



DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Kur und Wellness als Faktoren der Regionalentwicklung
am Beispiel Bad Tatzmannsdorf“

Verfasserin

Vera Neubauer

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt.

A 190 344 313

Studienblatt:

Studienrichtung lt.

UF Englisch, UF Geschichte, Sozialkunde, Polit. Bildung

Studienblatt:

Betreuerin / Betreuer:

ao. Univ.-Prof. Dr. Birgit Bolognese-Leuchtenmüller

I. Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Allgemeine Informationen zu Bad Tatzmannsdorf	6
2.1. Lage	6
2.2. Klima	7
2.3. Verkehr	8
2.3.1. Öffentliche Verkehrsmittel	8
2.3.2. Straßennetz	10
2.3.3. Verkehr im Ortszentrum	11
2.4. Bevölkerung	11
2.5. Infrastruktur	13
2.5.1. Betriebe und Angestellte	13
2.5.2 Medizinische Versorgung und Schulen	14
3. Natürliche Heilvorkommen	14
3.1. Die Quellen	15
3.2. Das Moor	17
4. Geschichte und wirtschaftliche Entwicklung von Bad Tatzmannsdorf	18
4.1. Die Anfänge	18
4.2. Die Zeit der Weltkriege	22
4.3. Die letzten Jahrzehnte	24
5. Die klassische Kur	27
5.1. Begriffsbestimmung	27
5.2. Gesetzliche Grundlage	28
5.3. Die Bedeutung einer Kur	29
5.4. Der Kurverlauf	31
6. Wellness- und Gesundheitstourismus	33
6.1. Begriffsbestimmungen	33
6.2. Entwicklungen in Bezug auf Wellness, Gesundheit und Sport in Bad Tatzmannsdorf in den letzten 15 Jahren	35
6.2.1. Die Therme	35

6.2.2. Die Lauf- und Walkingarena	39
6.2.3. Die Radarena	40
6.2.4. Die Fußballarena	42
6.2.5. Golf (Reiter's Resort)	44
7. Empirische Studie	45
7.1. Fragestellung	45
7.2. Annahmen	47
7.3. Methode	52
7.4. Stichprobe	53
7.5. Fragenkatalog	54
7.6. Pretest	56
7.7. Interviews und Transkription	58
7.8. Auswertung und Ergebnisse	59
7.8.1. Ergebnis These 1	60
7.8.2. Ergebnis These 1.a	61
7.8.3. Ergebnis These 1.b	63
7.8.4. Ergebnis These 1.c	64
7.8.4. Ergebnis These 1.d	65
7.8.5. Ergebnis These 1.e	66
7.8.6. Ergebnis These 2	67
7.8.7. Ergebnis These 2.a	68
7.8.8. Ergebnis These 2.b	69
7.8.9. Ergebnis These 2.c	70
7.8.10. Ergebnis These 2.d	71
7.8.11. Ergebnis These 3	72
7.8.12. Ergebnis These 3.a	73
7.8.13. Ergebnis These 3.b	74
7.8.14. Ergebnis These 3.c	75
7.8.15. Ergebnis These 3.d	75
7.8.16. Ergebnis These 3.e	76
7.8.17. Ergebnis These 4	77
7.8.18. Ergebnis These 4.a bis 4.d	78
7.8.19. Ergebnis These 4.e	80
7.8.20. Ergebnis These 5	81

7.8.21. Ergebnis These 5.a	82
7.8.22. Ergebnis These 5.b	83
7.8.23. Ergebnis These 6	83
7.8.24. Ergebnis These 6.a	84
7.8.25. Ergebnis These 6.b	86
7.8.26. Ergebnis These 6.c	87
7.8.27. Ergebnis These 7	88
7.8.28. Ergebnis These 7.a	89
7.8.29. Ergebnis These 7.b	90
7.9. Zusammenfassung der Ergebnisse	91
8. Zusammenfassung	93
II. Quellenverzeichnis	97
III. Abbildungsverzeichnis	101
IV. Tabellenverzeichnis	103
V. Abkürzungsverzeichnis	104
Anhang A: Transkribierte Interviews	105
Anhang B: Abstract	153
Anhang C: Lebenslauf	156

1. Einleitung

Bad Tatzmannsdorf ist ein Ort im südlichen Burgenland, der durch seine ortsgebundenen natürlichen Heilvorkommen einen gewissen Bekanntheitsgrad erlangt hat. Diese Heilquellen sowie das Heilmoor sind seit Jahrhunderten bekannt und werden jeher für therapeutische Zwecke genutzt. Der Kurort kann auf eine lange Geschichte, die von Höhen und Tiefen geprägt ist, zurückblicken.

Heute ist Bad Tatzmannsdorf nicht mehr als reiner Kurort zu definieren. In den vergangenen Jahrzehnten wurde eine Imagekorrektur in Richtung Sport und Wellness vorgenommen. Mit zahlreichen Maßnahmen wie der Errichtung einer öffentlich zugänglichen Therme, einer Lauf- & Walkingarena, einer Fußballarena, eines Golfresorts und vielem Mehr sollte sich ein neuer Markt für Bad Tatzmannsdorf erschließen.

Aufgrund dieser Entwicklungen ist Bad Tatzmannsdorf ein attraktiver Standort für Betriebe und Unternehmen, die in hohem Maße vom Kur- und Thermentourismus profitieren. Dadurch ist auch eine große Zahl an Ganzjahresarbeitsplätzen im Kur- und Gesundheitsort vorhanden, weshalb Bad Tatzmannsdorf in Bezug auf die Bevölkerungszahlen eine wachsende Gemeinde ist.

Im Sinne der Regionalentwicklung zielt diese Arbeit im ersten Teil darauf ab, den wirtschaftlichen Aufschwung Bad Tatzmannsdorfs anhand der Geschichte und einiger Gästezahlen sowie den Status quo zu skizzieren.

Den zweiten Teil bildet eine empirische Studie, in der einheimische Betriebe mittels Interviews befragt werden sollen. Den Ausgangspunkt dieser qualitativen Befragung nach Mayer bilden Themen die in Zusammenhang mit wirtschaftlichen Faktoren einerseits und soziokulturellen Faktoren bezogen auf das Ortsleben in Bad Tatzmannsdorf andererseits stehen.

2. Allgemeine Informationen zu Bad Tatzmannsdorf

2.1. Lage

Bad Tatzmannsdorf liegt im südlichen Burgenland 346 Meter über dem Meeresspiegel in einem Tal umgeben von sanften Hügelketten am östlichen Rand des Grazer Beckens. Im Norden wird die Bucht vom Wechsel und dessen Ausläufern, der Buckligen Welt, im Osten vom Günser Gebirge, dessen höchster Punkt der Geschriebenstein ist, und im Westen vom steirischen Mosenberg eingegrenzt.¹ Bereits 1870 wurde die Landschaft von einem Oberschützer Institutsarzt wie folgt beschrieben: „Frische, freundliche Hügel und friedlich stille Thäler, üppige Fluren und erquickende Waldparthien, pittoreske Schluchten und romantische in die Lüfte ragende Burgruinen sind Bilder, welche dem Auge wohlthun und in herzerhebender Abwechslung sich aneinander reihen.“² Die gesamte Landschaft ist geprägt von den „Bernsteiner Bergen, der Buckligen Welt, den Ausläufern des Wechselmassivs, den Rechnitzer Bergen, dem oststeirischen Hügelland, dem Eisenberg mit Wald und Rebenlandschaft; dazwischen Wiesen, Aulandschaften, Weinberge und auch Kastanienhaine.“³



Abb. 1

¹ Vgl. KUO- Bad Tatzmannsdorfer Verein für Kultur, Umweltschutz und Ortsverschönerung, Ein Reiseführer durch den Kurort Bad Tatzmannsdorf (Bad Tatzmannsdorf, 2010) 11.

² Ludwig Thomas, Der Curort Tatzmannsdorf (Tarcza) (o.O., 1870) 1f.

³ Hans Rosnak (Hg.), Burgenland (Südburgenland entdecken) Reihe „Burgenland- Jahrbuch für ein Land und seine Freunde“ (Wien, 1983) 9.

Bad Tatzmannsdorf liegt „120 km südlich von Wien und 80 km östlich von Graz“⁴ und 47 Grad 20 Min. nördlicher Breite und 16 Grad 14 Min. östlicher Länge von Greenwich.⁵ Zur ungarischen Grenze sind es nur 20 km.⁶

2.2. Klima

Nicht nur die Landschaft, sondern auch das Klima in Bad Tatzmannsdorf trägt zum Wohlbefinden der Gäste bei. „Österreich befindet sich in einer gemäßigten Klimazone, sowohl beeinflusst vom atlantischen als auch vom kontinental-mitteuropäischen Klima. Im südlichen Burgenland dominiert meist kontinental-pannonisches Klima, das sich durch niederschlagsarme, heiße Sommer und mäßig kalte Winter auszeichnet.“⁷ Die Witterung in diesem Talbecken kann also als mild, subalpin und besonders gut geeignet für wetterempfindliche Menschen beschrieben werden, da der Kurort nach Nordwesten hin vor starken Winden geschützt ist. Ebenso tragen eine Durchschnittstemperatur von 8,9 Grad Celsius sowie Naturwälder in unmittelbarer Umgebung zu einem heilenden Klima bei.⁸

„Milde Gebirgswinde sorgen auch im Hochsommer für erfrischende, abendliche Abkühlung und Luftreinigung.“⁹ Weiters ist das Klima von gemäßigten Übergängen der Jahreszeiten sowie von großer Gleichmäßigkeit gekennzeichnet, was einem ganzjährigen Kurbetrieb entgegenkommt.¹⁰ Ein zusätzlicher Faktor sind die geringen Mengen an Niederschlag (700 mm mittlerer Jahresmenge) in Bad Tatzmannsdorf, da es in einer eher niederschlagsarmen Zone liegt. Von 101 Regentagen pro Jahr entfallen wiederum nur 67 Tage auf Niederschlag zwischen 9 Uhr und 17 Uhr. Somit erleben Gäste oder Einheimische Regenwetter nur relativ selten. Im Gegensatz dazu wurden im

⁴ Kur AG, Bad Tatzmannsdorf. In: Geographisches Jahrbuch Burgenland (1979) 169- 174.

⁵ Vgl. Ernst Karner, Information der Gemeinde Bad Tatzmannsdorf (Bad Tatzmannsdorf 2012) 1.

⁶ Vgl. Nora Deinhammer, Erlebnistourismus und Kurtourismus (Ein Gesamtprojekt in Bad Tatzmannsdorf) (ungedr. Dipl. Arbeit, WU Wien, 1991) 25.

⁷ KUO, Reiseführer Bad Tatzmannsdorf, 12.

⁸ Vgl. Rudolf Bohmann (Hg.), Österreichs Heilbäder (Wien, 1958) 11.

⁹ ebd., 11.

¹⁰ Vgl. Hans Hofmann, Führer durch die Bucklige Welt und Umgebung (Wien, o.J.) 90.

langjährigen Durchschnitt ganze 1.878 Stunden Sonnenschein verzeichnet. Das entspricht 5,1 Sonnenstunden pro Tag.¹¹

2.3. Verkehr

2.3.1. Öffentliche Verkehrsmittel

Eine Verkehrsgünstige Lage ist für einen Fremdenverkehrsort von großer Bedeutung. Vor vielen Jahren besaß kaum jemand einen eigenen Pkw und war deshalb auf öffentliche Verkehrsmittel angewiesen. Aber auch heute sind beispielsweise ältere Menschen, die in Ballungszentren leben, oftmals nicht mobil und von Bus oder Bahn abhängig.

Bad Tatzmannsdorf und die Bahn blicken auf eine eher unglückliche gemeinsame Geschichte zurück. Der Kurort erhielt zwar 1888 einen direkten Bahnanschluss, doch wurde eine Verbindung zur Aspangstrecke, die die Chance zu einem vollen Eisenbahnanschluss Richtung Wien bedeutet hätte, verabsäumt. Die damals dafür zuständige ungarische Eisenbahnpolitik versagte und somit wurde keine Verbindung zwischen Friedberg und Pinkafeld hergestellt.¹²

Schließlich kam es aber 1903 durch den Bau der Abzweigung Oberwart-Oberschützen bzw. Bad Tatzmannsdorf zum Anschluss an das ungarische Bahnnetz. Dadurch wurde die Anreise in den Kurort maßgeblich erleichtert. Nachdem das Burgenland 1921 an Österreich fiel, wurde von den Österreichischen Bundesbahnen bereits vier Jahre später die fehlende Verbindung zwischen Friedberg und Pinkafeld gebaut, wodurch Bad Tatzmannsdorf von Wien und Graz aus per Bahn erreichbar wurde. Allerdings wurde die Strecke Wien-Oberschützen bzw. Bad Tatzmannsdorf 1987 wieder eingestellt. Ebenso wurde ein paar Jahre später der Personenverkehr zwischen Oberwart und Bad Tatzmannsdorf eingestellt¹³- mittlerweile nützt eine Interessengemeinschaft „FrOWOS- Freunde der Bahn Oberwart

¹¹ Vgl. Kur AG, Bad Tatzmannsdorf, 171.

¹² Vgl. Christine Käfer, Bad Tatzmannsdorf (Ein Kurort gestern und heute) (ungedr. Dipl., Arbeit Uni Wien, 1997) 18- 20.

¹³ Christine Käfer, Bad Tatzmannsdorf, 18- 20.

Oberschützen“¹⁴, die Strecke für Nostalgiefahrten oder auch für Fahrten zu den Moorfeldern.¹⁵

Mit dem 1. August 2011 wurde auch die Strecke Oberwart-Friedberg aufgrund zu weniger Fahrgäste eingestellt. Kur- oder Wellnessgäste sowie PendlerInnen, die täglich aus dem südlichen Burgenland nach Wien fahren, müssen seither auf Busverbindungen zurückgreifen. Das Angebot der Firma DR. Richard/Südburg wird diesbezüglich weiter ausgebaut.¹⁶

Derzeit fahren täglich neun Busse von DR. Richard/Südburg von Bad Tatzmannsdorf nach Wien sowie von Wien nach Bad Tatzmannsdorf.¹⁷

Weiters stehen auch die örtlichen Taxiunternehmen Sodl, Treiber und Frühwirth für die An- und Abreise zur Verfügung.¹⁸

Im Ort selbst gibt es heute einen eigens eingerichteten City-Bus, der die Ortsteile Bad Tatzmannsdorf, Jormannsdorf und Sulzriegel sowie Supermärkte und markante Punkte anfährt und für die Gäste erreichbar macht. Auf vier verschiedenen Routen werden Kurgäste und WellnesstouristInnen gratis den ganzen Tag über von A nach B gebracht.¹⁹

Seit der Eröffnung des Einkaufszentrums Oberwart, kurz eo, vor wenigen Jahren wurde auch ein Bus-Shuttle von Bad Tatzmannsdorf in die Bezirkshauptstadt eingerichtet. Er fährt jeden Samstag um 14 Uhr in das Einkaufszentrum und um 16.30 Uhr wieder retour.²⁰

¹⁴ Für detaillierte Information siehe: <http://www.frowos.com/HP.html> (29.01.2012).

¹⁵ Vgl. Christine Käfer, Bad Tatzmannsdorf, 18- 20.

¹⁶ Vgl. ORF, Aus für Bahnstrecke Oberwart- Friedberg. In: orf Burgenland Verkehr, 21.4.2011, online unter < <http://bglv1.orf.at/stories/511491> > (29.1.2012).

¹⁷ Vgl. DR. Richard/ Südburg, Fahrplan Linie GI. Stand 4.10.2011.

¹⁸ Vgl. Gästeinformation Bad Tatzmannsdorf, Ortsplan (Urlaubsinformation von A- Z) (Bad Tatzmannsdorf, März 2011)

¹⁹ Vgl. Gästeinformation Bad Tatzmannsdorf, Citybus Fahrplan (Bad Tatzmannsdorf, November 2011)

²⁰ Vgl. Ernst Karner, Rathaus Kurier (Nachrichten aus der Gemeinde Bad Tatzmannsdorf) (Bad Tatzmannsdorf, Sommer 2011) 4.

2.3.2. Straßennetz



Abb. 2

Nach dem Ausbau des Straßennetzes rund um Bad Tatzmannsdorf durch den Bund²¹, ist es heute ein Leichtes den Ort mit dem Pkw zu erreichen.

Von Westösterreich bietet sich einerseits die Westautobahn (A1) über Salzburg, Wels, Linz, Amstetten und St. Pölten bis nach Wien an. Von Wien fährt man dann weiter über die Südautobahn (A2) bis zur Abfahrt Pinggau/Friedberg und über die B 63 Richtung Pinkafeld, nimmt dann die Abzweigung nach Oberschützen und fährt bis nach Bad Tatzmannsdorf.²²

Andererseits kann man auch über den Süden her von Westösterreich nach Bad Tatzmannsdorf gelangen. Man fährt die A2 über Klagenfurt und Graz bis zur Abfahrt Oberwart. Von dort aus sind es nur noch wenige Kilometer bis in den Kurort.²³

Durch die unmittelbare Nähe zur Burgenlandstraße, der B50, ist Bad Tatzmannsdorf sehr gut mit den anderen Orten der Region verbunden und somit gut erreichbar.

²¹ Vgl. Christine Käfer, Bad Tatzmannsdorf. 16.

²² Vgl. 20f.

