?

Die Frage beantworte ich ihnen in zwei Jahren, da tue ich mir jetzt ein bisschen schwer. Weil wir brauchen normalerweise, bis ein Betrieb, sage ich einmal, funktioniert 1,5 bis 2 Jahre. Es ist da aber glaube ich trotzdem anders, weil wir hier jede drei Wochen neue Gäste haben, nicht? Dadurch ist das ein bisschen und wir merken ja, wenn potentere Kundschaft da ist, dann ist bei uns um ein Drittel oder um die Hälfte mehr los. So wie es jetzt aussieht, um Ostern, fährt nicht unbedingt potentere Kundschaft auf Kur, sondern da fahren eher die auf Kur, die halt auf Kur geschickt werden, nicht? So kommt mir das vor, nicht? Weil seit voriger Woche ist es wieder ein bisschen abgerissen.

Glauben sie, dass ihr Standort durch weitere Investitionen und Erneuerungen in der Gemeinde gestärkt wird?

Na sicher, auf jeden Fall. Egal was die Gemeinde macht für den Ort. Ich sage immer so, jedes Neues bringt Leute. Egal was geschieht, es gibt genug Neugierige, hier haben die Leute alle frei, sie haben alle Zeit, ah, man muss es nur sagen. Wir haben gestern Modenschau gehabt, wir waren den ganzen Nachmittag voll. Wenn man ein bisschen etwas tut, dann kommen schon Leute. Weil die Leute, also die Gäste eh nicht wissen was sie tun sollen den ganzen Nachmittag.

Würden sie sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Tourismus profitiert?

Glaube ich schon, ja. Ich weiß, die Stammgäste aus F., da war ich überrascht, die fahren zwei Mal im Jahr hier her zum Radfahren. Ich war überrascht, das sind so 14, 15, 16 Herren die da zwei Mal im Jahr raufkommen und für fünf Tage Radfahren. Die haben alle Bad Schönau gekannt, weil wie wir im Vorjahr mit der Werbung gegangen sind, dass wir aufsperrten, haben sie gesagt, ja super, da fahren wir eh hin Radfahren. Also den Ort kennen schon viele Leute. Sie finden, dass das ein netter Ort ist zum Spaziergehen und so weiter. Es fehlt aber trotzdem ein bisschen die Werbung für den Ort und da weiß ich nicht, ob sie das nicht haben wollen.

Danke für das Gespräch.

Interview 2-Bad Schönau (IP2-BS)

Inwiefern profitiert ihr Betrieb vom Kurtourismus?

Vorwiegend durch die Besucher, die die Kurgäste eben besuchen und auswärts Essen gehen, da profitiere ich natürlich sehr.

Führt der Kurtourismus dazu, dass mehr Gäste ihren Betrieb besuchen und haben sie dadurch mehr Einnahmen?

Würde ich sagen, ja.

Wie viel Prozent ihrer Gäste, würden sie sagen, sind Touristinnen und Touristen?

Gute Frage. Na vorwiegend spielt es sich ja eigentlich nur am Sonntag ab und da würde ich sagen, also wenn man diesen einen Tag heran zieht, würde ich sagen 50 Prozent. Weil die Besuche sind ja nur am Wochenende.

Ja. War der Tourismus der Hauptgrund, dass sie sich hier angesiedelt haben oder waren sie schon davor hier ansässig?

Wir waren schon immer da. Das war das erste Haus in Schönau. Also nach der Kirche und Schule.

Und würden sie sich wieder in Bad Schönau ansiedeln mit ihrem Betrieb, nach den ganzen Entwicklungen, oder eher nicht?

Oja, wäre sicher wieder. Weil so durch den Kurtourismus, das ist relativ wenig Werbung, eigentlich, dass man einen Betrieb führen kann.

Reicht der Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Tourismus aus, dass genügend Gäste zu ihnen kommen, oder gehen sie einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach?

Wir sind schon sehr bekannt im Ort und gehen auch keiner zusätzlichen Strategie nach. Das reicht so.

Sind Betriebe in Bad Schönau in diesem Bereich im Vorteil gegenüber Betrieben in anderen Ortschaften in der Umgebung?

Auf alle Fälle, es sei denn es wäre auch ein Kurort. Aber so, wenn ich uns jetzt mit Krumbach oder Kirchschlag vergleiche, auf alle Fälle. Es hat schon einen Vorteil.

Ok. Könnte ihr Betrieb auch ohne Gäste aus dem Kurtourismus existieren?

Ahm, würde ich sagen, ja.

Wie viel Prozent ihres Jahresumsatzes sind auf den Kurtourismus zurückzuführen?

Also, da wäre ich vielleicht bei 20 Prozent.

Ok. Kommen im Sommer mehr Gäste zu ihnen oder im Winter oder gibt es da keine saisonalen Schwankungen bei den Gästezahlen?

Das ist ganzes Jahr gleich. Weil durch das, dass der Kurbetrieb eigentlich ganzes Jahr geht. Es geht ja vorwiegend nur um das Wochenende, das ist eben dieser Sonntag, wo eben wirklich dieser Besuch kommt. Saisonale Schwankungen gibt es nicht.

Gibt es für ihren Betrieb Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Na es waren bei diversen Investitionen, da habe ich schon Förderungen vom Land bekommen. Das war die Modernisierung der Küche und so.

Von der Gemeinde?

Nur damals beim Umstellen von der Heizung auf Fernwärme, da hat man ein bisschen eine Förderung von der Gemeinde bekommen, aber rein für den Betrieb nicht.

Ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Tourismus in den letzten Jahren größer geworden?

Nein, würde ich nicht sagen, eigentlich nicht, weil in Schönau profitiert im Prinzip jeder gleich. Das könnte einer gar nicht alles schaffen, man ist froh eigentlich, dass Ausweichmöglichkeiten sind.

Und haben sie ihren Betrieb in den letzten Jahren wegen des Tourismus ausgebaut bzw. erweitert?

Wegen dem Tourismus nicht, nein. Ich habe es einfach aus persönlichen Gründen, wie ich übernommen habe, ich meine das ist auch mittlerweile 15 Jahre her, habe ich es komplett neu eingerichtet. Wegen dem Tourismus aber nicht.

Ok. Haben sie in den letzten Jahren wegen des Tourismus neue Produkte und Dienstleistungen angeboten, um so konkurrenzfähiger gegenüber anderen Betrieben zu sein?

Mh, nein. Eigentlich habe ich mein Programm immer relativ gleich und das läuft auch schön.

Ok. Überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?

Ah, eher Konkurrenzdenken. Es ist natürlich schon so, wenn ich jetzt irgendetwas brauche, dass mir etwas ausgeht oder so, das ist überhaupt kein Thema, dass ich das irgendwo ausborgen kann. Aber grundsätzlich so eine richtige Zusammenarbeit unter den Betrieben ist nicht wirklich.

Und profitiert ihr Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?

Mh, nein. Da bin ich eigentlich ganz eigenständig.

Ok, wählen sie ihre Zulieferer bewusst aus der Region aus?

Teils, teils ja. Manche sind einfach nicht möglich aus der Region, aber der Großteil würde ich sagen ist aus der Region.

Können sie sagen, dass Kurgäste höhere Ansprüche an ihren Betrieb stellen als Einheimische?

Nein, würde ich eigentlich nicht sagen. Weil der Gast ist eigentlich allgemein schon eher anspruchsvoll und da würde ich eigentlich keinen Unterschied machen.

Also auch nicht in Bezug auf die Freundlichkeit oder den Service?

Nein, würde ich nicht sagen.

Erwarten sie sich vielleicht ein besseres Preis- Leistungsverhältnis?

Nein, würde ich nicht sagen.

Erwarten sich Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte als Einheimische?

Nein, würde ich auch nicht sagen. Also was meinen Fall jetzt konkret betrifft.

Ok. Sind Kurgäste eher dazu bereit für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?

Ja, weil die einfach Stadtpreisniveau gewohnt sind. Das ist eher höher vom Preis her und sie würden auch mehr ausgeben. Ich werde oft darauf angesprochen, dass wir sehr günstig sind.

Würden sie sagen, dass durch den Kurtourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben?

Würde ich sagen, ja.

Inwiefern?

Die ganzen Gestaltungen der Freizeitflächen und, ah, der Parks und generell das Ortsbild hat sich natürlich sehr zum Positiven verändert.

Glauben sie, dass die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen in die Infrastruktur und das Kultur- und Freizeitprogramm genauso profitiert oder nur die Touristinnen und Touristen?

Nein, würde ich sagen, die Einheimischen auch, weil die können ja diese Parkanlagen und so genauso nützen. Das gleicht sich, denke ich, aus.

Können sie sagen, dass ihr Betrieb eine ortsansässige Stammkundschaft hat?