²³ Ebd.

2.3.3. Verkehr im Ortszentrum

Laut einer Studie von Nora Deinhammer aus dem Jahr 1991, in der Einheimische zum Thema Verkehr im Zentrum von Bad Tatzmannsdorf befragt wurden, taten sich einige Probleme bezüglich der damaligen Verkehrssituation auf. „Als größtes Problem von Bad Tatzmannsdorf wird 15 Mal das Nichtbeachten der Geschwindigkeitsbeschränkungen genannt. Fast genauso störend wird der Mangel an Parkplätzen (14 Mal) und das starke Verkehrsaufkommen im Orts- und Kurbereich (13 Mal) empfunden.“²⁴

Gemäß dem Heilvorkommen- und Kurortegesetz sind Kurgäste vor der Gefährdung durch Straßenverkehr zu schützen.²⁵ Demnach ist heute im gesamten Ortsgebiet von Bad Tatzmannsdorf eine Geschwindigkeitsbeschränkung von 30 km/h einzuhalten. Weiters wurden Verkehrswege so geplant, dass große Parkplatzflächen weitestgehend am Rand des Kurzentrums zu finden sind, wodurch zu viel Durchzugsverkehr vermieden werden soll.

2.4. Bevölkerung

Der bereits zitierte Institutsarzt Dr. Ludwig Thomas hat auch die EinwohnerInnen von Bad Tatzmannsdorf schon im Jahr 1870 beschrieben. Er sagt, dass „Kaufleute und Handwerker jeder Gattung“²⁶ sich hier angesiedelt hätten. „Der größte Theil der Einwohner[Innen] jedoch ernährt sich von Ackerbau und Viehzucht.“²⁷ Damals bestand das Dorf aus neunzig Häusern.²⁸ Heute gilt Bad Tatzmannsdorf „als eine Gemeinde mit hohen Einkünften. Nach Eisenstadt hat die Gemeinde die zweithöchste Steuerkopfquote im Burgenland.“²⁹

²⁴ Nora Deinhammer, Erlebnistourismus und Kurtourismus, 96.

²⁵ Vgl. Burgenländisches Heilvorkommen und Kurortegesetz vom 11. Juni 1963, BGBl. Nr. 272/ 1958. §12.

²⁶ Ludwig Thomas, Der Curort Tatzmannsdorf, 1.

²⁷ Ebd.

²⁸ Vgl. ebd.

²⁹ Peter Sitar, Bad Tatzmannsdorf (Kurort mit viel Charme) In: Kurier online 17.7.2011 <http://kurier.at/nachrichten/burgenland/3923672.php> (23.10.2011).

„Die Bevölkerung des Südburgenlandes war seit dem Mittelalter überwiegend deutschsprachig.“³⁰ Bis heute gibt es auch einen ungarisch-sprechenden Teil, der aber hauptsächlich in der Bezirkshauptstadt Oberwart vorzufinden ist.³¹ „Größere Bedeutung für Bad Tatzmannsdorf hatten die im 17. Jahrhundert in der Nähe angesiedelten Kroaten, die nach der Zerstörung ihres Dorfes in den Ort übersiedelten und bald in der deutschsprachigen Bevölkerung aufgingen.“³² Als vierte Volksgruppe sind noch die Roma zu erwähnen, die ebenfalls im Gebiet um Oberwart angesiedelt sind.³³

Heute sind laut Stand vom 1.1.2012 1.377 Menschen mit ihrem Hauptwohnsitz in Bad Tatzmannsdorf gemeldet. Die Großgemeinde umfasst die Ortsteile Bad Tatzmannsdorf, Jormannsdorf und Sulzriegel. Seit 1998 beispielsweise ist die Zahl der Hauptwohnsitze um knapp 100 gestiegen. Auch bei der Anzahl der Zweitwohnsitze in Bad Tatzmannsdorf ist im Vergleich von 1998 und 2012 ein Plus von 41 Zugängen zu verzeichnen.³⁴ Wegen des Jobangebots und der guten Infrastruktur sind es auf der einen Seite hauptsächlich junge Familien, die sich hier ansiedeln. Auf der anderen Seite sind es aber auch ältere Menschen, die ihren Lebensabend in schöner Umgebung und mit guter medizinischer Versorgung verbringen wollen.³⁵

In Bezug auf die Zugehörigkeit zu einer Religionsgemeinschaft kann festgehalten werden, dass der Großteil der Bad Tatzmannsdorfer Bevölkerung römisch-katholisch Glaubens ist (ca. 52%). Seit der Reformation ist auch ein Anteil von ca. 38% an Evangelischen vorzufinden.³⁶ „Während die Bad Tatzmannsdorfer Ortsteile früher auf unterschiedliche Pfarren in der Umgebung [...] aufgeteilt waren, wurden im 20. Jahrhundert sowohl eine römisch-katholische als auch eine evangelische Pfarre im Ort eingerichtet.“³⁷

³⁰ KUO, Reiseführer Bad Tatzmannsdorf, 9.

³¹ Vgl. ebd.

³² Ebd.

³³ Vgl. ebd.

³⁴ Vgl. Ernst Karner, Information der Gemeinde Bad Tatzmannsdorf, 1.

³⁵ Vgl. Peter Sitar, Bad Tatzmannsdorf (Kurort mit viel Charme) In: Kurier online 17.7.2011 <http://kurier.at/nachrichten/burgenland/3923672.php> (23.10.2011).

³⁶ Vgl. KUO, Reiseführer Bad Tatzmannsdorf, 10.

³⁷ KUO, Reiseführer Bad Tatzmannsdorf, 10.

2.5. Infrastruktur

2.5.1. Betriebe und Angestellte

Der Kur- und Wellnessort Bad Tatzmannsdorf ist aufgrund des Fremdenverkehrs ein attraktiver Standort für zahlreiche Unternehmen. Laut Stand vom 2.1.2012 sind es rund 115 Betriebe, wovon ca. 40 auf Hotels, Gaststätten und Kaffeehäuser entfallen. Die restlichen 75 sind andere Unternehmen wie beispielsweise Banken, Friseure, Souvenir- und Bekleidungsgeschäfte. Es ist keinerlei Industrie in Bad Tatzmannsdorf vorzufinden. Dafür sind auf Hotels, Pensionen, Kurheime, private Zimmervermieter und andere Gewerbebetriebe 2.545 Gästebetten aufgeteilt.³⁸ Darunter lässt sich ein Privatzimmer im ein bis zwei Sterne Bereich ebenso finden wie eine Luxussuite in einem Fünf-Sterne-Haus.

„Jährlich besuchen rund 90.000 Personen als Nächtigungsgäste und 200.000 Thermen-Tagesgäste den Gesundheitsort und sichern damit rund 1.300 Ganzjahres-Arbeitsplätze.“³⁹ Die meisten dieser Arbeitsplätze wurde im Hotel- und Gastgewerbe geschaffen sowie im Dienstleistungsbereich, der mit dem Fremdenverkehr eng verknüpft ist. Von diesen 1.300 Angestellten und MitarbeiterInnen in Bad Tatzmannsdorf haben tatsächlich nur 207 Personen ihren Wohnsitz in der Großgemeinde.⁴⁰ Die restlichen 1.100 pendeln täglich aus verschiedenen Richtungen ein:

„914 Mitarbeiter aus dem Bezirk Oberwart
22 Mitarbeiter aus dem Bezirk Oberpullendorf
54 aus dem Bezirk Güssing
8 aus dem Bezirk Jennersdorf
94 aus der angrenzenden Steiermark
21 aus Niederösterreich“⁴¹

³⁸ Vgl. Ernst Karner, Information der Gemeinde Bad Tatzmannsdorf, 2.

³⁹ Ernst Karner, Information der Gemeinde Bad Tatzmannsdorf, 2.

⁴⁰ Vgl. ebd.

⁴¹ Ebd.

2.5.2 Medizinische Versorgung und Schulen

In einem Kurort spielt auch die medizinische Versorgung der Gäste eine große Rolle. Insgesamt kann sie als sehr gut beschrieben werden. Zehn Kur- und praktische ÄrztInnen sind im Kurort niedergelassen und eine große Anzahl an ÄrztInnen ist zusätzlich in den Kur- und Rehabzentren beschäftigt. Im Falle einer akuten Erkrankung ist das Schwerpunkt Krankenhaus Oberwart mit nur 7 km Entfernung schnell zu erreichen.⁴²

Bad Tatzmannsdorf hat einen Kindergarten, sowie eine Volksschule direkt im Ortszentrum. Allerdings gibt es keine weiterführenden Schulen- somit müssen Kinder nach dem Absolvieren der Volksschule in das benachbarte Oberschützen oder nach Oberwart ausweichen, wo es eine Vielzahl an höheren Schulen gibt (Neue Mittelschulen, Gymnasien, Hak/Has, Bakip, Hbla,...).

3. Natürliche Heilvorkommen

Ohne die natürlichen Heilvorkommen wäre Bad Tatzmannsdorf vermutlich nicht zu dem geworden, was der Ort heute ist. „Die ortsgebundenen, natürlichen Heilvorkommen sind die Grundlage jeder Kurbehandlung und geben auch die Heilanzeigen für einen Kurort vor. Nur Vorkommen, die aufgrund besonderer Eigenschaften und ohne jede Veränderung ihrer Zusammensetzung eine wissenschaftlich anerkannte Heilwirkung ausüben oder erwarten lassen, werden gesetzlich anerkannt.“⁴³ Das kohlensäurehaltige Wasser, das Moor und das Thermalwasser werden deshalb als die drei Säulen der Bad Tatzmannsdorfer Kur bezeichnet.⁴⁴ Von diesen ist das kohlensäurehaltige Wasser bereits seit dem 17. Jahrhundert in therapeutischer Verwendung; das Moor wird seit ca. 100 Jahren gestochen und genutzt während die Thermalquelle erst 1988 in einer Tiefe von 896 Metern erbohrt wurde.⁴⁵

⁴² Ernst Karner, Information der Gemeinde Bad Tatzmannsdorf, 2f.

⁴³ Gästeinformation, Kurfibel (Bad Tatzmannsdorf, o.J.) 4.

⁴⁴ Vgl. Ernst Jedlicka (Hg.) Fit durch Kur (Der Wegweiser zu den Kur-, Gesundheits- und Biohotels) Band 1 (Klosterneuburg, 1996) 88.

⁴⁵ Vgl. ebd. 6.

3.1. Die Quellen

Bad Tatzmannsdorf verfügt seit vielen Jahrhunderten über insgesamt acht Quellen, von denen aber nur drei für den Kurbetrieb, also für Therapien und Anwendungen direkt genützt werden.⁴⁶ Die zurzeit für den Kurbetrieb verwendeten Heilquellen⁴⁷ sollen nachfolgend kurz beschrieben werden.

Die Marienquelle (B1):

Die Marienquelle wurde 1964 in 100,2 Metern erbohrt und gilt als Natrium-Calcium-Hydrogencarbonat-Säuerling. Ihre Austrittstemperatur beträgt ca. 16° Celsius.⁴⁸ Aufgrund ihrer relativ hohen Schüttung (82 m³/ Tag- ausreichend für ca. 400 Bäder) und „des Gehaltes an gelösten freiem Kohlendioxyd“⁴⁹ kann dieser Säuerling „sowohl für Badezwecke als auch für Trinkkuren therapeutisch genützt werden, da auch am Nutzungsort eine genügend hohe Kohlensäurekonzentration des Wassers nachgewiesen wurde.“⁵⁰ Zusätzlich gibt diese Quelle 423 m³ frei aufsteigendes Kohlensäuregas ab, wodurch sie neben der Trinkkur und dem Kohlensäurebad auch für Trockengasbäder verwendet werden kann.⁵¹

Mit den Vorkommen der Marienquelle können unter anderem verschiedene Herz- und Kreislaufstörungen, Durchblutungsstörungen, schlecht heilende Wunden, Störungen der Sexualfunktion oder Ekzeme therapiert werden. Weiters wird sie auch in der Erholungskur angewendet.⁵²

Die Franzquelle (B2):

Die Franzquelle wurde ebenfalls im Jahr 1964 erbohrt, weist aber eine weitaus geringere Schüttung (0,16 l/sec) als die Marienquelle auf und kommt aufgrund dessen nur für Trinkkuren, nicht jedoch für Bäder, in Frage. Das Wasser ist ein Calcium (Magnesium)-Hydrokarbonat Eisensäuerling, dessen Austrittstemperatur

⁴⁶ Vgl. Silvia Jungel, Bad Tatzmannsdorf, 26.

⁴⁷ Kurbad Tatzmannsdorf AG (Hg.), Information über Heilwasser (Mineralsäuerling, Mineral-Thermalsäuerling, Eisenhaltige Mineralwasser) in Bad Tatzmannsdorf (Bad Tatzmannsdorf, 1985) 3.

⁴⁸ Vgl. ebd. 7.

⁴⁹ Kurbad Tatzmannsdorf AG (Hg.), Information über Heilwasser, 7.

⁵⁰ Kurbad Tatzmannsdorf AG (Hg.), Information über Heilwasser, 7.

⁵¹ Vgl. ebd.

⁵² Vgl. ebd. 8.

ca. 14° Celsius beträgt.⁵³ „Die wasserführenden Zonen liegen zwischen 69 und 160 m Tiefe.“⁵⁴ Diese Quelle ist mit dem geringsten Gehalt an Mineralisation gekennzeichnet. Dennoch weist sie für Therapien nutzbare Eigenschaften wie Kalzium- oder Natriumionen auf. Die Franzquelle findet bei Eisenmangel, Erholungskuren, Rekonvaleszenz oder bei Erkrankungen der ableitenden Harnwege Anwendung.⁵⁵

Die Wetschquelle (Parkquelle):

Die Wetschquelle findet, wie die Franzquelle, nur bei Trinkkuren und nicht bei Badekuren Anwendung.⁵⁶ „Als Heilanzeigen für Trinkkuren mit der Wetschquelle kommen vor allem Harnsäure- und Uratsteine sowie Cystinsteine in den Nieren bzw. ableitenden Harnwegen in Betracht.“⁵⁷ Dieses Quellwasser kann auch bei den gleichen Erkrankungen für die das Wasser der Marienquelle heilbringend ist, allerdings in größeren Mengen, angewendet werden.⁵⁸

Die Therme 72 (B3):

Aus der Therme 72 fließt ein Calcium-Hydrogencarbonat-Thermal-Säuerling, der 1972 in einer Tiefe von 202 Metern erbohrt wurde. Die Austrittstemperatur beträgt ca. 24° Celsius und die Schüttung beläuft sich auf 3,5 l/sec. Zusätzlich strömt frei aufsteigendes Quellgas aus der Therme 72, wodurch diese Quelle für Kohlensäurewannenbäder zum einen und für Kohlensäuregasbäder zum anderen genutzt werden kann.⁵⁹

Diese Quelle kommt „bei den verschiedensten Formen von Herz- und Kreislaufstörungen in Frage; sie [wirkt] auch günstig bei Erholungskuren und in der Rekonvaleszenz.“⁶⁰ Ebenso kann sie bei Durchblutungsstörungen, Erfrierungen, schlecht heilenden Wunden und vielem mehr eingesetzt werden.⁶¹

⁵³ Vgl. Kurbad AG, Information über Heilwasser, 9.

⁵⁴ Vgl. Ebd.

⁵⁵ Vgl. ebd.

⁵⁶ Vgl. Rudolf Luipersbeck, Das Heilbad Bad Tatzmannsdorf, 115.

⁵⁷ Rudolf Luipersbeck, Das Heilbad Bad Tatzmannsdorf, 115.

⁵⁸ Vgl. Rudolf Luipersbeck, Das Heilbad Bad Tatzmannsdorf, 115.

⁵⁹ Vgl. Kur AG, Bad Tatzmannsdorf, 170.

⁶⁰ Rudolf Luipersbeck, Das Heilbad Bad Tatzmannsdorf, 118.

⁶¹ Vgl. ebd.

3.2. Das Moor

Moorbehandlungen, also Moorbäder und -packungen, gibt es in Bad Tatzmannsdorf seit 1889. Damals holte man das Material aus dem ca. 15 Kilometer entfernten Wiesfleck, heute bezieht man das Moor aus den näher gelegenen Moorfeldern, die zwischen Unterschützen und Oberwart entdeckt wurden.⁶²

Das Moor:

„Unter einem Moor versteht man torfbildende Vegetationsbestände mit den daraus entstandenen Torflagen ab einer Mächtigkeit von mindestens 30 cm.“⁶³

Das Moor, das in Bad Tatzmannsdorf zur Anwendung kommt, kann als „flachmoorig, torfig-lehmiger Ton [...] charakterisiert werden.“⁶⁴ Die Wärmehaltung beträgt 650 sec/m^3 , der Gehalt an mineralischen Stoffen (auf Trockenmasse bezogen) liegt bei 65,5% und der Gehalt an organischen Stoffen bei 34,5%. Die Dichte bezogen auf die Trockenmasse beläuft sich auf $2,4 \text{ g/cm}^3$, bezogen auf den normalkonsistenten Badebrei auf $1,2 \text{ g/cm}^3$.⁶⁵ „Diese Werte charakterisieren das Tatzmannsdorfer Moor als Medium relativ hoher Dichte, wobei gesamt gesehen die thermophysikalischen Eigenschaften in jenen Bereichen liegen, wie sie für Torfe und Moorerden gefunden werden.“⁶⁶

Moorpackungen oder Moorbäder werden bei „Erkrankungen des rheumatischen Formenkreises (chronische, entzündliche Erkrankungen der Gelenke, Muskeln, Bänder, Sehnen und Nerven)“⁶⁷, weiters bei einer Vielzahl gynäkologischer Erkrankungen, bei Nachbehandlungen von Verletzungen oder Operationsfolgen sowie bei bestimmten Hauterkrankungen, wie beispielsweise Akne, angewendet.

⁶² Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG (Hg.), Information über Heilmoor in Bad Tatzmannsdorf (Bad Tatzmannsdorf, 1986) 11.

⁶³ Ebd. 5.

⁶⁴ J. E. Goldbrunner, Geologie der Moore, In: Theorie und Praxis der Peloidtherapie (Vorträge zum Symposium des 100jährigen Jubiläums der Mooranwendungen in Bad Tatzmannsdorf, 1989) Bad Tatzmannsdorfer kulturwissenschaftliche Symposiumsreihe Band 1 (Wien, 1995) 19.

⁶⁵ Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG (Hg.), Information über Heilmoor, 11.

⁶⁶ Ebd.

⁶⁷ Ebd. 17.

Ebenso findet Moor auch zur Behandlung von entzündlichen Erkrankungen des Bewegungsapparates oder des Genitaltraktes Verwendung.⁶⁸

4. Geschichte und wirtschaftliche Entwicklung von Bad Tatzmannsdorf

4.1. Die Anfänge

Bad Tatzmannsdorf kann auf eine sehr lange Geschichte, die von Höhen und Tiefen geprägt ist, zurückblicken. Den Ausgangspunkt bilden die Quellen, die „an den so genannten Tatzmannsdorfer Bruch, der durch die Linie Tatzmannsdorf-Mariasdorf-Rettenbach markiert wird, geknüpft“⁶⁹ sind. Diese Quellen waren



vermutlich bereits in prähistorischer Zeit Anreiz für eine Besiedelung des Gebiets um Bad Tatzmannsdorf, was Funde aus dieser Zeit beweisen.⁷⁰

„Die erste urkundliche Nennung liegt aus der ersten Hälfte des 17. Jahrhunderts vor.“⁷¹ Im Jahr 1620 hielt der evangelische Prädikant Johann Mühlberger, der in Jormannsdorf weilte, eine Festpredigt anlässlich der Eröffnung eines Sauerbrunnens mit dem Titel „Scaturigo salutis- Sprudelquell des Heils“, in der erste

Abb. 3

Hinweise auf den medizinischen Gebrauch

des Quellwassers zu finden sind. Diese Rede wurde ein Jahr später gedruckt und gilt unter der Bezeichnung „Regensburger Chronik“ als Geburtsurkunde Bad Tatzmannsdorfs (Vgl. Abb. 3).⁷²

⁶⁸ Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG, Information über Heilmoor, 17.

⁶⁹ Monika Reumann, Burgenland Exkursion. In: Geographisches Jahrbuch Burgenland (1979) 116.

⁷⁰ Vgl. Monika Reuman, Burgenland Exkursion, 116.

⁷¹ Monika Reuman, Burgenland Exkursion, 116.

⁷² Vgl. Helmut Sillner, Bad Tatzmannsdorf in alten Ansichten (Ein nostalgischer Bilderbogen) (Bad Tatzmannsdorf, 1992) 7.

Dadurch stieg die Zahl der Heilungssuchenden in der ersten Hälfte des 17. Jahrhunderts rasch an. Somit wurde ein geregelter Badebetrieb notwendig. In dieser Zeit waren es vorwiegend Trinkkuren, die verabreicht wurden, doch man interessierte sich auch schon für Kohlensäurebäder. Man kann von einer ersten Blütezeit Bad Tatzmannsdorfs sprechen. Der erste feststellbare Badearzt von Bad Tatzmannsdorf ist der Chirurg und Wunderarzt Johannes Rauch, der 1650 eine Wiese nahe den Quellen für die Errichtung eines Badehauses pachtete. Neben dem Badebetrieb wurde das Sauerwasser auch bis nach Wien exportiert.⁷³

Immer wieder waren die Quellen von Bad Tatzmannsdorf Gegenstand wissenschaftlicher Analysen. So schrieb Ignaz Joseph Wetsch, beispielsweise, seine Dissertation über das heilende Wasser im Jahr 1763, womit die erste wissenschaftliche Analyse über die Sauerquellen von Bad Tatzmannsdorf verfasst wurde. Nur wenig später analysierte auch der Wiener Pharmakologe und Gynäkologe Dr. Heinrich Johann von Crantz alle heilenden Wasser des gesamten Habsburgerreichs, darunter auch die des Burgenlandes. Aus seinem Werk entstand das erste österreichische Bäderbuch, wodurch die Bäderkunde zur Balneologie, einem eigenen Wissenschaftszweig, erhoben wurde.⁷⁴

Dies hatte zur Folge, dass ein neuerlicher Aufschwung in Bad Tatzmannsdorf zu verzeichnen war. Dadurch sah man sich gezwungen in die karge Infrastruktur zu investieren. So entstand neben neuen Anlagen (Badehaus, Park) 1795 auch der so genannte Tempel der Genesung (Vgl. Abb. 4) über der gefassten Hauptquelle.⁷⁵

⁷³ Vgl. Helmut Sillner, Bad Tatzmannsdorf in alten Ansichten (Ein nostalgischer Bilderbogen) (Bad Tatzmannsdorf, 1992) 7.

⁷⁴ Vgl. Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland, 468.

⁷⁵ Vgl. ebd.

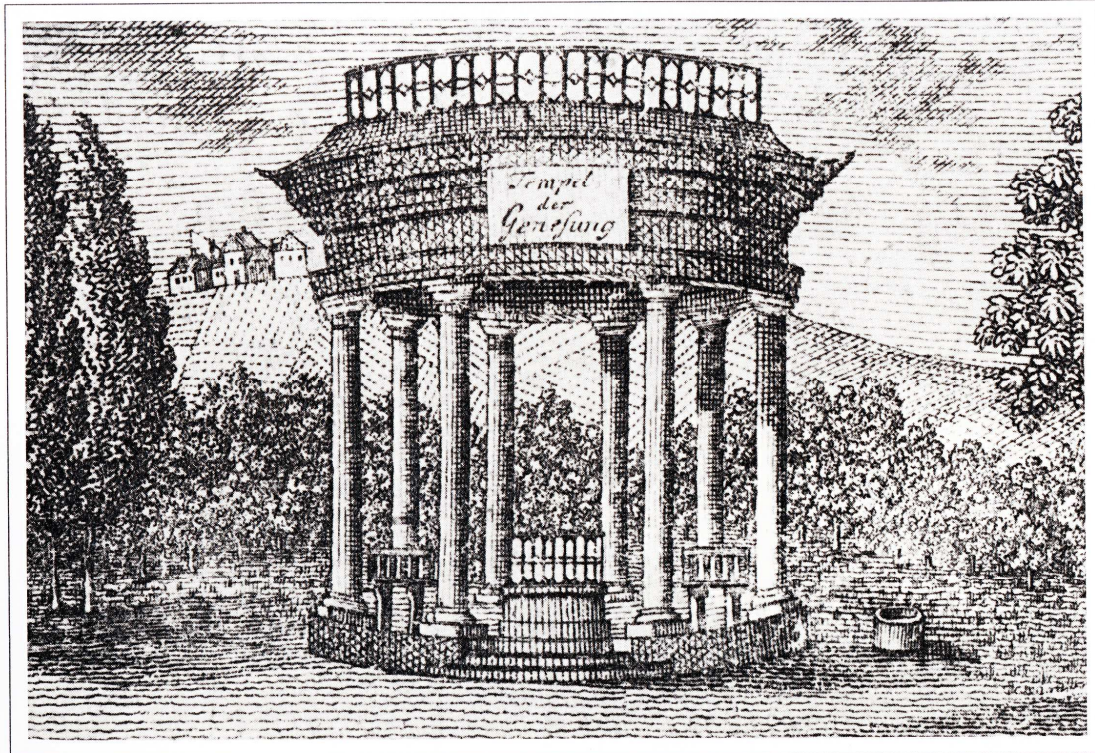


Abb. 4

Davor, nämlich 1752 hatte Graf Ludwig Batthyány den Ort „mitsamt allen Anlagen [erworben] und leitete gezielt eine neue Kurphase ein.“⁷⁶ Man war wieder verstärkt von Trinkkuren in Richtung Badekultur übergegangen.⁷⁷ Nach dieser Glanzzeit allerdings wurde der Ort mit seinem Kurbetrieb zusehends vernachlässigt. Seinen Höhepunkt fand dieser Prozess 1855, als Graf Gustav Batthyány, der ständig im Ausland lebte, das Bad an einen Ingenieur verpachtete. 1863 schließlich, übernahm der ungarische Magnat Graf Franz Batthyány den Besitz und es ging wieder stetig bergauf mit Bad Tatzmannsdorf, denn auch die Zahl der Badegäste stieg wieder an.⁷⁸ „Neubauten kamen hinzu, wie die Schweizerei, die Wandelbahn und das Füllhaus, in welch letzterem wegen des bedeutenden Andranges der Curgäste Wohnungen errichtet wurden.“⁷⁹ „Die medizinische Aufschließung des 4 km entfernten Moorlagers und der Ausbau der Eisenbahn Steinamanger-Pinkafeld und Aspang-Friedberg in den Achtzigerjahren trugen ebenfalls zur Aufwärtsentwicklung des Kurortes bei,

⁷⁶ Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland. In: Gesundheit und Hygiene im pannonischen Raum vom ausgehenden Mittelalter bis ins 20. Jahrhundert (Wissenschaftliche Arbeiten aus dem Burgenland) 120, Tagungsband der 23. und 24. Schlaininger Gespräche (Eisenstadt, 2007) 467.

⁷⁷ Vgl. Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland, 467.

⁷⁸ Vgl. Ludwig Thomas, Der Curort Tatzmannsdorf, 9f.

⁷⁹ Ludwig Thomas, Der Curort Tatzmannsdorf, 10.

sodass Tatzmannsdorf in seiner Heilwirkung zu dieser Zeit das bedeutendste Herz-, Frauen- und Rheumaheilbad der alten österreichisch-ungarischen Monarchie war.“⁸⁰ Graf Franz Batthyány konnte dem Ort in nur kurzer Zeit zu einem neuerlichen Aufschwung verhelfen.

Nach seinem Tod 1869, führten seine Gattin und sein Sohn den Betrieb in seinem Sinne fort und bemühten sich, den Ort in europäischem Stil erscheinen zu lassen, was ihnen auch gelang. Nach deren Tod verpachtete Graf Gabor Batthyány, der jüngste Sohn von Graf Franz Batthyány, das Kurbad aufgrund seiner Inkompetenz an zwei Ärzte.⁸¹ Schließlich verkaufte er es aber im Jahr 1919 an eine jüdische Finanzgruppe, die Kurbad Aktiengesellschaft, die von da an unter der Leitung von Moritz Heinrich stand.⁸²

In Bezug auf Beherbergungsbetriebe ist festzuhalten, dass sich um 1900 einiges getan hat. „Um den oft erlesenen Gästen adäquate Unterkünfte anbieten zu können, errichtete man vornehme Quartiere und exquisite Hotels.“⁸³ Darunter waren beispielsweise „der Quellenhof (1886), die Marienvilla (1887), die Carolinenvilla (1890), der Kurhof (1894/95) und das Hotel Batthyány (1903).“⁸⁴ Davor gab es nur eine kleine Zahl an Unterkunftsmöglichkeiten in Bad Tatzmannsdorf. Die vier größten waren das kleine und das große Kastell, das lange Gebäude und die Schweizerei.⁸⁵

Im Laufe der Jahre haben berühmte Persönlichkeiten immer wieder Aufenthalte in Bad Tatzmannsdorf genossen. Darunter waren Adalbert Stifter im Jahr 1844 und Franz Grillparzer 1852.⁸⁶

⁸⁰ Röm.-Kath. Kirche zum hl. Johannes dem Täufer, Bad Tatzmannsdorf (Festschrift zur Konsekration der röm.-kath. Kirche in Bad Tatzmannsdorf am 13. Oktober 1968) (Bad Tatzmannsdorf, 1968) 11.

⁸¹ Vgl. Christine Käfer, Bad Tatzmannsdorf, 14.

⁸² Vgl. Rudolf Luipersbeck, Das Heilbad Bad Tatzmannsdorf (Entwicklung und Grundlagen) (Bad Tatzmannsdorf, 1982) 41.

⁸³ Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland, 470.

⁸⁴ Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland, 470.

⁸⁵ Silvia Jungel, Bad Tatzmannsdorf (Die Entwicklung vom traditionellen Kurort zum Wellness tourismus) (ungedr. Dip. Arbeit, WU Wien, 2002) 23.

⁸⁶ Vgl. Silvia Jungel, Bad Tatzmannsdorf, 25.

4.2. Die Zeit der Weltkriege

Während des ersten Weltkriegs gehörte das Kurbad noch Graf Gabor Batthyány, der es aber 1919 an eine jüdische Finanzgruppe, aus der die Kurbad Aktiengesellschaft entstand, verkaufte.⁸⁷ Nachdem das Burgenland 1921 an das wirtschaftlich schwache Österreich angeschlossen wurde, musste sich der Kurort umorientieren, da er vor allem von Kurgästen aus Ungarn profitiert hatte.⁸⁸ Das Burgenland selbst war ein wirtschaftlich vernachlässigtes Randgebiet, das von seinen städtischen Zentren wie beispielsweise Ödenburg oder St. Gotthart nun getrennt war.⁸⁹

Bis 1938 verwaltete die Kurbad AG den Kurbetrieb von Bad Tatzmannsdorf, doch „trotz seines ausgezeichneten Rufes konnte Tatzmannsdorf an seine alten Zeiten nicht mehr anschließen. Kamen früher Adelige, Industrielle, Intellektuelle und wohlhabende Bürger[Innen], so waren es nun Patient[Inn]en aus allen Bevölkerungsschichten, die hier vorwiegend nicht Unterhaltung und Abwechslung, sondern Heilung von ihren Krankheiten suchten.“⁹⁰

Ab 1920 wurde der Kurbetrieb jährlich ausgeweitet, sodass man ab 1930 ganzjährig zur Kur nach Bad Tatzmannsdorf kommen konnte. Davor war dies nur in den Sommermonaten möglich gewesen. Dadurch erhoffte man sich einen Anstieg der Gästezahlen.⁹¹ Und „tatsächlich stiegen die Nächtigungszahlen rasch an. Zählte man 1926/27 rund 23.000 Nächtigungen, so waren es 1931/32 rund 52.000.“⁹²

Hier die Nächtigungszahlen von 1925-1935 im Detail:

Jahr	Gesamtnächtigungen
1925/26	173.900
1926/27	196.900

⁸⁷ Vgl. Rudolf Luipersbeck, Das Heilbad Bad Tatzmannsdorf, 40.

⁸⁸ Vgl. Monika Reumann, Burgenland Exkursion, 117.

⁸⁹ Vgl. Rudolf Luipersbeck, Das Heilbad Bad Tatzmannsdorf, 41.

⁹⁰ Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland, 471.

⁹¹ Vgl. Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland, 471.

⁹² Ebd.

1927/28	236.800
1928/29	211.900
1929/30	154.900
1930/31	203.300
1931/32	196.700
1932/33	161.100
1933/34	298.200
1934/35	310.000

Tabelle 1

Mit den Krisenjahren, der Tausend-Mark Sperre und der allgemein politisch instabilen Lage inklusive antijüdischer Propaganda gingen die Zahlen allerdings wieder zurück.⁹³ „1938 wurde schließlich die ‚Kurbad Tatzmannsdorf AG‘ zugunsten des Reichsgaues Steiermark liquidiert.“⁹⁴

Während der Kriegsjahre wurden die Kuranlagen von Bad Tatzmannsdorf von der deutschen Wehrmacht genutzt, wodurch der Badebetrieb schließlich gänzlich zum Erliegen kam; einzelne Objekte wurden zu Quartieren für Bombenopfer umfunktioniert, das Kurhotel wurde als Feldlazarett genutzt. Mit Ende des Zweiten Weltkrieges waren die Kuranlagen zum größten Teil zerstört.⁹⁵

Auf Initiative der Landesregierung begann man nach 1948 langsam mit Maßnahmen zum Wiederaufbau des Kurbetriebes. Die Quellen wurden neu gefasst und die schwer beschädigten Gebäude teils neu errichtet, teils wieder in Stand gesetzt.⁹⁶ „Die Kurbad AG erwachte zu neuem Leben, als Alleineigentümer zeichnete das Burgenland für die weitere Entwicklung verantwortlich.“⁹⁷

Ab 1955 standen bereits wieder 500 Gästebetten zur Verfügung und im neuen Kurmittelhaus waren nun auch Moorbäder und Kabinen für die

⁹³ Vgl. Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland, 471f.

⁹⁴ Ebd. 472.

⁹⁵ Vgl. ebd. 472.

⁹⁶ Vgl. Monika Reumann, Burgenland Exkursion, 117.

⁹⁷ Helmut Sillner, Bad Tatzmannsdorf in alten Ansichten, 87.