Ja. Naja so 50 Prozent, aber vielleicht, naja ortsansässig... das sind die umgebenden Orte eher. Also die Region, ja da würde ich schon sagen, 50 Prozent.

Ok. Wie würden sie die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Werden die eher von Einheimischen besucht oder eher von Touristinnen und Touristen?

Nur von, vorwiegend Kurgästen, wenn so Veranstaltungen sind und das sind relativ viele. Da ist die einheimische Bevölkerung, also die Ortsbevölkerung eher in der Minderheit. Also das ist ganz minimal.

Ist das Angebot vielleicht auch eher auf die Kurgäste zugeschnitten?

Vorwiegend. Es ist nicht unbedingt zugeschnitten, aber ich weiß nicht, da gehen einfach die Einheimischen eher wenig. Bis auf, natürlich, einige Ausnahmen. So spezielle Veranstaltungen werden dann natürlich auch von der einheimischen Bevölkerung genutzt, aber diese laufenden Veranstaltungen, ah, würde ich sagen eher wenig.

Ok. Gut, wie schätzen sie die Zukunft für ihren Betrieb ein?

Sehr, sehr positiv. Ja.

Glauben sie, dass ihr Standort durch weitere Investitionen und Erneuerungen in der Gemeinde gestärkt wird?

Zur Zeit ist nicht wirklich eine Investition notwendig, also so wie es momentan ist, glaube ich bin ich eh für, sicher die nächsten zehn Jahre, ah, richtig ausgestattet.

Und, würden sie sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Tourismus profitiert und dadurch attraktiver als umliegende Regionen ist?

Würde ich sagen, ja. Dass das schon stärkt ja. Von meiner Warte aus, was ich noch zu schaffen im Stande bin, dürfte es nicht mehr mehr werden. Das, weil wir fahren ziemlich am Limit schon. Oben halt, nicht?

Danke für das Gespräch!

Interview 3-Bad Schönau (IP3-BS)

Inwiefern profitieren sie vom Kurtourismus?

Ja momentan, jetzt ist das Ganze lässt etwas nach, in die 60er, 70er Jahre war das in Bad Schönau so, jedes, fast jedes Haus hat Privatzimmer vermietet, weil da waren noch nicht diese Hotels, waren nur die Landsknechte und das Kurmittelhaus. Und da sind die Leute zu der Kur hingegangen, zu den Gasbädern, zu den Inhalationen, trinken und so weiter, Massagen. Und da haben die Leute da herunter herum gewohnt und sind dort zur Kur hingegangen. Jetzt ist das ja so, dass alles im Haus ist, in den Hotels und natürlich viel einfacher und daher hört sich das Privatzimmervermieten auf. Das wird aus.

Haben sie jetzt noch Gäste?

Momentan haben wir keine Gäste, wir haben vor, dass wir nächstes Jahr aufhören. Haben aber noch Stammgäste und die kommen, ein Paar war schon da, ein nächstes Paar kommt demnächst einmal, aber über das Jahr über, vielleicht hat man 200 Nächtigungen zirka noch.

Wie viel Prozent sind das, würden sie sagen, zirka?

Naja, das sind maximal 20, 25 Prozent.

Mhm.

Früher war das natürlich viel besser.

Ok. Ahm, war der Tourismus der Hauptgrund, dass sie gesagt haben, sie vermieten Zimmer?

Naja, der Hauptgrund, ja das war schon der Tourismus, aber ich bin arbeiten gegangen und die Frau war zu Hause bei den Kinder, ja, und die hat nicht außer Haus gehen müssen und das war auch ein Grund. Da hat sie einen Nebenverdienst gehabt und war eben bei den Kindern als Erziehung. Erziehende Mutter, nicht? Und heute ist das alles anders.

Ja. Und glauben sie, sind Betriebe in Bad Schönau durch den Tourismus im Vorteil gegenüber Betrieben in anderen Ortschaften?

Ja. Wir haben diesen Vorteil, dass wir ein Kurort sind und für die Gesundheit wird eher noch Geld ausgegeben, als für Wellness. Für die Gesundheit, ah, wir haben Verträge, die Kurhäuser haben Verträge mit der BVA und der Krankenkasse. Es kommen auch sehr viele privat her, also das heißt, für die Gesundheit gibt man noch eher, überhaupt auch wenn die Zeiten schlechter werden, wird man für die Gesundheit mehr ausgeben als für nur Wellness.

Und da profitiert man dann davon, oder?

Ja genau.

Sind sie bei ihrer Vermietung auf Gäste vom Kurtourismus angewiesen?

Ja, das sind alles Kurgäste. Keine Urlauber aus der Region.

Kommen im Sommer mehr Gäste zu ihnen oder im Winter, oder gibt es da keine saisonalen Schwankungen?

Zu uns in das Haus kommen nur im Sommer über Gäste. Im Winter, das ist uninteressant, da muss ich ja heizen auch und kann nicht mehr verlangen dafür, das ist eher der Sommer, wo die Heizperiode nicht so stark ist oder gar nicht.

Ok und haben sie Förderungen von Seiten der Gemeinde oder des Landes bekommen?

XL

Ja, damals wie die Zimmer ausgebaut worden sind, als Fremdenzimmer, hat man eine Förderung bekommen, eine rückzahlbare aber. Ja, die hat man dann eben genützt und hat Fremdenzimmer so eingerichtet, dass eben Fließwasser drin war, Warm- und Kaltwasser und Heizung. Das ist damals passiert.

Ja. Glauben sie, ist in den letzten Jahren unter den einheimischen Betrieben in Bad Schöнау durch den Tourismus die Konkurrenz größer geworden?

Konkurrenz gegenüber dem Privatzimmervermieter auf alle Fälle. Ist klar, wenn alles im Haus ist, gehe ich mit dem Bademantel vom Zimmer zur Kur.

Haben sie in den letzten Jahren wegen dem Tourismus im Haus ausgebaut oder etwas erweitert?

Nein. Wird zur Zeit nicht mehr, weil das ausläuft.

Ok. Überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?

Mhm. Konkurrenz, ist eigentlich bei den Privatzimmervermieter nicht, gibt ja nur noch ein paar. Aber, sagen wir, von den Betrieben her, gibt es schon Konkurrenz, weil zwei Häuser gehören zusammen und eines ist separat und das sind schon Konkurrenzbetriebe, aber sie haben gemeinsam was von der Quelle. Also dieses Heilwasser was da entspringt, da gibt es eine Entwicklungsgesellschaft und die schaut da, die ist dafür da, dass alle drei Häuser die selben Bedingungen haben bzw. das Wasser von allein genutzt werden kann. Früher hat das nur den Landknechten gehört und das hätte ja sein können, dass sie die Quelle nur für sich benutzen aber der damalige Bürgermeister hat das so gesteuert, dass praktisch keiner dem anderen das abdrehen kann.

Für das Frühstück, haben sie da Zulieferer aus der Region?

Alles aus der Region. Da schauen wir sehr darauf.

Können sie sagen, dass Kurgäste höhere Ansprüche stellen als Einheimische?

Ja schon. Die stellen höhere Ansprüche, ein bisschen ein erweitertes Frühstück bei uns und ja natürlich auch die Zimmer, die Qualität. In einem Privatzimmer ist es nicht so wie in einem Vier-Sterne Haus, das ist einmal logisch. Aber es gibt eben diese älteren Leute und das sind Stammgäste und die kommen noch zu uns, solange bis wir aufhören bzw. stirbt das einmal aus alles, nicht?

Glauben sie, dass die Touristen und Touristinnen auch beim Preis- Leistungsverhältnis anspruchsvoller sind als Einheimische und beim Service und der Freundlichkeit?

Ja.

Und erwarten sich Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte?

Sie erwarten sich regionale Produkte.

Glauben sie, dass Kurgäste eher dazu bereit sind für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?

Generell nicht, aber schon, sind schon welche dabei. Aber jeder nicht. Es sind schon auch sparsame dabei.

Würden sie sagen, dass durch den Kurtourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich die Investitionen positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben?

Ja, auf alle Fälle. Die größten Investitionen hat es in den 1970er Jahren gegeben, da ist 78 das Haus Königsberg eröffnet worden, 2003 das Haus Quelle und die Landsknechte das waren die Urheber von Bad Schöнау, das war in den 50er Jahren herum. Und da ist natürlich alles, Wasser, Kanal, Müll und das ist alles da entstanden eben.

Ok. Und glauben sie, dass die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen in die Infrastruktur und das Kultur- und Freizeitprogramm genauso profitiert oder nur die Touristinnen und Touristen?

Naja, sie sind schon auch belastet worden dadurch auch, aber es ist trotzdem, es ist natürlich auch für sie gehoben worden alles. Ja, sie profitieren schon auch davon.

Ok. Wie würden sie die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Werden die eher von Einheimischen besucht oder eher von Touristinnen und Touristen?

Hauptsächlich durch die Kurgäste, ja, da sind die Kurkonzerte oder Veranstaltungen im Kulturzentrum oder im Pfarrheim, oder Tanzabende oder Vorträge. Da sind hauptsächlich Kurgäste, Einheimische vereinzelt. Ja, da wäre ja jeden Tag irgendeine Möglichkeit zum Besuchen da. Das ist zu viel. Aber für die Kurgäste wird sehr viel geboten.

Ok und die nehmen das auch an?

Die nehmen das auch an.

Die nächste Frage haben sie schon beantwortet, die wäre nämlich, wie sie die Zukunft für ihr Haus einschätzen.

Für unser Haus fällt nächstes oder übernächstes Jahr die Zukunft flach. Wir steigen aus überhaupt von dem Prospekt heraus und auch von der Zimmervermietung. Uninteressant.

Wegen den Entwicklungen eben, nicht?

Ja, weil die Stammgäste ausfallen und die Leute, bei uns wären jetzt Kurznächtigungen, eine Nacht, wenn ein Besuch kommt, eine Nacht, zwei Nächte maximal. Aber das ist uninteressant vom Preis her, nicht? Bei uns kostet ein Zimmer mit Frühstück 24 Euro. Eine Nacht, alleine das Waschen und das ganze, das ist uninteressant. Das rentiert sich dann überhaupt nicht mehr.

Würden sie sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Tourismus, sowohl in Bad Erlach, als auch in Bad Schönau profitiert?

Ja, sicherlich profitieren wir und auch die Umgebung. In Bad Schönau sind einmal in jedem Kurhaus 120 bis 150 Arbeitsplätze und so viele Einwohner hat Schönau gar nicht, die kommen von, von Erlach wird niemand kommen, von Ungarn kommen sehr viele und die ganze Region, da sind Arbeitsplätze und auch die Betriebe werden beliefert mit den regionalen Produkten. Nicht direkt manchmal, sondern über den Fleischhauer zum Beispiel, nicht? Ja, alle, alle haben davon profitiert.

Vielen Dank für das Gespräch!

Interview 4-Bad Schönau (IP4-BS)

Inwiefern profitiert ihr Haus vom Kurtourismus?

Sehr. Ah, wie soll ich das jetzt bewerten?

Ja, ahm, zum Beispiel, führt der Tourismus dazu, dass sie mehr Gäste in ihrem Haus begrüßen können und sie dadurch mehr Einnahmen haben?

Schon. Ja, wir haben Urlaub am Bauernhof, das heißt, wir haben eine vielfältige Anzahl an Gästen und wir haben den Bauernhof als Urlaubsziel für Familien in den Ferien mit Kindern. Das wird sehr angenommen. Und dann haben wir Kurgäste und dann Gäste eben in Bezug auf den Kurort Bad Schönau wo Familienangehörige hingebracht werden und abgeholt werden oder der Besuch der kommt, der wohnt dann in der Zwischenzeit auch bei uns.

Ok und wie viel Prozent ihrer Gäste, würden sie sagen, kommen wirklich aus dem Kurtourismus?

70? 70%, in Verbindung eben mit dem Kurort, sei es Arbeiter, oder wenn was umgebaut wird, auch Arbeiter oder Gäste.

Und seit wann machen sie diese Privatzimmervermietung?

XLII

40 Jahre, also vorher meine Eltern und wir machen es seit 20 gerade.

Das heißt, da hat das mit dem Kurtourismus auch gerade so begonnen?

Das hat damals begonnen, genau.

Das heißt der Kurtourismus war der Grund, dass sie das damals begonnen haben?

Ja, seinerzeit ja.

Ok und würden sie sagen, dass der Bekanntheitsgrad der Gemeinde durch den Kurtourismus ausreicht, dass genügend Gäste zu ihnen kommen der gehen sie einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach?

Einfach über das Internet. Das ist im Moment ein Thema ja, das brauchen wir schon. Da wir eben Urlaub am Bauernhof haben, da ist nämlich der Bauernhof nebenbei und wie es sich halt ausgeht mit der Arbeit und der Zeit.

Ja und ganz generell, glauben sie, dass Betriebe in Bad Schöna u durch den Kurtourismus im Vorteil sind gegenüber Betrieben in anderen Ortschaften?

Auf alle Fälle. Unbedingt, abgesehen davon, dass wir haben in Bad Schöna u eben Gästebetten so viele wie Einwohner und Arbeitsplätze ganz, ganz viele.

Könnte ihr Haus auch ohne Gäste aus dem Kurtourismus existieren oder sind sie darauf angewiesen?

Bis zu einem gewissen Grad sind wir schon darauf angewiesen, sonst müssten wir uns halt besser bemühen, damit man zu Gästen kommt.

Ok und können sie sagen, wie viel Umsatz sie im Jahr zirka haben?

Das ist unterschiedlich. Sagen wir einmal, zwischen 6.000 und 11.000 Euro.

Ok und wie viel Prozent gehen da in etwa auf den Kurtourismus zurück, ähnlich wie sie oben gesagt haben 70%?

Ja, sicher. Das schon.

Gut, kommen im Sommer mehr Gäste zu ihnen oder im Winter oder gibt es da gar keine saisonalen Schwankungen bei den Gästezahlen?

Gibt es bei uns nicht saisonale Schwankungen. Das ist über das Jahr in etwa gleich verteilt. Die Ferienzeit ist eben die Zeit, wo die Familien mehr kommen. Aber sonst haben wir das ganze Jahr über offen und ja, Feiertage soundso und die langen Wochenenden, die sind soundso immer ausgebucht und so zwischendurch, es gibt schon immer wieder wo gerade 3, 4 Tage keiner da ist. Aber sonst...

Ok und bekommen sie für ihr Haus irgendwelche Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Nein. Da müssten wir investieren größer wahrscheinlich, nehme ich einmal an. Weil sonst kostet das sogar noch etwas. Wir zahlen Kurtaxen, wir haben, dadurch dass wir ein Kurort sind die höheren Taxen, dann der Interessentenbeitrag, der zusätzlich dazu kommt dann, ist auch, finde ich einmal vom Umsatz 3 Prozent ist mir fast zu viel. Weil das ist gestaffelt, da gibt es nämlich vom Gesetz her einen Höchstbeitrag, ich denke einmal im Jahr sind das 500 Euro. Da zahlen aber die Hotels und die, die 100 und 200 Betten haben auch nicht mehr. Und was darunter ist, die zahlen 3 Prozent vom Umsatz. Also, ja, komme ich auch dort hin.

Ok, glauben sie dass die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben in den letzten Jahren durch den Kurtourismus größer geworden ist?

Möglich, es teilt sich dann halt auf.

Haben sie in den letzten Jahren wegen des Kurtourismus ihr Haus ausgebaut oder erweitert?

In den letzten Jahren nicht. Eben vor 20 Jahren haben wir direkt am Hof den Zubau gemacht und vor zehn Jahren haben wir hinten ein Häuschen gebaut. Und da sind auch zwei Wohnungen drinnen. Ferienwohnungen.

Haben sie wegen des Tourismus in den letzten Jahren neue Produkte und Dienstleistungen angeboten?

Das wird angepasst an den Gast. Das wird alles abgesprochen. Aber extra neue Sachen angeboten nicht.

Gut. Ist unter den branchengleichen Betrieben im Ort Konkurrenzdenken vorherrschend oder eher Zusammenarbeit?

Ich selber habe nicht wirklich Konkurrenz. Es sind zwar ein paar Privatvermieter unten, sicher ist das ein Vorteil, weil die im Ort sind womöglich. Von meiner Seite ist diese Branche sicher nicht auslaufend. Wenn man weiter arbeitet ist es nicht auslaufend. Es ändert sich nämlich einfach das Verhalten vom Gast. Früher, also vor 20 Jahren, was ich mich so zurück erinnern kann, waren die 14 Tage, drei Wochen da. Das gibt es fast nicht mehr, wenige sind vielleicht 2, 3 Mal im Jahr da und jetzt, man muss halt echt flexibel sein. Die rufen an und kommen heute am Abend, wenn was frei ist zum Beispiel. Oder über das Internet soundso, damit dass man online buchbar ist, muss man immer schauen, es tut sich immer etwas. Also auslaufend ist es nicht, wenn man arbeitet.

Profitieren Sie von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?

Wir arbeiten nur mit der Vermarktung, Urlaub am Bauernhof zusammen, dass wir da, da werden wir ein bisschen gestützt, das Ganze, die Öffentlichkeitsarbeit. Durch dieses Wohnen am Bauernhof und die Privatzimmervermietung, da ist doch eine Förderung vom Land da.