Kohlensäurebäder untergebracht. Somit konnte man Schritt für Schritt wieder an den Erfolg der Jahre vor den Weltkriegen anknüpfen.⁹⁸

4.3. Die letzten Jahrzehnte

Durch die wachsende Anzahl an Gästebetten „ergab sich auch die Notwendigkeit der Errichtung eines modernen Kurmittelhauses; es entstand in zwei Etappen (1957, 1963) und fand internationale Beachtung. Durch die hohen Zuwachsraten an Gästen mussten zur Sicherung des Wasserhaushaltes neue Bohrungen niedergebracht werden, die Marienquelle und die Therme 72 spenden seit den Sechziger- und frühen Siebzigerjahren ausreichende Mengen heilbringenden Mineralwassers.“⁹⁹

Somit war der Startschuss für eine erfolgreiche Zukunft des Kurortes erfolgt; anhand der Nächtigungszahlen von 1953-1973 kann der Aufwärtstrend genau verfolgt werden:

Jahr	Nächtigungszahlen der Kurbetriebe		
	Gesamt	Private	Auf Kranken- kasse
1953	15.230		
1954	27.642		
1955	20.745		
1956	31.131		
1957	39.608		
1958	40.300	19.180	21.120
1959	41.730	24.732	16.998
1960	43.964	27.796	16.168
1961	45.547	29.424	16.123
1962	46.994	32.431	14.563

⁹⁸ Vgl. Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland, 472.

⁹⁹ Helmut Sillner, Bad Tatzmannsdorf, 87.

1963	44.861	39.088	5.773
1964	44.412	41.731	2.681
1965	49.763	42.298	7.465
1966	47.091	42.817	5.174
1967	49.186	44.847	4.339
1968	51.795	48.482	3.313
1969	48.871	47.368	1.503
1970	51.409	49.761	1.648
1971	59.944	57.765	2.179
1972	62.862	60.317	2.545
1973	60.864	56.972	3.892

Tabelle 2

Vor allem durch das Auftreten der Sozialversicherungsträger, die die Kosten der Kur für ihre Versicherten übernahmen, konnten anfangs höhere Gästeanzahlen erzielt werden. Bis 1973 ging diese Zahl zwar stetig wieder zurück (Vgl. Tabelle 2), doch in den Statistiken der letzten Jahre ist wieder eine Umkehr dieses Trends zu erkennen (Vgl. Tabelle 3). Ab 1985 überwiegen Gäste der Sozialversicherungsträger in den Kurbetrieben. Die Grundlage der Zusammenarbeit seitens der Kurbad Tatzmannsdorf AG mit den Sozialversicherungsträgern bildet ein Rahmenvertrag zwischen der Aktiengesellschaft und dem Hauptverband der Sozialversicherungsträger, dem eine Vielzahl von einzelnen Krankenkassen beigetreten ist.¹⁰⁰

Nächtigungszahlen der Kurbad Tatzmannsdorf AG		
Jahr	Privat	Krankenkasse
1983	38.680	29.591
1984	40.945	40.550
1985	40.030	47.896
1986	40.735	63.345
1987	41.346	73.918

¹⁰⁰ Vgl. Information von Rudolf Luipersbeck per E- Mail am 4.1.2012.

1988	40.070	73.724
1989	39.561	70.917
1990	37.328	72.533
1991	39.768	71.784
1992	42.141	88.364
1993	41.665	94.895
1994	45.080	93.358
1995	51.332	97.257
1996	51.701	91.521
1997	54.258	88.013
1998	53.965	100.969
1999	55.473	104.008
2000	59.660	106.994
2001	57.756	105.287
2002	53.366	106.288
2003	52.515	102.327

Tabelle 3

„Waren die 1980er-Jahre gekennzeichnet durch den Ausbau des Kurangebotes, so wurden im darauf folgenden Jahrzehnt große Investitionen zur Weiterentwicklung durchgeführt, um mit vergleichbaren Kurbädern Schritt halten zu können.“¹⁰¹ So wurde beispielsweise das „Ludwig-Boltzmann-Institut zur Erforschung physiologischer Rhythmen“ eingerichtet, wodurch man einen wissenschaftlichen Nachweis über die Kurerfolge bieten konnte. Von eminenter Bedeutung war die Bohrung nach Thermalwasser im Süden von Bad Tatzmannsdorf im Jahr 1988. Diese Thermalquelle speist die hoteleigenen Wellnessbereiche, sowie die damalige „Burgenlandtherme“ (heute Avitatherme), die im Oktober 1995 eröffnet wurde.¹⁰²

Heute kann man Bad Tatzmannsdorf nicht mehr nur als reinen Kurort bezeichnen, denn in den letzten Jahren hat man viel in die Bereiche Gesundheit und Wellness investiert, sodass die Marke Bad Tatzmannsdorf heute Kur,

¹⁰¹ Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland, 472.

¹⁰² Vgl. Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland, 473.

Therme und Sport umfasst. Damit werden nicht mehr nur ältere, gebrechlichere Menschen, sondern auch ein jüngeres Publikum angezogen. Die Zahl der Gesamtnachtungen in Bad Tatzmannsdorf betrug im Jahr 2010 bereits 537.514.¹⁰³

5. Die klassische Kur

5.1. Begriffsbestimmung

Für die vorliegende Arbeit ist es notwendig, den Begriff Kur einmal genauer zu beleuchten und zu definieren: „Der Begriff ‚Kur‘ geht auf das lateinische ‚cura‘ (Sorge) zurück und bedeutet heute eine bestimmte Sorge, nämlich die um das körperliche Wohlbefinden eines Menschen, noch genauer gesagt, die Sorge um die Wiederherstellung einer durch Krankheit oder Leiden beeinträchtigten Gesundheit.“¹⁰⁴

Daraus resultierend dient der Kurtourismus „zur Erholung und Ertüchtigung des Körpers, eignet sich zur Vor- und Nachsorge bei Operationen und schließt Trinkkuren verschiedenster Art mit ein.“¹⁰⁵ Ziel ist die Selbstfindung, die Erholung von Stress, eine bewusste Atmung und die Stärkung des Selbstwertes.¹⁰⁶

Bad Tatzmannsdorf setzt auf drei Schwerpunkte in Bezug auf die Kur: Die „Kur für das Herz“, die „Kur für den Bewegungs- und Stützapparat“ und die „Kur für die Frau“.¹⁰⁷ Neben diesen Schwerpunkten werden auch Atemwegserkrankungen, Erholungsbedürftigkeit, vegetative Dystonie, Erkrankungen des Nervensystems, Hauterkrankungen, Sexualfunktionsstörungen, Stoffwechselerkrankungen, Eisenmangelzustände, Harnwegserkrankungen, Erkrankungen des Verdauungsapparates und

¹⁰³ Vgl. Ernst Karner, Information der Gemeinde Bad Tatzmannsdorf, 2.

¹⁰⁴ Heinz Koteck, Die Stellung der Kurorte im österreichischen Fremdenverkehr (unter besonderer Berücksichtigung der gesetzlichen Lage seit 1958) (ungedr. Diss., WU Wien, 1967) 1.

¹⁰⁵ Karl Trummer, Glossar wichtiger Tourismusbegriffe, In: Geographisches Jahrbuch 2005 (Neutal, 2005) 180.

¹⁰⁶ Vgl. ebd.

¹⁰⁷ Vgl. Ernst Jedlicka, Fit durch Kur, 89.

Verletzungsfolgen therapiert.¹⁰⁸ Hier die Heilanzeigen, Therapien und Anwendungen im Überblick:

Heilanzeigen:	<u>Herz- Kreislauf</u>	<u>Bewegungsapparat</u>
Verwendete natürliche Heilvorkommen:	Kohlensäurewannenbäder, Kohlensäuregasbäder	Moorbäder, Moorpackungen
Ergänzende Therapien	Zellenbäder	Heilgymnastik
	Kreislaufgymnastik	Unterwasser- massagen
	Arteriell und venöses Gefäßtraining	Unterwasserstreckung „System Bad Tatzmannsdorf“
	Ernährungsberatung	Elektrotherapie
	Gesundheitspsychologie	Ernährungsberatung
	Stressberatung	Gewichtsreduktion
	Rauchentwöhnung	Entspannungstraining
		Gesundheitspsychologie

Tabelle 4

5.2. Gesetzliche Grundlage

Die gesetzliche Grundlage der Kur bildet das Krankenanstalten- und Kuranstaltengesetz (KAKuG) vom Jahr 2002. Die natürlichen ortsgebundenen Heilmittel oder Produkte daraus dienen in bestimmten Einrichtungen medizinischen Behandlungen.¹⁰⁹

¹⁰⁸ Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG, Information über Heilwasser, 25- 28.

¹⁰⁹ Vgl. Klaus Hubatka, Gesundheitswissenschaften (Erfolg von Kur, Rehabilitation und Wellness-Ergebnisse von Befragungen zur Qualitätssicht der Anbieter, Kunden und Zuweiser) Band 38 (Linz, 2010) 39.

Als natürliche Heilvorkommen werden laut §1 Absatz 1 des österreichischen Heilvorkommen- und Kurortgesetzes „[...] ortsgebundene, natürliche Vorkommen, die auf Grund besonderer Eigenschaften und ohne jede Veränderung ihrer natürlichen Zusammensetzung eine wissenschaftlich anerkannte Heilwirkung ausüben oder erwarten lassen, ferner natürliche Faktoren ortsbedingter Art, die gleichfalls eine wissenschaftlich anerkannte Heilwirkung ausüben oder erwarten lassen [...]“¹¹⁰ verstanden.

Gemäß dem Heilvorkommen- und Kurortgesetz (BGBl. Nr. 272/ 1958) muss ein Ort, der über derartige natürliche Heilmittel verfügt, von der Landesregierung anerkannt werden, um sich Kurort nennen zu dürfen. Des Weiteren muss der Ort unter anderem Maßnahmen gegen Industrie, die ständige Anwesenheit eines Arztes, das Vorhandensein von einer Apotheke, hygienischer Unterkunftsmöglichkeiten, Desinfektionsmöglichkeiten und Grünflächen sowie die Möglichkeit der Verpflegung in Form von Diätkost gewährleisten.¹¹¹

5.3. Die Bedeutung einer Kur

Kuren haben lange Tradition und können durch kein Medikament ersetzt werden. Vor allem Badekuren erfreuten sich schon bei den Griechen und Römern großer Beliebtheit.¹¹² „Trotz aller Fortschritte der Medizin und aller neuen Heilmittel ist die schon Jahrtausende alte Badekur noch immer aktuell; denn zur Vorbeugung, zur Heilung oder Besserung chronischer Leiden und zur Wiedergewinnung der Arbeitskraft und Lebensfreude kann ein Kuraufenthalt selbst durch das beste Medikament nicht ersetzt werden.“¹¹³

Neben den Wirkstoffen und Helfaktoren aus dem Moor, dem Thermalwasser, dem Klima oder dem Quellwasser spielt auch der seelische Zustand für den Kurerfolg eine große Rolle. Deshalb ist die Zeit der Kur eine Entlastung vom

¹¹⁰ Klaus Hubatka, Gesundheitswissenschaften (Erfolg von Kur, Rehabilitation und Wellness- Ergebnisse von Befragungen zur Qualitätssicht der Anbieter, Kunden und Zuweiser) Band 38 (Linz, 2010) 39.

¹¹¹ Vgl. Landesrecht Burgenland: Gesamte Rechtsvorschrift für Burgenländisches Heilvorkommen- und Kurortgesetz 1963, Fassung vom 9.12.2010. Artikel II, 2. Abschnitt, § 12.

¹¹² Vgl. Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland, 466.

¹¹³ Kurbad Tatzmannsdorf AG, Information über Heilwasser, 17.

anstrengenden Alltag und bedeutet für sich selbst Zeit zu haben.¹¹⁴ „Zahlreiche körperliche und seelische Krankheiten wären vermeidbar, würde sich der Mensch anders verhalten oder wären seine Bewältigungsstrategien effizienter.“¹¹⁵ Der Wirkungsmechanismus einer Kur ist wie eine Reiztherapie aufgebaut; durch Bäder, Packungen oder andere Anwendungen werden gezielt, aber kontrolliert Reize ausgeübt, die dann auf den Organismus wirken.¹¹⁶

Das Ludwig-Boltzmann-Institut in Bad Tatzmannsdorf ist durch wissenschaftliche Studien den Beweis der Langzeitwirkung einer Kur angetreten. So ist bestätigt, dass selbst nach einem Jahr nach Kurende noch ein positiver Effekt in Bezug auf den Allgemeinzustand oder bei Beschwerden zu verspüren ist.¹¹⁷ „Sowohl psychische Beschwerden, Schmerzen, eine generell negative Stimmung als auch die Lebenszufriedenheit befanden sich ein Jahr nach dem Kuraufenthalt fast auf dem gleichen Niveau wie zu Kurende.“¹¹⁸

Neben den direkten positiven Effekten für die Heilungssuchenden ist der Kuraufenthalt mit seiner nachhaltigen Wirkung von immer größer werdender Bedeutung für die Volkswirtschaft. Laut einer Informationsveranstaltung der Pensionsversicherungsanstalt vom 24.2.2011 in Eisenstadt steigen die Zahlen von Berufsunfähigen oder Invaliden von Jahr zu Jahr an.

2009 waren es insgesamt 25.418 Neuzugänge bei Pensionen durch Berufsunfähigkeit oder Invalidität; die Ursachen liegen meist bei Erkrankungen des Stütz- und Bewegungsapparates, des Herz- Kreislaufsystems sowie bei psychiatrischen oder bösartigen Erkrankungen, wobei psychiatrische Beeinträchtigungen seit 2006 an erster Stelle stehen. Beeinflusst wird das etwa durch hohe Erwartungen in Bezug auf Flexibilität, Verfügbarkeit, Leistung und Stabilität einerseits, und in einer Abnahme in den Punkten Stabilität und Vertrauen andererseits.¹¹⁹ Bei Pensionsanträgen ist im Zeitraum von 2005 bis 2010 eine Steigerung von +22,75% zu verzeichnen. Aus diesem Grund muss

¹¹⁴ Vgl. Gästeinformation Bad Tatzmannsdorf, Kurfibel, 26.

¹¹⁵ Ebd.

¹¹⁶ Vgl. Österreichischer Heilbäder- und Kurorteverband, Kur, Therme, Kneipp in Österreich (Wien, April 2002) 3.

¹¹⁷ Vgl. Gästeinformation Bad Tatzmannsdorf, Kurfibel, 32.

¹¹⁸ Gästeinformation Bad Tatzmannsdorf, Kurfibel, 32.

¹¹⁹ Vgl. PVA, Informationsveranstaltung (Eisenstadt, 24.2.2011), PPP. 2-11.

das Motto „Rehabilitation vor Pension“ laut PVA stärker forciert werden, um die Arbeitsfähigkeit lange zu erhalten.¹²⁰

In einem Vergleich der Rahmenbedingungen 2010-2035 vom Generaldirektor der PVA, Dr. W. Pinggera, ist ein Bevölkerungszuwachs der über 65-Jährigen von + 60% zu erwarten. Dagegen ist bei Erwerbspersonen aber nur mit einer Steigerung um + 2,4% zu rechnen, gleichzeitig wird der Pensionsaufwand aber um + 95% steigen.¹²¹

5.4. Der Kurverlauf

Da eine Kur nicht die bloße und stetige Besserung von Krankheitszuständen bedeutet, soll im Folgenden auf die Höhen und Tiefen während eines Kuraufenthalts näher eingegangen werden. „Noch vor 200 Jahren war die Dauer einer Badekur mindestens 8 Wochen. Man steckte den Kranken so lange und so oft ins Bad, bis sich auf der Haut ein Badeausschlag bildete und die Beschwerden sich so verschlechterten, dass er diese Badekrise nur unter Aufbietung seiner ganzen Kraft überstehen konnte.“¹²² Mit dieser heftigen Krise glaubte man einen sicheren Erfolg herbeiführen zu können. Über die Jahre ist die Dauer einer Kur immer kürzer geworden, heute dauert eine durchschnittliche Kur drei Wochen. Diese Zeitspanne ist erforderlich, um wirkliche Besserung zu erzielen, denn die gesetzten Maßnahmen im Rahmen einer Kur wirken nicht sofort. Deshalb sind zweiwöchige Aufenthalte oftmals nicht so effektiv wie dreiwöchige, denn die Kur ist gekennzeichnet durch den ständigen Wechsel der Verfassung.¹²³

Das Befinden während des Verlaufs einer Kur wurde von dem Universitätsprofessor G. Hildebrandt über Jahre hinweg an einer Vielzahl von Kurgästen erforscht. Er kam zu dem Schluss, dass Schlafstörungen, Abgeschlagenheit und innere Unruhe innerhalb der dreiwöchigen Kur

¹²⁰ Vgl. PVA, Informationsveranstaltung, 2.

¹²¹ Vgl. W. Pinggera, Die Bedeutung der Kurtherapie für die Sozialversicherungsträger (o.O., 14.11.2011), PPP, 4.

¹²² Rudolf Luipersbeck, Das Heilbad Bad Tatzmannsdorf, 139.