Wählen sie ihre Zulieferer bewusst aus der Region aus?

Wir haben keine Zulieferer. Was wir selber haben, ja einzelne Sachen, zum Beispiel den Honig den haben wir von unserem Nachbar, der hat Bienen. Aber sonst nicht, es ist das ja nicht so großartig.

Können sie sagen, dass Kurgäste höhere Ansprüche haben an ihr Haus als Einheimische oder andere Gäste?

Nein, weil sonst würden sie nicht dieses Haus auswählen. Weil es gibt unten in Bad Schönau zum Beispiel Pensionen, Hotels, das ist überhaupt ein anderer Standard, eine andere Preisklasse dann auch.

Also keine höheren Ansprüche, auch nicht in Bezug auf das Preis- Leistungsverhältnis, das Service oder die Freundlichkeit?

Nein, da ist man ja soundso bemüht.

Glauben sie, dass Kurtouristinnen und Touristen eine größere Auswahl an regionalen und qualitativ hochwertigen Produkten erwarten als Einheimische oder andere Gäste?

Ich glaube das möchte jeder. Also viele halt. Also das ist schon ein Thema, ja.

Ok gut. Und glauben sie, sind Kurgäste dazu bereit für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?

Mehr auch nicht. Es ist einfach, der Gast der will, wie soll ich das jetzt sagen? Es geht eh alles in diese Richtung. In Richtung regionale Produkte und so weiter.

Gut. Würden sie sagen, dass durch den Kurtourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert wurde und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben?

Ja, in Bad Schönau wird immer etwas gemacht. Die arbeiten ständig daran. Das hat sich sicher positiv auf das Ortsbild ausgewirkt. In allen Bereichen eigentlich, wobei es gibt von der Bevölkerung Leute, die nicht im Tourismus arbeiten oder das nicht so sehen, was da wirklich, also tatsächlich für Aufwand geleistet wird. Einfach auch von den kulturellen Veranstaltungen,

jedes Wochenende ist irgendetwas in Bad Schöna u, das ist eine Arbeit und ein Aufwand und das wird von vielen vielleicht doch nicht so gesehen. Nicht von vielen, aber einigen halt.

Also bei den Veranstaltungen, sind dann eher Touristinnen und Touristen, oder wie würden sie die Besucherverteilung da beschreiben?

Ja genau, mehr Touristen.

Aber glauben sie, dass die einheimische Bevölkerung auch von diesen Investitionen in die Infrastruktur und in das Kultur- und Freizeitprogramm profitiert oder eher nur Touristinnen und Touristen?

Ja schon, es ist für alle eigentlich passend. Nur, danach halt das Interesse ist. Es ist für die Einheimischen auch einfach zu viel Angebot in diesem Bereich. Ich muss gestehen, ich nehme das auch nicht alles in Anspruch, nicht einmal die Hälfte. Da müsste man jedes Wochenende wohin.

Können sie sagen, dass sie eine ortsansässige Stammkundschaft haben?

Ortsansässig nicht, aber Stammkunden ja. Also Kurtouristen. Die kommen unterschiedlich oft, manche kommen zwei Mal im Jahr, im Frühjahr und im Herbst zum Beispiel oder jährlich und dann haben wir welche, zum Beispiel die Berliner, die kommen jedes zweite Jahr.

Wie schätzen sie ihre Zukunft mit der Zimmervermietung ein?

Wenn man weiter arbeitet ganz gut.

Glauben sie, dass ihr Standort durch weitere Investitionen und Erneuerungen in der Gemeinde in Zukunft noch gestärkt wird?

Kann man schon sagen. Weil immer wenn irgendetwas Neues ist, gibt es immer wieder eine neue Gästes chicht. Ein Beispiel ist zum Beispiel, dass zu Pfingsten haben wir da das Erzählfestival Fabelhaft, also das ist, ja, Pfingsten ist ausgebucht. Ich meine von den Feiertagen her soundso aber durch dieses Festival eben schon immer das Jahr voraus immer. Zum Beispiel. Und wenn irgendetwas gemacht wird, irgendetwas ist immer, ja.

Ja und davon profitiert man dann, nicht?

Ja, sicher.

Würden sie sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Tourismus, sowohl in Bad Erlach als auch in Bad Schöna u, profitiert und dadurch attraktiver als umliegende Regionen geworden ist?

Ahm, die Region schon auch. Aber im Großteil beschränkt es sich glaube ich auf die Ortschaften, wo der Tourismus vorherrscht. Weil wir zum Beispiel von Erlach nimmt man überhaupt nichts wahr. Vielleicht einzelne, wo es Ausflugsziele gibt, die profitieren schon, weil da, also da machen wir schon darauf aufmerksam. Das sich was, aber ja, die müssen halt auch selber etwas tun. Wie zum Beispiel, wo schickt man sie hin? Am Wechsel, oder Mönichkirchen, Sankt Corona, da gibt es irgendetwas, irgendetwas ist halt dort, die Rollerbahn oder die Rodelbahn. Irgendetwas muss eben sein, dann profitieren sie schon auch. Aber sonst, wenn halt etwas angeboten wird.

Vielen Dank für das Gespräch!

Interview 5-Bad Schöna u (IP5-BS)

Inwiefern profitiert eure Pension vom Kurtourismus?

Wir profitieren vom Kurtourismus dadurch, dass wir viele Besucher haben. Kurgäste sind oft drei Wochen in Bad Schöna u und dann haben wir auch jetzt im Königsberg diesen Rehabetrieb, psychosomatische Erkrankungen und die sind dann sechs Wochen in Bad Schöna u und dadurch bekommen wir natürlich immer wieder Besucher und das sind unsere Gäste dann die bei uns wohnen und vereinzelt auch wirklich Kurgäste, die drei Wochen bei uns wohnen und die Kur

in einem großen Betrieb machen, aber das sind sechs Gäste im Jahr. Also das kann ich auf einer Hand abzählen. Mehr sind das nicht.

Ok, aber der Tourismus führt dazu, dass ihr mehr Gäste habt und damit mehr Einnahmen?

Ja, klar, weil das ganze Umfeld auch geschaffen wird, dass es für Gäste attraktiver ist, egal ob für Kurgäste oder für Wanderer oder für Radfahrer, es wird einfach geschaut, dass das Umfeld passt.

Und wie viel Prozent, würdest du sagen, kommen aus dem Kurtourismus?

Mh, zwischen 25 und 35%, mehr sind es bei mir im Haus sicher nicht. Der Rest sind großteils Gäste, die im Triad Abendessen, in dem Haubenlokal und dann bei mir übernachten. Das ist eigentlich der Großteil, die dann immer wieder sagen, sie bleiben zwei Tage da und gehen ein bisschen wandern. Das sind aber nicht unbedingt dann auch Kurgäste.

War der Tourismus der Hauptgrund, dass sie sich hier angesiedelt haben, oder waren sie schon davor hier ansässig?

Das Haus haben meine Schwiegereltern gebaut, das ist mittlerweile, ahm, 1974 ist eröffnet worden und es war bis 2003 gewerblich genutzt. Das heißt wir haben zuerst davon profitiert, dass die Gäste sehr wohl bei uns geschlafen haben und die Kur gemacht haben, aber im Zuge der Zeit hat sich dann gezeigt, dass die großen Häuser eigentlich die Gäste alle an sich gebunden haben und für die Privatzimmervermieter da kein Platz mehr war. Weil die Gäste alles im Haus haben wollen. So hat man dann bis 2003, wir haben das als kleines Hotel geführt, sie haben bei uns gewohnt und halt in die Kur in Anspruch genommen. Das hat sich alles überholt und seit 2003 bis 2010 wurde es von meinen Eltern schon als Privatzimmer geführt und wir haben es dann übernommen und das bestehende umgebaut und renoviert. 2010 war der große Umbau, da haben wir aus 9 bestehenden Zimmern fünf große gebaut, weil es im Zuge der Privatzimmervermietung nur möglich ist, 10 Betten zu vermieten. Das heißt wir haben die Substanz verwertet. Seit dem haben wir die Zimmer mit Frühstück und der klassische Kurgast, der in den 1990er Jahren noch aktuell für uns war, da haben wir keine anderen Gäste gehabt, der ist völlig weggebrochen und es sind eben diese sechs Personen im Jahr, die wirklich kommen. Aber sonst läuft alles auf Kurznächtigungen und auf Besucher, Tagesausflüge, Handelsreisende, alles andere, nur nicht der klassische Kurgast. Durch die neuen Kassenverträge in den 1990er Jahren war der Privatgast dann für uns nicht mehr greifbar. Es geht bei uns rein über die Serviceleistung, die Ausstattung der neuen Zimmer und völlig andere Wege bei der Vermarktung über Internet und so weiter.

Würden sie sich wieder für diese Art der Zimmervermietung entscheiden?

Ja, wir würden das wieder machen. Das Haus ist da und das gehört verwertet und ja.

Ok und würdest du sagen, reicht der Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Kurtourismus aus, dass genügend Gäste zu euch kommen oder habt ihr eine zusätzliche Vermarktungsstrategie?

Nein, wir persönlich eigentlich nicht, aber der Ort ist schon sehr bekannt, alles was Richtung Wien geht, in Wien ist Bad Schönau bekannt. Aber ob wir aus dieser Bekanntheit profitieren können ist eine andere Frage. Wir profitieren eigentlich mehr von der Bekanntheit vom Wirtshaus Triad. Und das Triad wird auf der anderen Seite wieder mit Bad Schönau in Verbindung gebracht. Bad Schönau erreicht eigentlich durch dieses Lokal eine noch größere Bekanntheit. Es ist hier eine win-win Situation. Hätten wir das Triad nicht, könnten wir wohl nicht überleben.

Sind Betriebe in Bad Schönau durch den Tourismus im Vorteil gegenüber Betrieben in anderen Ortschaften?

Sicher, ja klar. Das auf jeden Fall. Das ist gar keine Frage. Es würde keinen Greißler geben, keine Trafik, keine Gasthäuser, kein Gewand- und Schuhgeschäft. Bad Schönau wäre ein kleines Dorf mit maximal einer Basisversorgung. Ohne Tourismus gäbe es keinen Nahversorger und alles.

Könnte das Haus auch ohne Gäste aus dem Kurtourismus existieren oder seid ihr auf diese Gäste angewiesen?

Nein auf den Kurtourismus sind wir überhaupt nicht angewiesen. Wir sind unabhängig davon. Die Kur würde nicht einmal annähernd reichen, dass wir überleben könnten.

Wie viel Prozent des Jahresumsatzes sind auf den Kurtourismus in etwa zurückzuführen?

Ich würde sagen, in etwa ein Viertel, vielleicht 30%.

Ok, kommen im Sommer mehr Gäste zu euch oder im Winter oder gibt es da gar keine saisonalen Schwankungen?

Das ist gleich, also von der Jahreszeit sind wir überhaupt nicht abhängig.

Gibt es für euer Haus Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Es hat eine Förderung gegeben vom Land wie wir umgebaut haben vor vier Jahren, weil wir haben Genießerzimmer gemacht und da hat es eine Förderung vom Land gegeben, da hat man aber harte Kriterien erfüllen müssen. Aber es hat sehr großzügige Förderungen gegeben, zum einen für die Errichtung von Privatzimmern und zum anderen für die Gestaltung eben als Genießerzimmer. Aber eben nur mit einigen Auflagen, die die Ausstattung betroffen haben, was aber für uns in diesem Fall nicht so eine große Herausforderung war, da wir soundso vorhatten, die Zimmer sehr großzügig zu gestalten. Aber es war großzügig gefördert, das muss ich schon sagen.

Ist die Konkurrenz unter einheimischen Betrieben durch den Kurtourismus in den letzten Jahren größer geworden?

Nein, eigentlich habe ich nicht das Gefühl, weil jeder seinen Teil erfüllt, für mich ist eigentlich da niemand ein Konkurrent, das muss ich ehrlich sagen. Das funktioniert sogar sehr gut, die Zusammenarbeit, dass zum Beispiel ein Hotel anruft und sagt, er hat einen Gast der zwei Nächte bleiben will, aber keinen Platz. Und der ruft bei uns an, ob wir für die zwei Nächte etwas frei haben.

Habt ihr wegen des Kurtourismus ausgebaut?

Nein, wir haben umgebaut um das Haus zu verwerten, uns war eigentlich von Anfang an klar, dass wir mit dem klassischen Kurtourismus das nicht finanzieren können, sondern das einfach auf Grund der Tatsache, dass der Triad ein guter Freund des Hauses ist und dass wir eine Absprache haben, dass er uns mehr oder weniger mit auf das Boot nimmt und seinen Gästen anbietet, dass sie bei uns übernachten können und bei ihm essen. Es gibt auch ein Shuttleservice für die Gäste, für führen sie zu ihm und er zu uns.

Habt ihr wegen des Tourismus in den letzten Jahren neue Produkte und Dienstleistungen angeboten um eventuell konkurrenzfähiger zu bleiben?

Ja, dieses Radkonzept ist dadurch erarbeitet worden, mit den E-Bikes, an das haben wir uns angehängt, indem wir ein E-Bike gekauft haben und wenn wirklich eine Gruppe kommt, dann muss ich sie mir ausborgen. Von 2, 3 Leute fahren wollen, borgen wir sie uns im Ort intern aus, wenn zum Beispiel zehn Leute fahren wollen, borge ich sie aus Krumbach aus. Aber sonst nichts Besonderes.

Und wie du oben angesprochen hast, überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit?

Zum großen Teil schon. Es gibt aber auch vereinzelt Leute, die nur ihre eigene Suppe kochen und nicht über den Tellerrand schauen, weil sie Angst haben, weiß ich nicht. Aber das ist ein Betrieb und alle anderen arbeiten ganz gut zusammen.

Ok und profitiert eure Pension von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?

Mh, ich habe zum Beispiel arbeite ich ganz gut zusammen mit der Firma J., die haben immer wieder Vertreter oder Leute aus der Schweiz da und die schickt er dann immer zu mir. Mit den Betrieben schauen wir auch, dass wir ganz gut zusammenarbeiten.

Wählt ihr eure Zulieferer bewusst aus der Region aus?

Ja, schon. Also ich kaufe eigentlich großteils nur bei uns. Ich lasse mir die Eier liefern, den Schafskäse liefern, Marmeladen machen wir selber. Also alles was geht von da, also wir, das ist auch in unserer Größe nicht unbedingt notwendig. So viel brauche ich nicht und das ist alles da, Bauernmarkt in Bad Schönau, da kann man wirklich gute Produkte kaufen. Da kaufe ich auch die Tees, das sind Bio-Tees, also auf das schauen wir schon.

Kannst du sagen, dass Kurgäste höhere Ansprüche an euer Haus stellen als andere Gäste oder Einheimische?

Nein. Gar nicht.

Ok, also auch nicht in Bezug auf das Service, die Freundlichkeit, das Preis-Leistungsverhältnis?

Mh, nein, ich glaube Service und Freundlichkeit da übertreffen wir die Großbetriebe eh, weil das ist dort teilweise eine Abfertigung, die müssen in kürzester Zeit die Leute abfertigen.

Ja. Und in Bezug auf das Preis- Leistungsverhältnis?

Dadurch, dass ich nicht unbedingt Kurgäste immer habe, kann ich das jetzt gar nicht so sagen, aber ich denke eher nicht.

Erwarten sich Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte?

Das ist den meisten schon wichtig, ja. Also das fällt mir immer wieder auf, weil sie sehen das dann auch am Frühstücksbuffet, ich sage das immer dazu was das ist. Ich kommuniziere ihnen das dann immer. Die fragen dann schon immer wieder, was ist das und das erklärt man ihnen dann, dass das eben von da und von dort ist und die gehen dann auch schon auf den Bauernmarkt und kaufen das. Das ist schon wichtig, ja.

Sind Kurgäste eher dazu bereit mehr Geld auszugeben für Produkte und Dienstleistungen?

Das sind sie schon bereit, wenn die Produkte von hier sind. Es ist halt nicht jedem gleich wichtig, aber denen es wichtig ist, die sind dazu schon bereit, ja.

Würdest du sagen, dass durch den Kurtourismus vermehrt in die Infrastruktur in den Ort investiert worden ist...

Ja, auf jeden Fall.

Und hat sich dadurch ein positives Ortsbild ergeben?

Klar. Klar, auf das wird geschaut. Es ist jetzt wieder der Dorfplatz neu gestaltet worden in Bad Schönau, beim Kurmittelhaus dort und es ist jetzt auch was für die Kinder gemacht worden, ein Spielplatz beim Sportplatz, weil ja auch immer wieder Kinder auf Besuch kommen und die wollen auch irgendwo spielen und auf das wird schon Wert gelegt. Dass auch für alle Generationen dann was da ist und dass ständig etwas passiert.

Also glaubst du, dass auch die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen profitiert oder eher die Touristinnen und Touristen?

Nein, das ist für die einheimische Bevölkerung genauso. Weil der Spielplatz ist für alle und neu gestaltete Dorfplatz auch. Das ist meine Ansicht. Was die anderen Leute für eine haben weiß ich nicht.

Und in Bezug auf das Kultur- und Freizeitangebot?