¹²³ Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG, Information über Heilwasser, 18.

auftreten.¹²⁴ „Die Schlafstörungen nehmen in der ersten Woche immer mehr zu und erreichen ihren Höhepunkt anfangs der 2. Kurwoche. [...] Gegen Ende der 2. Woche ist dann der Schlaf wieder gut, um gegen Ende der 3. Woche wieder (diesmal leichteren) Schlafstörungen zu weichen, dann folgt eine Besserung des Schlafes.“¹²⁵ Ähnlich verhält es sich mit Müdigkeit und Abgeschlagenheit: sie treten nach nur wenigen Kurtagen auf, nehmen innerhalb der ersten Woche stark zu und verschwinden erst gegen Ende der zweiten Woche wieder. Um den 20. Tag herum ist dann wieder eine kurz andauernde Abgeschlagenheit festzustellen. Nach einigen Bädern klagen viele Kurgäste auch über innere Unruhe und Nervosität. Auch hier sind Schübe innerhalb der drei Wochen zu beobachten. Den Höhepunkt findet die Nervosität um den 10. Tag der Kur, ein kleinerer Gipfel ist auch in der dritten Woche zu verzeichnen.¹²⁶ (Vgl. Abb. 5)

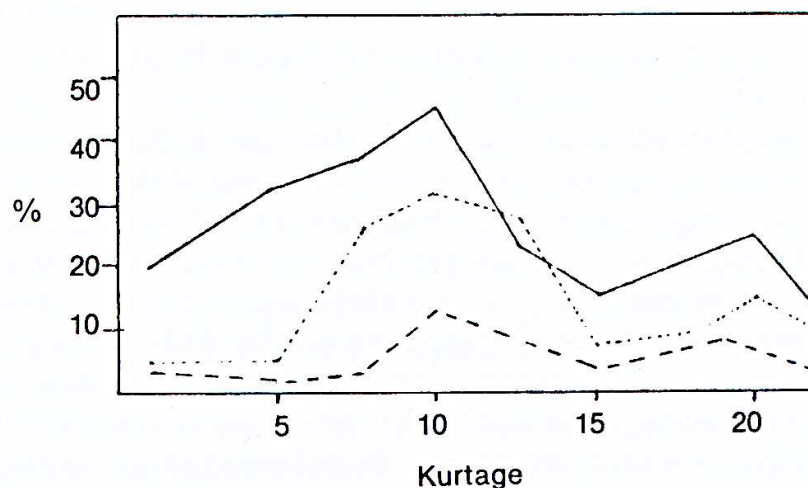


Abb. 1: Schlafstörungen —, Abgeschlagenheit, innere Unruhe ---

Abb. 5

Diese Beobachtungen zeigen, dass ein Kurverlauf von Höhen und Tiefen gekennzeichnet ist, eine Besserung tritt periodisch ein. Die besonders starken Beschwerden, die auch schon vor Jahrzehnten bei Kurgästen zu beobachten

¹²⁴ Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG, Information über Heilwasser, 18f.

¹²⁵ Kurbad Tatzmannsdorf AG, Information über Heilwasser, 19.

¹²⁶ Vgl. ebd.

waren, fallen auf die zweite Kurwoche und werden als Kurkrise oder Kurreaktion bezeichnet.¹²⁷

Allen Schwankungen zum Trotz nehmen die Beschwerden insgesamt ab und die Leistungsfähigkeit des Kurgastes wird langfristig gesteigert.¹²⁸ „Nicht die akuten Vorgänge, die sich im Bade selbst oder in den ersten Stunden danach vollziehen, sind für den Kurerfolg ausschlaggebend, sondern erst die Rückwirkung dieser akuten Auseinandersetzungen auf die im Untergrund verlaufenden Verschiebungsprozesse des vegetativen Gleichgewichts.“¹²⁹

6. Wellness- und Gesundheitstourismus

6.1. Begriffsbestimmungen

Gesundheitstourismus und Wellness tourismus sind zwei weit verbreitete und oft verwendete Begriffe, die nur schwer voneinander abzugrenzen sind. Aufgrund von uneinheitlichen Definitionen in der Literatur soll nachfolgend ein Versuch zur Begriffsbestimmung unternommen werden.

„Gesundheitstourismus dient dem vollständigen physischen, psychischen und sozialen Wohlbefinden des Menschen. Gesundheit ist die ‚Balance zwischen Ordnung und Chaos‘. Die Gesundheitsvorsorge mit viel Bewegung und gesunder Ernährung stehen im Vordergrund. (WHO)“¹³⁰

In der Literatur gibt es keine einheitliche Definition des Begriffs. Eine Möglichkeit ist Gesundheitstourismus als „die Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Ortsveränderung und dem Aufenthalt von Personen zur Förderung, Stabilisierung und gegebenenfalls Wiederherstellung des körperlichen, geistigen und sozialen Wohlbefindens unter der Inanspruchnahme von Gesundheitsleistungen ergeben, für die der Aufenthaltsort

¹²⁷ Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG, Information über Heilwasser, 19f.

¹²⁸ Vgl. ebd. 21.

¹²⁹ Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG, Information über Heilwasser, 19f.

¹³⁰ Karl Trummer, Glossar wichtiger Tourismusbegriffe, 179.

weder hauptsächlicher noch dauernder Wohn- noch Arbeitsort ist“¹³¹ zu beschreiben.

Der Gesundheitstourismus als eine eigenständige Sparte des Fremdenverkehrs setzt auf die Schwerpunkte Erhaltung, Stabilisierung und Wiederherstellung nach Krankheit in einer ganzheitlichen Auffassung. Eine exakte Abgrenzung von Kur, Rehabilitation oder Wellness ist oft nur schwer zu definieren. Mögliche Differenzierungsfaktoren könnten die Motive oder auch der Gesundheitszustand der Gäste darstellen.¹³²

Eine eindeutige und einheitliche Definition des Begriffs „Wellness“ existiert bis zum heutigen Tag in der Literatur nicht. Die Wortschöpfung ist eine Verbindung aus den englischen Bezeichnungen „wellbeing“ (Wohlergehen) und „fitness“ (Tauglichkeit, gute Form) und geht auf den amerikanischen Sozialmediziner Dr. Halbert L. Dunn zurück, der den Begriff 1961 geprägt hat.¹³³ Er sprach „damals erstmalig über einen speziellen Zustand von hohem menschlichen Wohlbefinden, welches er in Abhängigkeit von Körper, Seele, Geist und Umwelt sieht.“¹³⁴

Somit bildet „Wellness (...) mit seinem ganzheitlichen Ansatz zum Erreichen und Bewahren eines optimalen körperlichen, geistig- seelischen und sozialen Wohlbefindens eine wesentliche Säule im Gesundheitstourismus.“¹³⁵

Es kann also als eine Art Fitness für Körper, Geist und Seele in einer ganzheitlichen Auffassung bezeichnet werden.¹³⁶ Typische Merkmale dieses vielseitigen Phänomens sind:

- „- Bewusste, wohlbefindensfördernde körperliche Bewegung
- Bewusste, gesunde und abwechslungsreiche Ernährung
- Entspannung und Stressbekämpfung/-management (beruflich und privat)
- Geistige Aktivität/Bildung

¹³¹ Klaus Hubatka, Gesundheitswissenschaften (Erfolg von Kur, Rehabilitation und Wellness- Ergebnisse von Befragungen zur Qualitätssicht der Anbieter, Kunden und Zuweiser) Band 38 (Linz, 2010) 49.

¹³² Vgl. Klaus Hubatka, Gesundheitswissenschaften, 49f.

¹³³ Vgl. ebd. 52.

¹³⁴ Ebd.

¹³⁵ Karl Trummer, Glossar wichtiger Tourismusbegriffe, 184.

¹³⁶ Vgl. Klaus Hubatka, Gesundheitswissenschaften, 52.

- Persönliche Gesundheitsverantwortung
- Kommunikation, Geselligkeit und Bildung von sozialen Beziehungen“¹³⁷

Laut einer Studie der Österreich Werbung gehören zu einem Gesundheitsurlaub gesundes Essen und Trinken, ein gesundes Klima, ein Gesundheitscheck sowie Sport- und Bewegungsmöglichkeiten in der Natur. Bei einem Wellnessurlaub legt der Gast viel Wert auf Schönheit, darauf, verwöhnt zu werden, Entspannung, Bade- und Saunalandschaften, sowie Kosmetikangebote. Zu einer Kur hingegen gehören vor allem die medizinische Betreuung, die klassischen Kuranwendungen, ein Gesundheitscheck und gesundes Essen und Trinken.¹³⁸

6.2. Entwicklungen in Bezug auf Wellness, Gesundheit und Sport in Bad Tatzmannsdorf in den letzten 15 Jahren

Bad Tatzmannsdorf setzte in den vergangenen 15 Jahren verstärkt auf Maßnahmen, die in Zusammenhang mit Wellness, Gesundheit und Sport stehen. Die Gemeinde tätigte zahlreiche Investitionen, um neue Gästesichten zu gewinnen. Im folgenden Kapitel sollen die wichtigsten Projekte beschrieben werden.

6.2.1. Die Therme

Nachdem im Jahr 1988 Thermalwasser erbohrt worden war, entschied sich die Gemeinde Bad Tatzmannsdorf auf ein zusätzliches, touristisches Standbein, nämlich eine öffentlich zugängliche Therme, zu setzen. Der Kurtourismus alleine stellte keine sichere Einnahmequelle mehr dar und man wollte eine neue Gästesicht für Bad Tatzmannsdorf gewinnen. Ebenso musste man auf die Markttrends in Bezug auf Gesundheit und Wellness reagieren und dementsprechendes Freizeitangebot schaffen.¹³⁹ „Die zentralen Aspekte dabei

¹³⁷ Klaus Hubatka, Gesundheitswissenschaften, 53.

¹³⁸ Vgl. Österreich Werbung, Gesundheit, Wellness und Kur im Urlaub- Kurinformation (Der deutsche Urlauber 1999-2009) F.U.R. Deutsche Reiseanalyse (o.O., Juni 2010) 3.

¹³⁹ Vgl. Silvia Jungel, Bad Tatzmannsdorf (Die Entwicklung vom traditionellen Kurort zum Wellnesstourismus) (ungedr. Dip. Arbeit, WU Wien, 2002) 49.

waren eine Imagekorrektur Bad Tatzmannsdorfs, eine Steigerung der touristischen Attraktivität, eine erhöhte Auslastung bereits bestehender Bettenkapazitäten und eine Saisonverlängerung. Der gesamte Ort sollte dadurch eine neue Dynamik erhalten und der Bekanntheitsgrad Bad Tatzmannsdorfs als Gesundheitsort und nicht als bloßer Kurort gesteigert werden.“¹⁴⁰

An der Realisierung des Projekts waren die Kurbad AG, die Gemeinde Bad Tatzmannsdorf, die Gemeinde Oberschützen, die Burgenländische Risiko-Kapitalbeteiligungs- AG, sowie 65 private KommanditistInnen beteiligt. Heute wird die Therme als GmbH & Co KG geführt. Nach einer Bauzeit von 16 Monaten wurde die Therme in Bad Tatzmannsdorf unter dem Namen „Burgenlandtherme“ im Oktober 1995 eröffnet.¹⁴¹

Die Burgenlandtherme setzte vor allem auf Ruhe und Genuss gemäß dem Motto „Qualität statt Quantität“. Aus diesem Grund wurde auf Rutschen, Sprungbretter und dergleichen zu hundert Prozent verzichtet, denn Kinder und Jugendliche gehörten damals wie heute nicht zum Zielpublikum. Man wollte sich nicht als Erlebnistherme definieren, sondern vielmehr als „Ruhe- und Genießertherme“.¹⁴²

Im ersten Betriebsjahr wurden die zuvor prognostizierten Besucherzahlen deutlich überschritten (145.000)¹⁴³, was zu einer baldigen Erweiterung des zu klein konzipierten Saunabereichs zu „Spannonia“, dem Sauna Garten Eden, führte. Nach dieser Erweiterung gab es schließlich 16 Saunakabinen, wie beispielsweise die Seesauna, das Kräuterdampfbad oder eine Suhle.¹⁴⁴

Nach 15 Jahren erfolgreichen Dauerbetriebs der Burgenlandtherme in Bad Tatzmannsdorf erfolgte im letzten Jahr der Startschuss für einen Zu- und Umbau. Am ersten Augustwochenende 2011 konnte bereits, nach achtmonatiger Bauzeit, der neu gestaltete Außenbereich der Therme eröffnet werden. In mehreren Etappen soll das so genannte Megaprojekt bis Ende 2012 abgeschlossen sein. Der Innenbereich konnte nach der Neugestaltung und den Renovierungsarbeiten

¹⁴⁰ Silvia Jungel, Bad Tatzmannsdorf, 49.

¹⁴¹ Vgl. ebd. 49f.

¹⁴² Vgl. ebd.

¹⁴³ Ebd. 57.

¹⁴⁴ Gemeinde Bad Tatzmannsdorf, <http://www.bad-tatzmannsdorf.at/index.php?id=444>, (29.9.2011).

bereits im Oktober 2011 wieder eröffnet werden; die Erweiterung des Hotels Avita ist im Moment im Gange. Mit diesen Maßnahmen hat man eine Imagekorrektur vorgenommen. Die Therme trägt nun den Namen Avitatherme und setzt verstärkt auf Liebe, Romantik und Sinnlichkeit.¹⁴⁵



Abb. 6

Mit Gesamtinvestitionen in der Höhe von 17,4 Mio. Euro soll aus der ehemaligen Burgenlandtherme und dem angrenzenden Hotel Avita das Avita Resort entstehen.¹⁴⁶

Zu dieser Dachmarke zählen:

- „- AVITA Therme (ehemals Burgenlandtherme)
- AVITA Exklusiv (ab Herbst 2012 hauseigener Wasser-, Sauna- & Ruhebereich für Hotelgäste)
- AVITA Hotel (25 neue Zimmer ab Herbst 2012, darunter eine Penthousesuite)
- AVITA Aktiv (Fitness Center, Aktiveinheiten)
- AVITA Beauty (Kosmetik & Massage)¹⁴⁷

¹⁴⁵ Bezirksblätter Oberwart, Avita Therme eröffnet den neuen Außenbereich (Nach nur acht Monaten Bauzeit durften am Wochenende die ersten Gäste das neue Juwel der Thermenwelt nutzen) Bezirksblatt Nr. 32 (Oberwart, 10. August 2011) 6f.

¹⁴⁶ Vgl. Mühl & Schmidbauer, AVITA Therme (Wellness in neuen Dimensionen- Baureportage) In: prima! Bunter informiert (Oberwart August 2011) 12.

¹⁴⁷ Mühl & Schmidbauer, AVITA Therme (Wellness in neuen Dimensionen- Baureportage) In: prima! Bunter informiert (Oberwart August 2011) 12.



Abb. 7

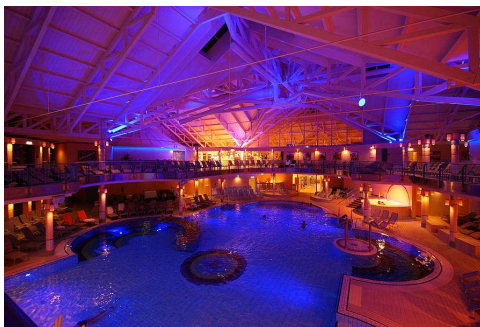


Abb. 8

Die Hauptattraktionen sind ein 650 m² großer Naturbadeteich mit integriertem Thermalbecken (Vgl. Abb. 7), Romantik-Stege, Seeuferatmosphäre und Natur-Oase- Liegeflächen im Freilichtmuseum, das teilweise ins Konzept integriert wurde.

Weiters gibt es neue Ruhebereiche, Rückzugsnischen und eine Erweiterung des Sauna Garten Eden.¹⁴⁸ „Ein rundum neues Kleid erhält die

Therme auch im Innenbereich [(Vgl. Abb.8)].

Das neu inszenierte Indoor- Areal der AVITA Therme [...] punktet vor allem mit einer einzigartigen sinnlichen Atmosphäre:

Das Thermalinnenbecken schafft mit seinen Wasserattraktionen wie Schwallbrausen und Massagedrüsen sowie Licht- und Farbeffekten ein inspirierendes Sinneserlebnis.“¹⁴⁹

Durch den Um- und Zubau der Therme und des Hotels entstehen weitere Arbeitsplätze für die Region.¹⁵⁰ Zusätzlich wurde großer Wert auf eine Bestandsoptimierung im Sinne eines energie- und kostensparenden Thermenbetriebs gelegt.¹⁵¹ „Trotz Energieeinsparung kann der Qualitätsstandard gehalten bzw. sogar gesteigert und der ökologischen Verantwortung Rechnung getragen werden“¹⁵², heißt es seitens des beteiligten Ingenieurbüros.

An diesem Projekt waren auch einige heimische Unternehmen wie die ARGE Steco-Guttman aus Oberwart, die Tischlerei GmbH Johannes Pratscher aus

¹⁴⁸ Mühl & Schmidbauer, AVITA Therme 12.

¹⁴⁹ Ebd.

¹⁵⁰ Vgl. Bezirksblätter Oberwart, Burgenlandtherme, Kurhotel, Bezirksblatt Nr. 22 (Oberwart, 1. Juni 2011) http://archiv.print-gruppe.com/data2/23/2011/22/tmp/25_23_2011_22.pdf, (23.10.2011).