Es gibt sehr viele Veranstaltungen in Bad Schönau und ja mit den Fabelhaft Festival zu Pfingsten, muss ich ehrlich sagen, da kommen wirklich so viele Gäste in den Ort, die wahrscheinlich sonst nie gekommen wären. Und auf das wird wirklich großen Wert gelegt, das hat wahrscheinlich auch den Grund, weil wir einfach einen Bürgermeister haben, der selber sehr kulturinteressiert ist und dem das besonders wichtig ist, dass das auch professionell dann abläuft und der sich da wirklich auch total einsetzt, dass das alles funktioniert.

Ok und habt ihr eine ortsansässige Stammkundschaft?

Nein, gar nicht, bei mir können die Leute nur schlafen.

Und sonst, habt ihr generell Stammkunden, die immer wieder kommen?

Ja, Stammkunden habe ich schon, klar. Also die Leute kommen immer wieder da her, wenn sie dort essen und so, das ist nicht einmal und dann nie wieder, sondern das sind schon Leute die dann halt vielleicht im nächsten Jahr wieder kommen oder im gleichen Jahr ein zweites Mal. Also, ja.

Gut. Wie würdest du die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben?

Werden die eher von Einheimischen besucht oder eher von Kurgästen?

Mh, großteils von Kurgäste. Es werden viele Diavorträge, Chorkonzerte, das wird großteils von Kurgästen besucht, ah, was dann schon von Einheimischen auch viel besucht wird, sind die Kurkonzerte im Kurpark. Die sind ab Mai jeden Sonntag bis September und da sind schon viele Einheimische auch, die am Sonntag Nachmittag einen Spaziergang durch den Kurpark machen und sich das einfach anhören.

Wie schätzt du die Zukunft für eure Pension ein?

Wie schätze ich die Zukunft ein... Also wenn es so bleibt wie es jetzt ist, muss ich sagen, sind wir zufrieden, weil ich bin berufstätig, mein Mann ist berufstätig und die Übernachtungen konzentrieren sich großteils auf Donnerstag bis Sonntag und wenn das so bleibt funktioniert das gut. Falls es anders werden sollte, wenn von Sonntag bis Sonntag Leute kommen, also unter der Woche auch viel los ist, dann müsste ich meinen Job aufgeben. Aber das habe ich jetzt prinzipiell nicht vor.

Glaubst du, dass euer Standort durch weitere Investitionen und Erneuerungen in der Gemeinde in Zukunft noch gestärkt wird?

Nein, also ich wüsste nicht was das für eine Investition von der Gemeinde sein sollte, dass ich da mehr profitieren kann. Nein, das glaube ich nicht.

Ok. Würdest du sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Tourismus in Bad Schönau und Bad Erlach profitiert und dadurch attraktiver geworden ist als umliegende Regionen?

Das glaube ich schon. Auf jeden Fall. Weil einfach Gäste her gelockt werden die nicht, länger da bleiben und die fahren dann durch die ganze Region. Der bleibt ja nicht nur in Bad Schönau, der fährt einmal dorthin essen oder nach Ungarn, weil es nicht weit ist. Dann fahren sie noch in die Linsberg Asia schwimmen, also der Gast bleibt nicht nur im Ort. Da profitieren alle davon. Also von meinen Gästen sicher mehr als vom normalen Kurgast, der im Kurhaus wohnt, weil der bleibt dort und bewegt sich maximal im Ort. Junge Leute sagen, dass sie woanders hin essen fahren wollen und ich kann das, wohin die fahren, mit dem was ich ihnen erzähle eigentlich sehr gut steuern. Weil die Leute nach Empfehlungen fragen, wo sie hinfahren können. Und sie machen das dann auch.

Vielen Dank für das Gespräch!

Interview 6-Bad Schönau (IP6-BS)

Inwiefern profitiert dein Betrieb vom Kurtourismus?

Der Besuch der Kurgäste wirkt sich gut, sehr gut auf meinen Betrieb aus. Und zwar hat sich etwas verändert dadurch, dass seit Jänner Königsberg eine Psychoreha dazu genommen hat, ist das merkbar, dass das Publikum etwas jünger geworden ist. Also du hast jetzt mehr, ahm, 40 plus, 50 plus Leute. Davor waren es hauptsächlich ältere. Die hat man jetzt auch noch immer natürlich, in den anderen Hotels, aber es hat sich jetzt ein bisschen nach unten verschoben, ein bisschen durchgemischt. Von dem profitiere ich.

Ok und führt der Tourismus dazu, dass du mehr Gäste und somit mehr Einnahmen hast?

Ja, natürlich. Das ist das A und O. Darauf ist alles aufgebaut.

Ok und wie viel Prozent deiner Gäste, würdest du sagen, sind Touristinnen und Touristen?

Auf das Jahr gesehen im Schnitt, ahm, 50-60. Das hat sich ein bisschen gewandelt unser Publikum. Früher waren wir mehr auf die Einheimischen, mehr auf das Abendgeschäft und jetzt geht es mehr in das Tagesgeschäft, mehr Kaffee, dadurch dass ich das mit dem Kaffee spezialisiert habe, ahm, fällt das Abendgeschäft weg, weil ich es nicht mehr mag und ja, wie du jetzt siehst draußen, ich schätze es sind 70% Kurgäste, 30% einheimische Stammgäste und Abend dreht sich das. Dann ist mehr als 70% Einheimische und 30% Kur.

Ok, aber du profitierst auf jeden Fall davon?

Auf jeden Fall.

War der Tourismus der Hauptgrund, dass du dich hier mit deinem Betrieb angesiedelt hast oder warst du schon länger hier ansässig?

Das gibt es länger, ist aus der Not geboren und ich war, es war eigentlich überhaupt keine Zeit zum Überlegen. Das hat aufgesperrt werden müssen, aber, wenn ich es noch einmal machen würde, ist das auf jeden Fall der Grund.

Ok.

Und wäre der Tourismus nicht da, wäre die Kur nicht da, würde es die Hälfte von uns nicht geben, die Gastronomiebetriebe.

Ja.

Das wäre einfach tot, das war es. Siehe Bad Gastein, das hört man immer wieder, ist komplett im abflauen, lebt nur von der Vergangenheit, da wird nichts investiert, in ein paar Jahren ist es tot. Dazu haben wir die Kurgäste.

Aha ok. Reicht der Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Kurtourismus aus, dass genügend Gäste zu dir kommen oder gehst du noch zusätzlich einer Vermarktungsstrategie nach?

Ahm, jetzt mittlerweile nicht und wenn mein Konzept mit dem Kaffeerösten fertig ist, dann gehe ich meinen Weg und schaue aber, dass ich das eingliedere in „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt“ und in das Land der 1000 Hügel, was es da eben gibt. Und was natürlich auch dazu beiträgt sind die guten Leitbetriebe, wie Triad, ahm, den Eis-Greissler kennen die Leute mittlerweile, Hotel Post, Krumbacher Hof, also es sind, da wird gut gearbeitet.

Ok. Und sind Betriebe in Bad Schönau in diesem Bereich im Vorteil gegenüber Betrieben in anderen Ortschaften?

Auf jeden Fall. Auf jeden Fall. In vergleichbar angenehmer Lage sind jetzt nur Wirten in Tatzmannsdorf, im Sommer am Neufeldersee, Bad Sauerbrunn, Baden, Bad Vöslau, ja das sind eh, ich meine das ist das um was es geht, es dreht sich alles, würde das wegfallen, würde es hier trist aussehen.

Ok. Und könnte dein Betrieb dennoch ohne Gäste aus dem Kurtourismus existieren oder bist du darauf angewiesen?

Ich bin darauf angewiesen und es könnte funktionieren, aber es wäre ziemlich hart. Also es erleichtert es einfach absolut, dass die Kurgäste hier sind.

L

Ok und wie viel Prozent des Jahresumsatzes gehen auf die Kurgäste zurück?

Zwischen 40 und 50% schätze ich einmal, aus dem Bauch heraus.

Ok. Und kommen im Sommer mehr Gäste oder im Winter oder gibt es keine saisonalen Schwankungen bei den Gästezahlen?

Ja, im Sommer. Dadurch, dass das Wetter schön ist, gehen die, sagen wir einmal so, das ältere Publikum tut sich da leichter, im Winter wenn es verschneit ist oder vereist, schreckt sie das ab die Temperaturen und im Sommer ist einfach viel mehr Bewegung. Das heißt, Gastgarten am Abend, das ist spürbar. Dadurch, dass es auch länger hell ist, das ist ganz etwas anderes.

Ok und gibt es für deinen Betrieb irgendwelche Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Nein, bis jetzt weiß ich nichts. Ich weiß nur mein Mitbewerber hat eine kleine Förderung bekommen, aber es wäre schon sehr förderlich, wenn die Vertreter der Gemeinde herein gehen würden zu mir. Also Förderung, null.

Und vom Land auch nichts?