¹⁵¹ Vgl. Fachverband Ingenieurbüros i. d. WKO, Energiesparmöglichkeiten im Thermenbereich... Ökologischer und wirtschaftlicher Nutzen ohne Qualitätsverlust! In: readING. Infos der Ingenieurbüros, Ausgabe 44 (o.O. Juni 2011) 14f. http://www.ingenieurbueros.at/media/Vpc_Basic_DownloadTag_Component/40-1002-895-1005-image-linkTag-link/default/7375dc75a0f59db7a8b7017c84fed53e/1322662434/reading_44_juni_2011.pdf (7.11.2011)

¹⁵² Ebd.

Holzschlag oder das Architekturbüro Neubauer & Schwartz aus Oberwart beteiligt.¹⁵³

6.2.2. Die Lauf- und Walkingarena

Die Lauf- und Walkingarena Bad Tatzmannsdorf „dient der gesundheitsfördernden Bewegung in der freien Natur des Südburgenlandes. Hier stehen die Freude am Wandern, Nordic Walking oder Laufen in enger Verbindung mit dem großen Gesundheitsangebot von Bad Tatzmannsdorf im Vordergrund.“¹⁵⁴ Die Lauf- und Walkingarena beschränkt ihr Wegangebot nicht nur auf die Gemeinde selbst, sondern bezieht die umliegenden Ortschaften Oberschützen, Bernstein, Pinkafeld, Stadtschlaining, Mariasdorf und Oberwart in das Konzept mit ein. Auf 280 Kilometern Wegstrecke kann man wandern oder Nordic walken; weitere 138 Kilometer, die ebenfalls durch ein einfaches Leitsystem beschildert sind stehen für Läufer zur Verfügung.¹⁵⁵ Darunter sind verschiedene Spezialbahnen und Laufparcours zu finden:

- „- Moon- & Sun Laufstrecke (beleuchtete Laufstrecke)
- Kunstrassenbahn (für regeneratives Laufen und Walken)
- Finnenbahn (für gelenksschonendes Laufen und Walken)
- Sensomotorischer Barfußparcours (für Barfußläufer auf unterschiedlichen Belägen)
- Kunststofflaufbahn in Pinkafeld
- Naturrasenbahn (für regeneratives Barfußlaufen)
- Laufhügel (für Fahrtspiele und Intervalltraining)
- Gesundheitspfad (für gezieltes Ausgleichstraining)
- 2 Orientierungslauf- Fixbahnen (zum Wandern und Laufen mit Kompass und Karte)
- Walking-Teststrecke (2 km) (für die Ermittlung der körperlichen Leistungsfähigkeit)

¹⁵³ Vgl. Bezirksblätter Oberwart, Baureportage AVITA (Wellness in neuer Dimension) Bezirksblatt Nr. 39 (Oberwart, 28. September 2011) 32.

¹⁵⁴ Gästeinformation Bad Tatzmannsdorf, Lauf- und Walking Arena (Leben in Bewegung) (Bad Tatzmannsdorf, Jänner 2011) 2.

¹⁵⁵ Vgl. Ebd. 2f.

- Nordic Walking Ökotrail (Bewegungs- und Gesundheitstipps entlang des Heilwasserpfad)es)¹⁵⁶

6.2.3. Die Radarena

„Die Radarena Bad Tatzmannsdorf bietet 26 Strecken mit einer Gesamtlänge von 1.373 km an. Alle Strecken sind durchgehend asphaltiert, für Trekking- und Rennräder geeignet und führen durch weitgehend verkehrsarmes Gebiet.“¹⁵⁷

Diese 26 Strecken sind nach der Anzahl der Kilometer in drei Kategorien eingeteilt. Die erste Kategorie enthält Tourenvorschläge bis zu 34 Kilometer, die Zweite zwischen 35 und 74 Kilometer und die dritte Kategorie Strecken mit mehr als 75 Kilometern. Zusätzlich gibt es fünf Spezialtouren (Vgl. Tabelle 5 auf der nächsten Seite).¹⁵⁸ Für jede dieser Radtouren wurde eine Kartographie mit einem Höhenprofil und einer genauen Wegbeschreibung erstellt.¹⁵⁹

Hier die einzelnen Touren im Überblick:

Kategorie 1	Kategorie 2	Kategorie 3	Spezial-touren
Junioren Straßen WM - Strecke 2005 (14km)	Radweg B 54 – Pinka- radweg (37,3km)	Radtour "Von den Thermen zum Wein" (85,9 km)	Einzelzeit- fahrstrecke Nachwuchs "ARBÖ Südbgld."
Radtour - Familienrunde	Radtour "Talrunde"	Radtour "Gerersdorf"	Rundstrecken- rennen

¹⁵⁶ Gästeinformation Bad Tatzmannsdorf, Lauf- und Walking Arena (Leben in Bewegung) (Bad Tatzmannsdorf, Jänner 2011) 2.

¹⁵⁷ Amt der Burgenländischen Landesregierung, Stabstelle Europabüro und Statistik, Landkreis Waldeck-Frankenberg, Büro der Kreisorgane, Autonome Provinz Bozen- Südtirol, Ressort für Tourismus, Personal und Mobilität, Regionalmanagement Burgenland GmbH, Sustainability in Tourism and Resource Management (o.O., März 2007) http://www.rmb.at/media/file/54_Folder_Gesundheitstourismus.pdf (8.8. 2011) 20.

¹⁵⁸ Vgl. Amt der Burgenländischen Landesregierung, Stabstelle Europabüro und Statistik, Landkreis Waldeck-Frankenberg, Büro der Kreisorgane, Autonome Provinz Bozen- Südtirol, Ressort für Tourismus, Personal und Mobilität, Regionalmanagement Burgenland GmbH, Sustainability in Tourism and Resource Management (o.O., März 2007) http://www.rmb.at/media/file/54_Folder_Gesundheitstourismus.pdf (8.8. 2011) 20.

¹⁵⁹ Vgl. Gästeinformation Bad Tatzmannsdorf, Ihre Gastgeber 2012 (Bad Tatzmannsdorf 2012) 31.

(16,5 km)	(46,6 km)	(95,9 km)	Nachwuchs "ARBÖ Südbgld."
Radtour - Durch die Nachbar- gemeinden (17,6 km)	Radtour "Vom Römerstein zur Wassermühle" (43,8 km)	Radtour "Burgen" (92,4 km)	B 51 - Junioren Rad WM Strecke 2005 (14 km)
ASVÖ Radjugendtour 2006 - 4. Etappe (19 km)	Radtour "Fernblick" (39,8 km)	Radtour "Wechsel Panorama- straße" (107,4 km)	B58 – Kohlstattrad- weg (19 km)
Radweg B 50 - Vier Jahreszeiten (23,3 km)	Radtour "Panorama- blick" (40,7 km)	Friedens- marathon Stadt- schlaining Light (111,9 km)	ASVÖ Radjugend- tour 2006 - 4. Etappe (19 km)
Radtour - Für motivierte Einsteiger (19,5 km)	Radtour "Durchs Bernsteiner Hügelland" (45,7 km)	Friedens- marathon Stadt- schlaining Classic 06 (147,2 km)	Bergwertungs- strecke Stuben - Kalteneck
Radweg B 53 – Edelserpentin- weg (23,5 km)	Radtour "Berg und Tal" (46,7 km)		Friedens- marathon Stadt- schlaining Light 06-08 (111,9 km)
Radtour - Willersdorf - Wiesfleck (28 km)	Radtour "Durch die Walachei" (63,9 km)		Friedens- marathon Stadt- schlaining Light 09(117,2 km)

Radtour - Um den Tauchenbach (33,6 km)	Radtour "Ins Ramsar Gebiet Lafnitztal" (66,6 km)		Friedens- marathon Stadt- schlaining Classic (147,2 km)
Radtour - Auf und Ab (28,4 km)	Radtour "Steir. Grenzland" (69,6 km)		

Tabelle 5

Zusätzlich ist Bad Tatzmannsdorf seit kurzem in das Projekt „E- Bike Paradies Südburgenland“ involviert, das 90 Fahrräder mit Elektromotoren bei sieben Stationen (Kukmirn, Deutsch- Schützen, Heiligenbrunn, Stegersbach, Bad Tatzmannsdorf, Oberwart und Neustift/ Lafnitz) zum Verleih anbietet. Auf einer Länge von 800 Kilometern gibt es beschilderte Radwanderwege.¹⁶⁰

6.2.4. Die Fußballarena



Abb. 9

¹⁶⁰ Vgl. Pannonische Rundschau Oberwart, Ein Stück vom Paradies mit dem Elektro- Fahrrad erkunden (Oberwart, 6.10.2011) 46.

Seit Jänner 2008 gibt es in Bad Tatzmannsdorf eine Fußballarena, die durch ihre Qualität und Kompaktheit besticht. Die Fußball-Trainingsanlagen, die Partnerhotels, sowie die Therme, die für Regenerationszwecke genutzt wird liegen allesamt in einem Umkreis von ca. 120 Metern, das heißt in Gehdistanz (vgl. Abb. 9). Durch diese Maßnahme hat sich ein neuer Markt für Bad Tatzmannsdorf erschlossen. Während der UEFA Fußball Europameisterschaft 2008 beherbergte das Hotel Avita beispielsweise die kroatische Nationalmannschaft. Die Fußballarena bietet aber Pakete für Vereine aller Spielklassen an.¹⁶¹

Das Trainingsgelände selbst besteht aus einem Kunstrasenplatz, einem Naturrasenplatz und Kleintrainingsflächen, wie der Pressing-Box oder dem Torhüter-Court.¹⁶² Der Kunstrasenplatz mit einem Ausmaß von 60x 90 Metern ist ganzjährig bespielbar und wurde mit einem gelenksschonenden, französischen Kunstrasen der neuesten Generation ausgelegt.¹⁶³ Der Naturrasenplatz bietet eine Fläche von 68x 105 Meter und wurde vor der EM 2008 neu adaptiert. Durch eine tiefe Verwurzelung der Grasnarben garantiert er eine besonders hohe Rasendichte.¹⁶⁴ Des Weiteren stehen eine Pressing-Box für ein schnelles Spiel auf engem Raum sowie der Torhüter-Court für spezielles Torhütertraining zur Verfügung.¹⁶⁵

Die Referenzliste der Fußballarena weist Mannschaften und Vereine wie zum Beispiel SK Sturm Graz, Trenkwalder Admira, das Kroatische Fußballnationalteam, Lazio Rom, das Fußballnationalteam Bahrain, Roter Stern Belgrad oder Fenerbahce Istanbul auf.¹⁶⁶ Auch das Österreichische Nationalteam checkt immer wieder im Hotel Avita ein, um sich in Bad Tatzmannsdorf auf Länderspiele vorzubereiten, wie zuletzt Anfang Oktober

¹⁶¹ Vgl. Jürgen Zacharias, Neue Zielgruppe im Fokus (Medianet)

[http://www.fussballarena.at/index.php?id=400&tx_ttnews\[tt_news\]=6&tx_ttnews\[backPid\]=378&cHash=c60d0a96e6](http://www.fussballarena.at/index.php?id=400&tx_ttnews[tt_news]=6&tx_ttnews[backPid]=378&cHash=c60d0a96e6) (23.11.2011).

¹⁶² Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG, Fußballarena, <http://www.fussballarena.at/> (23.11.2011).

¹⁶³ Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG, Fußballarena, <http://www.fussballarena.at/index.php?id=346> (23.11.2011).

¹⁶⁴ Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG, Fußballarena, <http://www.fussballarena.at/index.php?id=386> (23.11.2011).

¹⁶⁵ Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG, Fußballarena, <http://www.fussballarena.at/index.php?id=344> und <http://www.fussballarena.at/index.php?id=343> (23.11.2011).

¹⁶⁶ Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG, Fußballarena, <http://www.fussballarena.at/index.php?id=376> (23.11.2011).

2011.¹⁶⁷ So konnten seit der EURO 2008 alleine im Hotel Avita „25.000 Nächtigungen durch den Fußballtourismus“¹⁶⁸ verbucht werden.

6.2.5. Golf (Reiter's Resort)

Mit der Errichtung eines so genannten Erlebniszentrums an der südlichen Peripherie von Bad Tatzmannsdorf, dem damaligen Steigenberger Resort, wurde ein auf 120 m² Fläche verteiltes Erlebnis-, Golf- und Thermenzentrum errichtet. Zusätzlich setzte man auf First Class Hotellerie, es entstanden ein Fünfsternehotel und ein Viersternehotel.¹⁶⁹ An der Umsetzung dieses Projekts waren „die Unternehmen Hofmann & Maculan Bau AG, Steigenberger Hotels AG sowie ein Bankenkonsortium“¹⁷⁰ beteiligt, heute befindet sich das Resort in Privatbesitz von Herrn Karl Reiter.

„1992 wurde der Golf- & Country Club Bad Tatzmannsdorf eröffnet, der im Gründungsjahr 180 Mitglieder hatte, im Jahr 2004 konnten 390 gezählt werden. Da man im Steigenberger Resort aber immer bemüht war, Qualität zu bieten, wurde auch der beste Golflehrer der Welt mit der Leitung der ansässigen Golfschule betraut. David Leadbetter errichtete als ersten Standort in Europa in Bad Tatzmannsdorf die ‚David Leadbetter Academy‘.“¹⁷¹

Zur Verfügung stehen ein Golfodrom und zwei Golfplätze mit neun bzw. 18 Loch, die in die hügelige Landschaft eingebettet sind. Weiters gibt es eine Chipping-Area und ein Übungsputting-Grün.¹⁷²

Außer der Golf-Anlage bietet das Resort noch Tennisplätze und Squashboxen.¹⁷³ In Bad Tatzmannsdorf ist des Weiteren auch die Nick Bollettieri

¹⁶⁷ Vgl. Hotel Avita, Der beste Kick für Training und Regeneration, <http://www.avita.at/avita-resort/presse/presstexte/details/fitnesstraining-mit-wellness-faktor.html> (10.2.2012).

¹⁶⁸ Pannonische Rundschau Oberwart, Thermenhotel AVITA: Engagement bei Nachwuchs und Sporttourismus (Oberwart, 20.10.2011) 25.

¹⁶⁹ Vgl. Silvia Jungel, Bad Tatzmannsdorf, 59f.

¹⁷⁰ Silvia Jungel, Bad Tatzmannsdorf, 59f.

¹⁷¹ Gabriele Haidwagner, Golf und Tennis im Burgenland. In: Geographisches Jahrbuch Burgenland 2005 (Neutal, 2005) 157.

¹⁷² Vgl. Kirsner & Peterzell (Hg.), Der Bezirk Oberwart im Wandel der Zeit (Lannach, 1996). 83.

¹⁷³ Vgl. Christine Käfer, Bad Tatzmannsdorf, 125.

Tennis Academy ansässig. „Das Racket Center Bad Tatzmannsdorf bietet vier Hallenplätze und vier Sandplätze im Freien, einen Squash- und zwei Badminton-Plätze.“¹⁷⁴

Seit der Übernahme des Steigenberger-Betriebs durch Privatier Karl Reiter (heute Reiter's Burgenlandresort) hat auch ein Gestüt in dem großen Areal Platz gefunden, wodurch auch reitbegeisterte Gäste nach Bad Tatzmannsdorf kommen.¹⁷⁵

7. Empirische Studie

7.1. Fragestellung

Mit weit mehr als 500.000 Nächtigungen im Jahr 2010¹⁷⁶ ist die relativ kleine südburgenländische Gemeinde Bad Tatzmannsdorf für Kurgäste, WellnesstouristInnen und Sportbegeisterte ein attraktives Reiseziel.

Der angesehene Kurort kann auf eine lange Geschichte, die von Höhen und Tiefen geprägt ist, zurückblicken. Zusätzlich zu den natürlichen Heilvorkommen (wie dem kohlenensäurehaltigen Quellwasser, dem Thermalwasser und dem Moor), die für Kurtherapien verwendet werden, setzt Bad Tatzmannsdorf seit einigen Jahren verstärkt auf den Ausbau der Infrastruktur in Bezug auf Wellnesseinrichtungen. Mit dem Bau einer öffentlich zugänglichen Therme im Jahr 1995 sollte der Grundstein für die Erweiterung der Gästesicht in der südburgenländischen Gemeinde gelegt werden. Zahlreiche weitere Investitionen wurden in Sportanlagen wurden getätigt, wodurch die Marke Bad Tatzmannsdorf heute auf den Säulen „Kur, Therme, Sport und Erlebnis“ basiert.

¹⁷⁴ Kirsner & Peternell, Der Bezirk Oberwart, 83.

¹⁷⁵ Vgl. Reiter's Burgenlandresort, Wo es Lipizzanern und Gästen gleich gut geht, <http://www.reitersburgenlandresort.at/lippizaner-reitanlage/gestuet.html> (10.2.2012).

¹⁷⁶ Vgl. Ernst Karner, Information der Gemeinde Bad Tatzmannsdorf, 2.

Durch diese Entwicklungen ist Bad Tatzmannsdorf ein attraktiver Standort für zahlreiche Unternehmen und Betriebe geworden, die vom Fremdenverkehr in hohem Maße profitieren.

Im Sinne der Regionalentwicklung ist es das Ziel dieser Arbeit, einigen Fragen, die in Zusammenhang mit dem Tourismus und den daraus resultierenden Vorteilen, Gegebenheiten oder Problemen stehen, auf den Grund zu gehen. Den Ausgangspunkt dieser Studie bilden folgende Fragen:

- Wirtschaftliche Faktoren:

- Wären all diese Betriebe und Unternehmen in Bad Tatzmannsdorf ohne den Tourismus lebensfähig?
- Wie wichtig sind die Kurgäste, WellnessurlauberInnen und SporttouristInnen für Bad Tatzmannsdorfs Wirtschaft?
- Mit welchen Erwartungen begegnen Kurgäste und andere UrlauberInnen den Betrieben?
- Welche Ansprüche werden gestellt?