Nein, da erwarte ich mir auch nichts. Vom Bürgermeister würde ich es mir eher wünschen.

Ok. Ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Kurtourismus in den letzten Jahren größer geworden?

Puh, ich weiß es nicht. Ich weiß es nicht. Also ich habe es jetzt speziell gemerkt, weil es seit letztem Jahr einen Mitbewerber gibt, es geht sich trotzdem gut aus, weil es sich verteilt und sonst hat jeder sein Segment. Ich glaube, es geht sich alles gut aus, es überschneidet sich nicht zu sehr.

Ok. Hast du deinen Betrieb in den letzten Jahren wegen des Tourismus ausgebaut oder erweitert?

Mhm, ja schon immer wieder ein bisschen dazu gebaut und ausgebaut. Ein bisschen etwas geändert, kleinweise.

Und hast du neue Produkte oder Dienstleistungen angeboten um konkurrenzfähiger zu sein?

Ja. Die ganze Kaffeegeschichte baut auf dem auf. Das Konzept ist relativ neu, also dass man es jetzt sieht. Im Stillen probiere ich schon seit Jahren und jetzt gehe ich damit an die Öffentlichkeit, jetzt ist es auch sichtbar und ja, da wird noch mehr kommen.

Ok und das machst du um konkurrenzfähiger zu sein?

Absolut. Ich besetze das Segment Kaffee.

Überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher die Zusammenarbeit oder das Konkurrenzdenken?

Mhm, es ist schon eine Zusammenarbeit da glaube ich, also jetzt nicht spürbar Konkurrenzdenken, könnte ich nicht behaupten, dass ich das irgendwie merke. Nur jeder muss halt auch seine eigenen Sachen machen und seine eigene Schiene fahren. Und ich glaube da verlässt sich keiner so sehr auf irgendwelche Förderungen oder, jeder muss seinen Weg gehen.

Ok. Und profitiert dein Betrieb von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?

Mh, nein, wüsste ich jetzt nicht.

Und wählst du deine Zulieferer bewusst aus der Region aus?

Ich schaue, dass ich in der Region einkaufe. Da habe ich zum Beispiel den Most aus der Gegend, den Apfelsaft nehme ich, den Schnaps, vis a vis von mir ist ein kleiner Greißler, da schaue ich, dass ich möglichst viel einkaufe. Fruchtsäfte nehme ich teilweise aus der Gegend.

Aber so generell wähle ich die Zulieferer absolut aus der Region aus.

Haben Kurgäste höhere Ansprüche als einheimische Gäste?

Höhere nicht, andere Ansprüche. Man hat vor allem ein großes Stadt Land Gefälle. Der Wiener Kurgast ist, sage ich einmal mein Eindruck, generell bereit mehr zu zahlen, ist das auch gewohnt

von zu Hause. Den schrecken hohe Preise nicht und ja, was es kostet, das kostet es. Das denkt sich der Wiener, oder der Städter eher.

Erwarten sie sich mehr Freundlichkeit oder ein besseres Service?

Das kann ich dir nicht sagen.

Und beim Preis- Leistungsverhältnis?

Ich glaube sie sind eher überrascht, dass freundlicher ist hier, weil es eben persönlicher ist am Land, weil sie begrüßt werden, weil es ein Bitte und Danke gibt. Das erwarten sie in Wien gar nicht. Das fällt ihnen gleich auf, wenn sie oft sagen: da wird noch begrüßt. Die erwarten es nicht, sie sind angenehm überrascht. Beim Preis- Leistungsverhältnis haben sie auch keine höheren Ansprüche, sie würden mehr zahlen.

Gut. Erwarten Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte?

Glaube ich schon. Weil der Tourist kommt da her und denkt sich, das ist eine Kurregion, die sollten was bieten, der Einheimische erwartet sich das nicht. Der hat keine Erwartungen da, wenn es das gibt ist es gut, wenn nicht ist es auch egal.

Ok. Und sind Kurgäste eher dazu bereit für Produkte und Dienstleistungen mehr Geld auszugeben als Einheimische?

Ja, das glaube ich schon. Sie würden oft mehr zahlen.

Würdest du sagen, dass durch den Kurtourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert worden ist und dass sich diese Investitionen positiv auf das Ortsbild ausgewirkt haben?

Ich glaube schon, ich glaube auch, ich sage einmal, dass ist die verdammte Pflicht von einer Kurgemeinde, dass sie einfach etwas machen. Man muss investieren, jetzt haben sie den Hauptplatz umgestaltet und ja, sie tun schon etwas, ob es sich auswirkt, wird man sehen. Ich hoffe schon, weil sie haben in diesem Fall zumindest ein paar Parkplätze jetzt gebaut. Sind noch immer zu wenige, aber jetzt sind einmal welche da.

Also glaubst du, dass auch die einheimische Bevölkerung von diesen Investitionen profitiert oder eher die Touristinnen und Touristen?

In dem Fall auch die Einheimischen, doch. Erstens ist das Ortsbild schöner und Parkplätze, in dem Fall, werden dringend gebraucht für Einheimische und Kurgäste. Vor allem am Samstag und Sonntag im Sommer ist alles zu geparkt. Von dem profitieren alle.

Ok und auch beim Kultur- und Freizeitprogramm?

Ja, da sind sie sehr stark. Ich würde sagen, da profitieren beide, wenn sie es annehmen die Einheimischen auch.

Und wie sieht die Besucherverteilung bei Veranstaltungen aus?

Das kann ich nicht sagen, weil ich nicht ständig vor Ort bin, aber ich weiß, die Konzertreihe am Sonntag im Kurpark, die wird von Einheimischen, Leute aus der Umgebung und Kurgästen angenommen. Das ist etwas wo sie sich treffen, wo für jeden etwas dabei ist. Und die anderen Veranstaltungen, das weiß ich nicht.

Ok. Und vorher hast du bereits gesagt, dass du eine ortsansässige Stammkundschaft hast.

Ja.

Und das sind die Leute die dann immer wieder kommen.

Genau.

Gut. Wie schätzt du die Zukunft für deinen Betrieb ein?

Die nächsten zwei bis fünf Jahre gut, bis sehr gut. Die weitere Zukunft, das wird sich weisen, wie viel Gas ist da, wie lange hat die Krankenkasse ein Geld zum Zahlen. Wie viel ist es der Krankenkasse wert, geht es weiter mit der Kurpraxis, wie schaut es aus mit dem Selbstbehalt,

bricht das zusammen ist es vorbei. Das ist meine Prognose. Solange genug Gas da ist, solange die Hotels gut arbeiten profitieren wir alle davon.

Glaubst du, dass dein Standort durch weitere Investitionen in der Gemeinde zusätzlich gestärkt wird.

Ja, sicher. Warum nicht?

Ok. Würdest du sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Tourismus in Bad Schönau und Bad Erlach profitiert und dadurch attraktiver geworden ist als umliegende Regionen?

Ja, ganz sicher. Das wäre traurig wenn ich da jetzt nein sagen würde.

Vielen Dank für das Gespräch!

Interview 7-Bad Schönau (IP7-BS)

Inwiefern profitiert ihr Betrieb vom Kurtourismus?

Also vom Kurtourismus selber profitiert unser Unternehmen nicht wirklich. Es ist, ja wir profitieren indirekt weil man den Namen von Bad Schönau zum Beispiel kennt. Wenn wir sagen, wir sind in Bad Schönau, dann weiß jeder wo Bad Schönau ist. In dem Sinne, dass jetzt Kurgäste zu uns kommen, das ist ganz, ganz minimal.

Führt der Tourismus dazu, dass mehr Gäste ihren Betrieb besuchen und haben sie dadurch mehr Einnahmen?

Wir haben ganz wenige Kurgäste da im Haus. Also es sind immer wieder Gäste die herüber spazieren, ihren Kaffee trinken oder die zu uns kommen, wenn sie gebracht werden oder wenn sie Besuch bekommen, dass sie zu uns Essen kommen, aber dass Kurgäste jetzt ständig bei uns wären das kann man nicht sagen.

Und wie viel Prozent ihrer Gäste sind zirka Kurgäste?

Das ist ganz wenig, unter 5%.

War der Tourismus der Hauptgrund, dass sie sich hier angesiedelt haben oder waren sie schon davor hier ansässig?

Nein, das ist mein Elternhaus, also ich bin von hier und habe im Tourismus die Ausbildung gemacht im Ort, im Kurhotel Bad Schönau damals und dadurch, dass das Haus uns gehört hat, hat sich das so ergeben im Laufe der Jahre.

Ok. Und würden sie sich wieder hier ansiedeln wenn sie wieder ein Unternehmen gründen würden?

Ja. Ganz sicher.

Reicht der Bekanntheitsgrad der Ortschaft durch den Kurtourismus aus, dass genügend Gäste zu ihnen kommen oder gehen sie einer zusätzlichen Vermarktungsstrategie nach?

Nein, also es ist zwar gut, wenn man weiß wo Bad Schönau ist, aber ich glaube, dass wir uns hauptsächlich selbst vermarkten, über die Region vermarkten und über unsere Auszeichnungen vermarkten.

Würden sie sagen, dass Betriebe in Bad Schönau in diesem Bereich im Vorteil sind gegenüber Betrieben in anderen Ortschaften?

Mh, vielleicht. Das kann ich nicht so sagen, es kommt immer darauf an was man daraus macht aus seiner Lage. Nur zu warten, dass ich da jetzt in Bad Schönau bin, ist nicht genug.

Ok, die nächste Frage hat sich dann erübrigt, ihr Unternehmen könnte ohne Kurgäste bestehen...

Ja.

Und sie sind nicht auf diese Gäste angewiesen.

Auf keinen Fall.

Ok und wie viel Prozent des Jahresumsatzes sind auf den Kurtourismus zurückzuführen?

Ähnlich wie oben, bestimmt weniger als 5%.

Kommen im Sommer mehr Gäste zu ihnen oder im Winter oder gibt es keine saisonalen Schwankungen bei den Gästezahlen?

Ganzjährig eine sehr, sehr gute Auslastung. Da gibt es keine Unterschiede.

Gibt es für ihr Unternehmen Fördermittel von Seiten der Gemeinde oder des Landes?

Nein.

Ist die Konkurrenz unter den einheimischen Betrieben durch den Kurtourismus in den letzten Jahren größer geworden?

Nein, also in unserem Segment soundso nicht, da gibt es ganz wenige, die das Selbe machen und Kurtourismus selbst, das kann ich sehr schwer einschätzen, das weiß ich nicht.

Haben sie in den letzten Jahren wegen des Tourismusgeschehens ausgebaut bzw. erweitert?

Ja, wir bauen ständig aus, aber aus unserer eigenen Investition heraus, also alles was sich bei uns ausgeht, machen wir und wir haben Investitionsförderung vom Land sehr wohl bekommen, wie wir aufgesperrt haben, wie wir ganz neu gebaut haben und alles Laufende machen wir selbstständig.

Haben sie wegen des Tourismus in den letzten Jahren neue Produkte und Dienstleistungen angeboten um konkurrenzfähiger zu sein?

Ja, ja. Wir haben eine Driving Range dabei, wir haben einen Teich hinter dem Haus, da kann man heiraten, wir haben einen Hofladen selbst initiiert, betreiben den auf eigene Rechnung und wir haben einen riesen großen Kräutergarten, wo wir selbst Gemüse anbauen und Kräuter, auch mit den Kindern im Ort und für unsere Gäste.

Überwiegt im Ort unter branchengleichen Betrieben eher Zusammenarbeit oder Konkurrenzdenken?

Eher Zusammenarbeit, ja schon. Wir arbeiten schon sehr gut zusammen, die die sich kennen.

Profitiert ihr Unternehmen von einem gemeinsamen Geschäftskonzept mit branchenübergreifenden Betrieben?

Ja, es gibt diese, ja aber eher niederösterreichweit, also die niederösterreichische Wirtshauskultur ist für uns sehr wichtig, das ist eine riesen große Plattform und regional eher nicht so. Es gibt nur das „Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt“, ja, dass man eben vernetzt und man sich kennt, aber ja. Es ist immer wichtig, dass man zusammenarbeitet.

Wählen sie ihre Zulieferer bewusst aus der Region aus?

Was verfügbar ist machen wir aus der Region. Leider ist nicht immer das verfügbar, was wir gerne hätten. Alles was möglich ist, ist von unseren eigenen Produzenten.

Können sie sagen, dass Kurgäste an ihr Unternehmen höhere Ansprüche stellen als Einheimische?

Nein.

Auch nicht in Bezug auf das Service, die Freundlichkeit oder das Preis-Leistungsverhältnis?

Nein, das setzen soundso unsere Gäste alle voraus. Ich kann da keinen Unterschied machen wer das ist.

Erwarten sich Touristinnen und Touristen eine größere Auswahl regionaler Produkte auf der Speisekarte?

Erwarten sie sich sicher, aber das setzen sie eigentlich voraus. Das ist schon Mindeststandard in Österreich. Wenn ich das nicht habe, dann lebe ich eh nicht lange wahrscheinlich. Wenn ich nicht authentische Produkte vermarkten kann.

Sind Kurgäste eher dazu bereit mehr Geld für Produkte und Dienstleistungen auszugeben als Einheimische?

Leider nicht. Sie wollen zwar alle Service, Freundlichkeit und das Beste vom Besten aber der Preis ist halt immer, ja wir haben unseren Preis, wir müssen ihn verlangen, weil sonst geht das nicht. Und sie zahlen es gerne glaube ich, wenn die Qualität passt.

Würden sie sagen, dass durch den Kurtourismus vermehrt in die Infrastruktur investiert worden ist und dass sich das positiv auf das Ortsbild ausgewirkt hat?

Bestimmt, bestimmt. Es hilft ganz sicher, ja.

Glauben sie, dass die einheimische Bevölkerung auch von diesen Investitionen in die Infrastruktur und auch in das Kultur- und Freizeitprogramm profitiert oder nur Touristinnen und Touristen?

Ja, vielleicht sehen sie es nicht so aber es ist sicher so. Weil wenn mehr Leute da sind, dann habe ich mehr Ortstaxe, mehr Investitionsmöglichkeiten und das lebt alles ganz anders, obwohl die Einheimischen oft lieber eine Ruhe hätten, aber im Endeffekt profitieren alle davon.

Können sie sagen, dass ihr Unternehmen eine ortsansässige Stammkundschaft hat?

Ortsansässig... Regionalansässig würde ich sagen. Rein nur aus dem Ort, habe ich schon, ja aber ich glaube, dass das sehr überregional da bei uns ist mit der Stammkundschaft.

Wie würden sie die Besucherverteilung bei Veranstaltungen im Ort beschreiben? Werden diese eher von Einheimischen oder von Touristinnen und Touristen besucht?

Kurgäste glaube ich am wenigsten, eher Einheimische und Leute, die wegen dem Programm dann her kommen von weiter weg. Die Kurtouristen, die rein auf Kur da sind, sind ja oft kranke Leute, alte Leute, Leute denen es nicht gut geht und die haben dann auch oft gar keine Lust, dass sie irgendetwas unternehmen auswärts.

Wie schätzen sie persönlich die Zukunft für ihr Unternehmen ein?

Sehr gut, an und für sich.

Glauben sie, dass ihr Standort durch weitere Investitionen und Innovationen in der Gemeinde gestärkt wird?

Nein, ich glaube das machen wir soundso. Also, das was wir machen, machen wir eh, weil es eben passt und weil wir es wollen und das ist nur gut für die Gemeinde und für die Region. Ja, im Endeffekt, kann jede Gemeinde froh sein, wenn es Betriebe gibt, die gut laufen. Egal ob das ein Wirtshaus, eine Buschenschank oder ein Lokal ist, das ist ganz egal.

Würden sie sagen, dass die gesamte Region Bucklige Welt durch den Wellness- und Kurtourismus profitiert?

Tourismus ist ein ganz ein großer Aufhänger, ja. Wobei die Kulinarik immer mehr mitziehen muss und mitzieht. Also die letzten Presseartikel was es gegeben hat und Projekte sind eher auf die Kulinarik gegangen, als auf den Kurtourismus. Kurtourismus ist so das Gerüst, aber die Kulinarik das ist die Feinheit und die braucht man einfach, dass es da gute Sachen gibt. Sonst würde ich keine Leute da herziehen, die dann vielleicht nach der Kur privat wieder her kommen. Sonst fahren sie nur zur Kur und kommen nie mehr.

Vielen Dank für das Gespräch!

8.3 Abkürzungen

ADEG	Arbeitsgemeinschaft der Einkaufsgenossenschaften
bzw.	beziehungsweise
Dr.	Doktor
etc.	et cetera

km ²	Quadratkilometer
LEADER	frz. Liaison entre actions de développement de l'économie rurale, dt. Verbindung zwischen Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft
m.ü.d.M.	Meter über dem Meer
NSDAP	Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei
ORF	Österreichischer Rundfunk
Ö3	Österreich 3 (Radiosender)
ÖVP	Österreichische Volkspartei
PKW	Personenkraftwagen

8.4 Lebenslauf

Persönliche Daten

Name Eva Kovacs
Wohnort Bad Erlach

Ausbildung

Seit 2007 Lehramtsstudium Geographie und Wirtschaftskunde & Psychologie und Philosophie
Universität Wien
2003-2007 BORG Wiener Neustadt – Schwerpunkt Musik