- Soziokulturelle Faktoren in Bezug auf das Ortsleben in Bad Tatzmannsdorf:

- Welche Auswirkungen hat der Fremdenverkehr auf die Dorfgemeinschaft? Gibt es einen starken Zusammenhalt unter den Einheimischen?
- Gibt es viele Berührungspunkte zwischen der Ortsbevölkerung und den UrlauberInnen?
- Welches Bild haben TatzmannsdorferInnen von Kurgästen? Welches von WellnessurlauberInnen?
- Profitiert die Bevölkerung nicht nur rein wirtschaftlich vom Fremdenverkehr oder auch in anderen Bereichen?

7.2. Annahmen

Aus dieser Fragestellung ergibt sich eine Vielzahl von Annahmen. Für die Studie wird eine Einteilung in „wirtschaftliche Faktoren“ und „soziokulturelle Faktoren auf das Ortsleben in Bad Tatzmannsdorf“ vorgenommen. Die Thesen gliedern sich jeweils in eine Hauptthese und Unterthesen.

Wirtschaftliche Faktoren

Annahme 1:

Mit weit über 500.000 Nächtigungen jährlich seit 2006¹⁷⁷ kommt eine große Anzahl an TouristInnen und Gästen pro Jahr nach Bad Tatzmannsdorf. Dazu zählen lange nicht mehr ausschließlich Kurgäste, denn WellnessurlauberInnen und GesundheitstouristInnen nehmen das Angebot von Bad Tatzmannsdorf ebenso in Anspruch. Hinzu kommen weitere Gäste, die am Wochenende einen schönen Tag im Gesundheitsort verbringen wollen. Davon profitieren nicht alleine Hotels und Pensionen, sondern auch Betriebe und Unternehmen anderer Sparten. Vor allem für die Gastronomie sind die UrlauberInnen von großer Bedeutung, aber auch Friseure, Bäckereien und Geschäfte können dadurch eine höhere Kundenfrequenz verzeichnen. Von den 115 Gewerbebetrieben¹⁷⁸ in Bad Tatzmannsdorf wären für die rund 1.370 Einwohner (Hauptwohnsitze)¹⁷⁹ vermutlich einige überflüssig.

1. Sämtliche Betriebe und Unternehmen in Bad Tatzmannsdorf profitieren vom Kur- und Wellness tourismus.

- a) Die Bad Tatzmannsdorfer Betriebe können durch den Tourismus eine deutlich höhere Zahl an Gästen/KundInnen und damit verbunden höhere Einnahmen verzeichnen.
- b) Die Frequenz der Gäste/KundInnen ist im Jahresschnitt konstant, es sind keine großen Schwankungen bezüglich des Umsatzes festzustellen. Haupt- oder Nebensaison spielen keine Rolle.

¹⁷⁷ Vgl. Ernst Karner, Information der Gemeinde, 2.

¹⁷⁸ Vgl. Ernst Karner, Information der Gemeinde, 2.

¹⁷⁹ Vgl. ebd. 1.

- c) Lieferanten aus der ganzen Region profitieren wirtschaftlich von Bad Tatzmannsdorf, vor allem durch die Hotels und Pensionen.
- d) In den Kaffeehäusern, Restaurants und Geschäften wird der Großteil des Umsatzes durch Kur- und Wellnessgäste lukriert.
- e) Kur- und Wellnessgäste haben einen großen Anteil am Umsatz. Zahlreiche Betriebe könnten daher ohne den Profit durch den Fremdenverkehr nicht bestehen.

Annahme 2:

Durch das Vorhandensein zahlreicher erstklassiger Hotels im Vier- und Fünf-Sterne-Bereich, wie zum Beispiel dem Reiters Supreme (*****), dem Kur- & Thermenhotel Superior (****), dem AVITA Hotel (****), dem Thermen- & Vitalhotel (****), dem Reiters Avance Superior (****) oder dem Hotel Simon- das Vitalhotel (****)¹⁸⁰, kommt auch eine gehobene Klientel nach Bad Tatzmannsdorf, die hohe Ansprüche stellt.

2. Kurgäste und WellnessurlauberInnen erwarten hohen Standard und sind anspruchsvolle Gäste.

- a) Gäste, die nach Bad Tatzmannsdorf kommen, fordern ein entsprechendes Preis-/Leistungsverhältnis.
- b) Sie erwarten perfekten Service, Höflichkeit und Freundlichkeit.
- c) Sie wollen nach Möglichkeit aus einem reichhaltigen Angebot auswählen können.
- d) WellnessurlauberInnen sind bereit mehr Geld auszugeben als Kurgäste.

¹⁸⁰ Vgl. Gästeinformation Bad Tatzmannsdorf, Ihre Gastgeber 2012 (Bad Tatzmannsdorf, 2012) 4.

Soziokulturelle Faktoren in Bezug auf das Ortsleben in Bad Tatzmannsdorf

Annahme 3:

In einem Kur- und Wellnessort wie Bad Tatzmannsdorf können zwischen manchen Einheimischen und einigen Kurgästen Probleme entstehen. Aufgrund von Erzählungen und des allgemein gängigen Klischees kann festgehalten werden, dass vor allem Kurgäste wegen ihres dreisten und oftmals egoistischen Verhaltens einen eher schlechten Ruf unter Einheimischen genießen. WellnessurlauberInnen hingegen, fallen entweder weniger auf oder sind im Ort weniger präsent, weil sie sich hauptsächlich in den Hotels oder der Therme aufhalten. Deshalb haben WellnessurlauberInnen bei Einheimischen einen guten Ruf; das Phänomen „Wellnesstourist“ ist ein nicht so vorherrschender Faktor im Ortskern.

3. Kurgäste genießen einen schlechteren Ruf als Wellnessgäste.

- a) Im Großen und Ganzen ist die Bereitschaft zur Kontaktaufnahme mit Fremden außerhalb eines beruflichen Umfeldes gering. Es gibt kaum Berührungspunkte.
- b) Kurgäste geben im Vergleich zu anderen Gästen weniger Trinkgeld.
- c) Sie weisen eine niedrige Toleranz bei Wartezeiten auf.
- d) Sie beschweren sich häufiger als andere.
- e) Kurgäste sind im Ortszentrum präsenter als WellnessurlauberInnen.

Annahme 4:

Bad Tatzmannsdorf setzt seit einigen Jahren verstärkt auf den Ausbau der Infrastruktur in Sachen Sport- und Freizeiteinrichtungen. Mit der Avitatherme, der Fußballarena, dem Freizeitzentrum, einer Tennisanlage, dem Kieser Training, der Lauf- und Walkingarena, der Kunstrassenbahn, dem Gesundheitspfad, der Finnenbahn, dem sensomotorischen Barfuß-Parcours, der Moon & Sun-

Laufstrecke, den Wanderwegen, den Radwegen oder dem Golfplatz¹⁸¹ ist ein großes Angebot an Freizeiteinrichtungen vorhanden, das nicht ausschließlich von UrlauberInnen und Gästen genutzt wird. Durch die Vielzahl der Vier- und Fünf-Sterne Hotels in Bad Tatzmannsdorf ist die Palette in Sachen Kulinarik ebenfalls breit gefächert. Hinzu kommt noch eine große Anzahl an kulturellen Veranstaltungen, über die ein eigener Eventkalender Auskunft gibt.¹⁸² Die Bevölkerung profitiert also auch in hohem Maße vom Tourismus.

4. In Sachen Infrastruktur, Freizeit- und Kulturangebot profitiert die Bevölkerung in Bad Tatzmannsdorf ohne sich dessen bewusst zu sein enorm vom Kur- und Wellnesstourismus. Vor allem in Bezug auf:

- a) Freizeitangebot
- b) Kulturangebot
- c) Kulinarik
- d) Sportangebot
- e) Ein Großteil der Bevölkerung nutzt die Angebote durch den Kur- und Wellnesstourismus regelmäßig.

Annahme 5:

Bad Tatzmannsdorf verfügt über natürliche Heilmittel, die für Kuranwendungen und Therapien verwendet werden. Das sind konkret Mineralsäuerlinge, Mineral-Thermalsäuerlinge, Moor und eisenhaltiges Mineralwasser. Im Kurzentrum werden Herz-Kreislaufkrankungen, Erkrankungen des Bewegungsapparates, Erholungsbedürftigkeit, Rekonvaleszenz, Erkrankungen des Nervensystems, Hauterkrankungen, Sexualfunktionsstörungen und viele weitere Beschwerden therapiert.¹⁸³ Dadurch kann die Gemeinde im Jahr weit über 500.000 Nächtigungen verzeichnen und 1.300 Ganzjahresarbeitsplätze sichern.¹⁸⁴

¹⁸¹ Vgl. KUO, Ein Reiseführer durch den Kurort, 7.

¹⁸² Für detaillierte Information über den Eventkalender siehe <http://www.programmkalender.at/>.

¹⁸³ Vgl. Kurbad Tatzmannsdorf AG, Information über Heilwasser, 25- 27.

¹⁸⁴ Vgl. Ernst Karner, Information der Gemeinde, 1f.

5. Einheimische, die beruflich nichts mit dem Kur- und Wellness tourismus zu tun haben, kümmern sich wenig um das Kur- und Tourismuswesen und wissen wenig darüber.

- a) Über die Anzahl der Nächtigungen in Bad Tatzmannsdorf pro Jahr wissen Einheimische nur wenig.
- b) Die Ortsbevölkerung hat keinen Überblick über die tatsächlichen Anwendungsangebote und Therapieformen im Kurwesen.
- c) Den Einheimischen ist nicht bewusst, wie viele Arbeitsplätze der Fremdenverkehr geschaffen hat und weiterhin sichert.

Annahme 6:

Ob Bräuche wie Faschingsumzüge oder Maibaumaufstellen oder Kulturveranstaltungen wie Konzerte und Theateraufführungen¹⁸⁵, die Bad Tatzmannsdorfer Bevölkerung wird bei derartigen Veranstaltungen aufgrund der hohen Besucherfrequenz des Kurortes nie ganz unter sich sein.

6. Der Kur- und Wellness tourismus hat negative Auswirkungen auf die Dorfgemeinschaft.

- a) Eine Dorfgemeinschaft bzw. den Zusammenhalt, wie es ihn in anderen südburgenländischen Gemeinden in der Größe von Bad Tatzmannsdorf gibt, ist hier nicht vorhanden. Die einheimische Bevölkerung ist bei keiner Veranstaltung unter sich und kann daher nicht so eng zusammenwachsen wie anderswo.
- b) Ein Großteil der Veranstaltungen in Bad Tatzmannsdorf gilt den Gästen und nicht den Einheimischen.
- c) Unter den einzelnen UnternehmerInnen herrscht dadurch mehr Konkurrenz.

¹⁸⁵ Vgl. KUO, Ein Reiseführer durch den Kurort, 29- 37.

Annahme 7:

In der Literatur findet sich für Bad Tatzmannsdorf vorwiegend die Bezeichnung „Kurort“, was von den gesetzlichen Bestimmungen her betrachtet legitim ist.¹⁸⁶ Sogar ein erst 2010 publizierter Reiseführer durch Bad Tatzmannsdorf trägt den Titel „Ein Reiseführer durch den Kurort Bad Tatzmannsdorf“.¹⁸⁷ Allen Bemühungen seitens der Gemeinde sich einen Namen als Wellnessdestination zu machen zum Trotz, scheint sich in den Köpfen der BetrachterInnen Bad Tatzmannsdorf als angesehener Kurort manifestiert zu haben.

7. Die TatzmannsdorferInnen sehen ihre Heimat als angesehenen Kurort und (noch) nicht vollständig als Wellnessoase an.

- a) Bad Tatzmannsdorf wird in der Region eher als „teures Pflaster“ angesehen. Die Preisgestaltung in Restaurants und Cafés richtet sich nach den UrlauberInnen.
- b) Die Bevölkerung sieht in Bad Tatzmannsdorf einen Ort, in dem sich vorwiegend älteres Publikum tummelt und wohlfühlt.

7.3. Methode

Als Methode für die Erhebung wurde die Form der qualitativen Befragung, konkret das leitfragengestützte ExpertInneninterviews nach Mayer (2008) gewählt. Die Gründe dafür liegen einerseits in einer höheren Repräsentativität und andererseits in dem Vorteil eines offeneren Formats im Vergleich zu Fragebögen.

Das leitfragengestützte Interview bietet zum einen eine Struktur sowie die Sicherheit nicht zu weit vom Thema abzuschweifen und ist deshalb besonders für nicht geübte Interviewer geeignet. Zum anderen lässt es den Interviewten auch ausreichend Freiraum offene Antworten zu geben.

¹⁸⁶ Vgl. Burgenländisches Heilvorkommen- und Kurortegesetz vom 11. Juni 1963, BGBl. Nr. 272/ 1958. Fassung vom 9.12.2010.

¹⁸⁷ Vgl. KUO, Ein Reiseführer durch den Kurort, 3.

Bei der Entwicklung der Leitfragen wurde besonders darauf geachtet, die Fragen so zu formulieren, dass die Interviewten nach Möglichkeit relativ viel zu einer Frage sagen können. Auf Entscheidungsfragen, die ausschließlich mit Ja oder Nein beantwortet werden können wurde daher zur Gänze verzichtet. Weiters wurde großes Augenmerk darauf gelegt keine Suggestivfragen zu formulieren, sondern vielmehr Stimuli zu geben, um den Redefluss der ExpertInnen anzuregen.

Bevor mit der qualitativen Befragung begonnen wurde, wurde ein Pretest durchgeführt, um mögliche Schwachstellen der Leitfragen, wie beispielsweise zu komplexe Formulierungen oder andere Unklarheiten ausmerzen zu können.

7.4. Stichprobe

Zur Durchführung der qualitativen Befragung war es nicht möglich „alle Elemente (...) [der] Grundgesamtheit zu untersuchen“¹⁸⁸. Aus diesem Grund ist man im gegebenen Fall auf die Ergebnisse einer Stichprobe angewiesen, bei der es sich um eine so genannte vorab-Festlegung der Samplestruktur handelt. Vor Beginn der Studie wurden ExpertInnen aufgrund bestimmter Merkmale ausgesucht und als Interviewpartner festgelegt. Als ExpertIn gilt:

„- wer in irgendeiner Weise Verantwortung trägt für den Entwurf, die Implementierung oder die Kontrolle einer Problemlösung oder
- wer über einen privilegierten Zugang zu Informationen über Personengruppen oder Entscheidungsprozesse verfügt.“¹⁸⁹ Weiters kann man sagen: „Als Experte gilt jemand, der auf einem begrenzten Gebiet über ein klares und abrufbares Wissen verfügt.“¹⁹⁰ Es handelt sich im konkreten Fall also um eine vorab-Festlegung der Samplestruktur, da eine genaue Fragestellung gegeben ist und dadurch die Kriterien für die ExpertInnen klar vorgegeben sind.

In der vorliegenden Studie wurden GeschäftsführerInnen bzw. InhaberInnen oder BetreiberInnen von einheimischen Unternehmen zu den bereits erläuterten

¹⁸⁸ Horst Otto Mayer, Interview und schriftliche Befragung. 38.

¹⁸⁹ Meuser und Nagel, Experteninterviews (Vielfach erprobt, wenig bedacht) (Opladen, 1991) 443.

¹⁹⁰ Horst Otto Mayer, Interview und schriftliche Befragung, 41.

Themen befragt. Sie sind einerseits ExpertInnen in Sachen Geschäftsführung und wirtschaftliche Belange eines Betriebes und andererseits Spezialisten in Punkto soziokulturelle Gegebenheiten bezogen auf Bad Tatzmannsdorf als ihren Wohnort. Besonderes Augenmerk wurde darauf gelegt, Betriebe auszuwählen in denen sowohl Einheimische als auch Kurgäste, WellnessurlauberInnen und Gesundheits- oder ErlebnistouristInnen zur Kundenschicht zählen.

Somit setzt sich die Stichprobe folgendermaßen zusammen:

- 4 Kaffeehäuser (davon ein Betrieb mit Restaurant und Pralinenmanufaktur)
- 2 Buschenschenken mit Direktvermarktung
- 1 Supermarkt
- 1 Friseur
- 1 Modeboutique
- 1 Restaurant mit angeschlossenem Tankstellenbetrieb

Aus Gründen des Datenschutzes werden keine Namen genannt.

7.5. Fragenkatalog

Anhand der Annahmen wurde folgender Fragenkatalog erstellt:

1. Inwiefern profitiert Ihr Betrieb vom Kur- und Wellnesstourismus?
 - a) Was können Sie bezüglich der Anzahl der Gäste/KundInnen aus dem Bereich Tourismus sagen?
Was können Sie bezüglich des Umsatzes dazu sagen?
 - b) Was können Sie zu Umsatzschwankungen über ein Jahr gesehen sagen? Ist eine saisonale Abhängigkeit vorhanden?
 - c) Inwieweit profitieren aus Ihrer Sicht regionale Lieferanten vom Kur- und Wellnesstourismus in Bad Tatzmannsdorf?
 - d) Wie schätzen Sie das Verhältnis in Ihrem Betrieb zwischen UrlauberInnen und Einheimischen in Prozent ein?
 - e) Wie, glauben Sie, würde es Ihrem Betrieb ohne die Kur- und Wellnessgäste gehen? Welche Bedeutung haben TouristInnen für Sie?

2. Wie sind die Ansprüche von Kurgästen und WellnessurlauberInnen?

- a) Welche Erwartungen gibt es an das Preis-/Leistungsverhältnis?
- b) Welche Ansprüche werden in Punkto Service, Freundlichkeit und Höflichkeit gestellt?
- c) Was können Sie zu den Erwartungen in Sachen Vielfalt des Angebots sagen?
- d) Was können Sie zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen und von WellnessurlauberInnen sagen?! Gibt es Unterschiede?

3. Welches Bild haben Sie vom typischen Kurgast?

Beschreiben Sie bitte Ihr Bild vom typischen Wellnessgast!

- a) Inwiefern haben Sie außerhalb Ihres beruflichen Umfeldes Berührungspunkte mit UrlauberInnen und Gästen?
- b) Wie verhält sich der Kurgast in Bezug auf das Trinkgeld? Wie der Wellnessurlauber?
- c) Wie viel Toleranz zeigt der typische Kurgast bei Wartezeiten? Verhält sich der Wellnessgast anders?
- d) Wie oft äußern Kurgäste Beschwerden?
- e) Was können Sie zur Präsenz von Kurgästen und WellnessurlauberInnen im Ortszentrum sagen?

4. Inwieweit haben Einheimische einen Vorteil vom Fremdenverkehr in Bad Tatzmannsdorf?

- a) Inwiefern profitiert die Bevölkerung vom Freizeitangebot?
- b) Inwieweit haben Einheimische einen Vorteil in Sachen Kulturangebot?
- c) Inwiefern profitieren die TatzmannsdorferInnen vom kulinarischen Angebot?
- d) Inwieweit profitiert die einheimische Bevölkerung vom vorhandenen Sportangebot?

e) Welche Angebote nutzen Sie und wie oft?

5. Was können Sie bezüglich Kurwesen und Wellnessangebote sagen?

a) Was können Sie zu den Nächtigungszahlen pro Jahr sagen?

b) Welche Kuranwendungen und angebotenen Therapien gibt es Ihres Wissens nach in Bad Tatzmannsdorf?

c) Was können Sie in Bezug auf die Anzahl der Arbeitsplätze in Bad Tatzmannsdorf sagen?

6. Welche Auswirkungen hat der Kur- und Wellnesstourismus auf die Dorfgemeinschaft?

a) Wie würden Sie den Zusammenhalt unter den Einheimischen beschreiben?

Was können Sie zum Verhältnis Einheimische und „Fremde“ bei Dorffesten sagen?

b) Beschreiben Sie die Häufigkeit von reinen Dorffesten verglichen mit Veranstaltungen für Gäste!

c) Inwieweit herrscht Konkurrenzdenken unter den einzelnen Betrieben?

7. Als was für einen Ort würden Sie Bad Tatzmannsdorf definieren?

a) Was können Sie in Bezug auf Preise in Bad Tatzmannsdorf im Vergleich zu anderen Orten der Region sagen?

b) Was können Sie in Bezug auf die Altersschichten der Gäste von Bad Tatzmannsdorf sagen?

7.6. Pretest

Wie bereits erwähnt, wurde vor Beginn der qualitativen Befragung mit den ExpertInnen ein Pretest durchgeführt. Dieser dient zum einen als Übung für den

Interviewer und zum anderen als Probe bezüglich der Formulierungen, der Verständlichkeit, der Struktur und auch der thematischen Cluster. Dadurch können Mängel erkannt und Verbesserungen vorgenommen werden.

Im gegebenen Fall wurde der Pretest mit einer selbstständigen Physiotherapeutin, die in Bad Tatzmannsdorf lebt, durchgeführt. Sie zählt durch ihre Tätigkeit und ihren Wohnort zur ExpertInnengruppe, wenngleich sie auch nicht das typischste Beispiel für einen einheimischen Betrieb, in dem sich sämtliche Gästeschichten tummeln, darstellt. Genau aus diesem Grund wurde sie für den Pretest ausgewählt. Besser geeignete Betriebe sollten für die qualitative Befragung aufgespart werden.

Der Probelauf selbst lief relativ gut. Die technische Ausstattung hat keinerlei Probleme gemacht, das Aufnahmegerät war zuvor bereits kurzfristig getestet und aufnahmebereit gemacht worden. Das Feedback der Befragten Physiotherapeutin fiel durchwegs positiv aus - sie war von der Formulierung der Fragen, der Länge des Interviews und der gewählten Themengruppen sehr angetan. Während des Interviews sind aber einige Mängel bei manchen Fragen aufgefallen:

- Frage 1.a. (Was können Sie bezüglich der Anzahl der Gäste/KundInnen aus dem Bereich Tourismus sagen?) war zu ungenau formuliert: Von der Interviewten kam als Antwort sofort die Gegenfrage „Mh... Äh.. Wöchentlich/ Monatlich/ Jährlich?“¹⁹¹ Daraufhin wurde Frage 1.a. wie folgt umgeändert: Was können Sie bezüglich der Anzahl der Gäste/KundInnen aus dem Bereich Tourismus im Jahresschnitt sagen?
- Bei Frage 2. (Wie sind die Ansprüche von Kurgästen und WellnessurlauberInnen?) war nicht genau klar, was damit gemeint war, weshalb die Frage umformuliert wurde: Wie sind die Ansprüche der Kurgäste und WellnessurlauberInnen ganz allgemein zu beschreiben?

¹⁹¹ Interview Pretest

- Bei Frage 2.d. hat sich im Zusatz eine Entscheidungsfrage versteckt, die dahingehend umformuliert wurde, dass sie nicht mehr nur mit Ja oder Nein zu beantworten ist: Was können Sie zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen und WellnessurlauberInnen sagen? Welche Unterschiede sind zu erkennen?
- Schließlich fiel auf, dass Fragen 5. und 5.b. einander zu ähnlich waren, was keine genau Abgrenzung zugelassen hätte- die Antworten wären in beiden Fällen gleich gewesen. Deshalb wurden diese zwei zu einer Frage zusammengefasst: Was können Sie bezüglich Kurwesen und Wellnessangebote sagen? Welche Kuranwendungen und angebotenen Therapien gibt es Ihres Wissens nach in Bad Tatzmannsdorf?

Weiters musste deshalb auch die These angepasst werden:

Einheimische kümmern sich wenig um das Kur- und Tourismuswesen und wissen wenig darüber. Sie haben keinen Überblick über die tatsächlichen Anwendungsangebote und Therapieformen im Kurwesen.

7.7. Interviews und Transkription

Für die Befragung wurden zwölf Bad Tatzmannsdorfer Betriebe und Unternehmen um ihre Bereitschaft gebeten, wovon elf sofort definitiv zugesagt haben die Studie zu unterstützen (davon wurde eine für den Pretest ausgewählt). Anschließend wurde mit jedem/jeder GeschäftsführerIn oder InhaberIn ein Termin vereinbart, an dem das Interview stattfinden konnte. Um annähernd gleiche Rahmenbedingungen für alle Beteiligten zu schaffen, wurden die Befragungen im jeweiligen Geschäftslokal oder Betrieb durchgeführt, weshalb es in Einzelfällen zu kurzen Unterbrechungen gekommen ist. Alle zehn Interviews

wurden dann innerhalb einer Woche durchgeführt, es ist dabei zu keinen nennenswerten Problemen oder Zwischenfällen gekommen.

Die Transkription erfolgte direkt im Anschluss an die Interviews. Dabei wurde auf eine kommentierte Transkription erstens aus Gründen der Lesbarkeit und zweitens aufgrund der inhaltlich-thematischen Ebene, die im Vordergrund steht, verzichtet. Im gegebenen Fall kommt es nicht darauf an, wie etwas gesagt wurde, sondern rein auf den Inhalt. Aus diesem Grund fiel die Entscheidung auf die wörtliche Transkription nach Mayring (2002), in der eine Übertragung des Gesprochenen in normales Schriftdeutsch erfolgt. Dabei werden der Dialekt bereinigt, Satzbaufehler behoben und der Stil geglättet, da der/die Interviewte lediglich als ExpertIn oder InformantIn auftritt.¹⁹² Dennoch wurden Satzbaufehler nur in Einzelfällen behoben, da es trotz allem Teil des Gesagten ist. Auch der Stil wurde nicht verändert, weil das zu weit in das eingreifen würde, was der/die Interviewte sagen wollte. Die transkribierten Interviews inklusive Pretest sind vollständig im Anhang (Anhang A) zu finden. Aus Gründen des Datenschutzes ist der Interviewer mit A, der/die Interviewte mit B gekennzeichnet. Alle verwendeten oder erwähnten Namen wurden mit **** unkenntlich gemacht.

7.8. Auswertung und Ergebnisse

„Ziel der Auswertung bei Expert[Inn]eninterviews ist es, im Vergleich der erhobenen Interviewtexte das Überindividuell-Gemeinsame herauszuarbeiten.“¹⁹³

Deshalb wird in der folgenden Analyse kein einschlägiges Modell zur Auswertung herangezogen. Vielmehr soll der Versuch unternommen werden die Antworten zu vergleichen und zu analysieren, um die Thesen zu untermauern oder gegebenenfalls zu widerlegen.

Um die Anonymität zu gewährleisten werden die einzelnen interviewten Personen mit der Nummer des transkribierten Interviews versehen. So wird der/die Befragte aus Interview 1 mit IP1 (InterviewpartnerIn 1), aus Interview 2 mit IP2, aus Interview 3 mit IP3 und so weiter bis IP10 zitiert.

¹⁹² Vgl. Philipp Mayring, Qualitative Sozialforschung (Weinheim und Basel, 2002) 91.

¹⁹³ Horst Otto Mayer, Interview und schriftliche Befragung. 47.

7.8.1. Ergebnis These 1

These 1 besagt, dass zahlreiche Bad Tatzmannsdorfer Betriebe vom Kur- und Wellnesstourismus profitieren. Also wurden die TeilnehmerInnen nach ihrer Einschätzung bezüglich des Vorteils, den sie aus dem Tourismusgeschehen ziehen, befragt.

Die Antworten auf die Frage inwiefern der Betrieb des/der Befragten vom Tourismus in Bad Tatzmannsdorf profitiere waren sinngemäß:

Restaurant, Tankstelle	IP1	Ja, 70%
Kaffeehaus	IP2	Zu 100%
Modeboutique	IP3	Zu 90%
Lebensmitteleinzelhandel	IP4	Bis zu 30%
Friseur	IP5	Ja schon
Kaffeehaus mit Restaurant	IP6	70- 80%
Kaffeehaus	IP7	80%
Kaffeehaus, Restaurant, Pralinenmanufaktur	IP8	Mehr vom Wellnesstourismus als vom Kurtourismus
Mostschenke mit Direktvermarktung	IP9	Touristen ja, Wellness- und Kurgäste kommen weniger
Mostschenke mit Direktvermarktung	IP 10	Sehr, sehr

Tabelle 6

Anhand dieser Antworten ist eindeutig herauszulesen, dass sich alle zehn interviewten Personen darüber einig sind, dass ihr Betrieb oder ihr Unternehmen in irgendeiner Form vom Kur- und Wellnesstourismus profitiert. Auffällig ist, dass sechs von zehn Befragten ihre Angaben in Prozente machten, wovon wiederum

fünf im Bereich von 70- 100% liegen. Eine weitere Nennung lautete: „Sehr, sehr, also... Wir wären lange nicht so weit gekommen, wenn es das so nicht gäbe im Ort.“¹⁹⁴ Angesichts der befragten Branchen (Friseur, Kaffeehäuser, Mostschenken,...) scheint das auf einen sehr hohen Anteil an Touristen in der Kundenschicht schließen zu lassen. Nur IP4 gibt an, im Vergleich zu den anderen einen relativ geringen Vorteil von nur bis zu 30% aus dem Fremdenverkehr in Bad Tatzmannsdorf zu ziehen. Diejenigen, die keine Angaben in Prozent machten, sagten, sie würden „mehr vom Wellnesstourismus als vom Kurtourismus“¹⁹⁵ oder „Mh... Von Touristen schon, aber von den Kurgästen eher weniger“¹⁹⁶ profitieren. Ein möglicher Grund dafür, dass diese Betriebe eher von Wellnessurlaubern profitieren könnte die volle Verpflegung in den Quartieren der Kuranstalten oder auch der gedrängte Terminkalender mit Behandlungen und Therapien der Kurgäste sein.

Insgesamt kann also festgehalten werden, dass These 1 aufgrund der Aussagen bestätigt werden kann.

7.8.2. Ergebnis These 1.a

In These 1.a geht es darum, dass Betriebe in Bad Tatzmannsdorf eine deutlich höhere Zahl an Kunden und Gästen und damit verbunden höhere Umsätze verzeichnen können.

¹⁹⁴ IP10

¹⁹⁵ IP8

¹⁹⁶ IP9

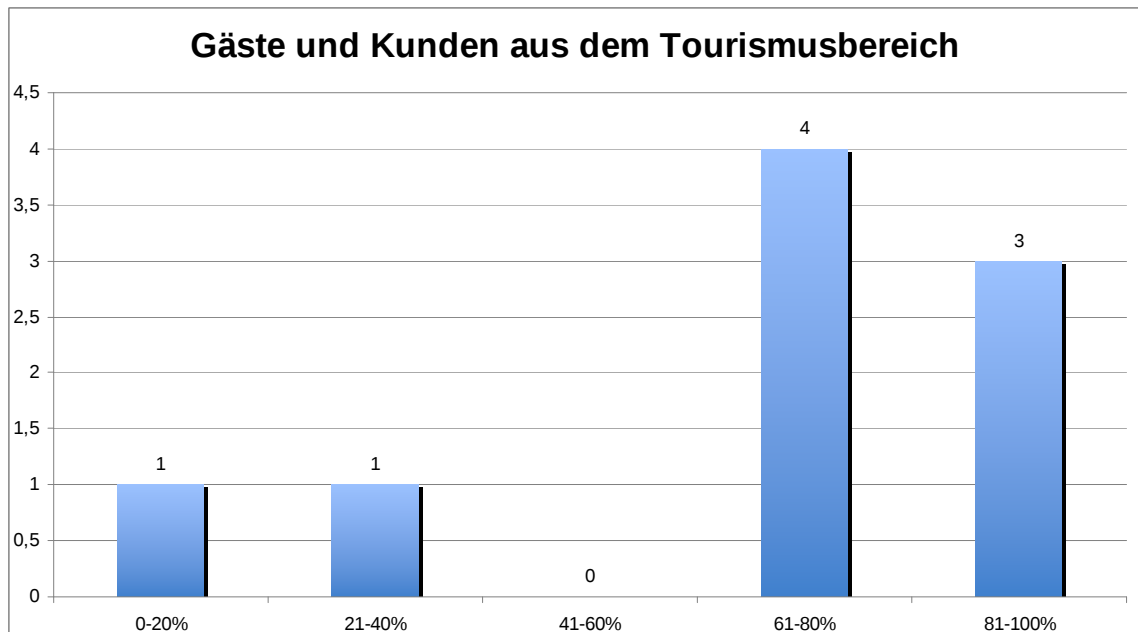


Abb. 10

Die Skala 0-4,5 zeigt die Anzahl der Nennungen, während die horizontale Skala die Angaben in Kategorien von 0-20%, 21-40%, 41-60%, 61-80% und 81-100% einteilt.

Auch hier zeigen die Antworten einen deutlichen Trend an - die Anzahl der Gäste und Kunden der befragten Betriebe aus dem Bereich Kur- und Wellnesstourismus sind überwiegend hoch. Es gibt sieben Nennungen mit 70% und mehr: 3x 70%, 1x 80%, 1x 85%, 1x 90% und 1x sogar 97%. „Also ich würde wieder sagen, da ist wieder der Trend 80, nein sogar 85% ist der Auswärtige, also der Tourist und 15% der Einheimische.“¹⁹⁷ „Mh, ich würde sagen 70% sogar sind Fremde.“¹⁹⁸

Nur drei von zehn Interviewten machten Angaben unter 30%: „Ich würde sagen so... 15% vielleicht.“¹⁹⁹ „...20-30% vielleicht von Kurgästen und Urlaubern.“²⁰⁰

Aufgrund der Aussagen zu These 1 war dieses Ergebnis zu erwarten- die Mehrheit der Bad Tatzmannsdorfer Betriebe macht den Umsatz hauptsächlich

¹⁹⁷ IP 6

¹⁹⁸ IP 10

¹⁹⁹ IP 5

²⁰⁰ IP 9

mit Gästen und KundInnen aus dem Bereich Tourismus, die Minderheit lebt vom Einheimischen. These 1.a. kann hiermit als bestätigt angesehen werden.

7.8.3. Ergebnis These 1.b

Bei dieser Annahme wird davon ausgegangen, dass die Frequenz der Gäste/KundInnen im Jahresschnitt konstant ist und somit keine saisonalen Abhängigkeiten vorzufinden sind. Die Frage lautete: Was können Sie zu Umsatzschwankungen über ein Jahr gesehen sagen?



Abb. 11

In diesem Fall ist das Ergebnis eindeutig: sechs Nennungen besagen, dass es sehr wohl Umsatzschwankungen und somit eine saisonale Abhängigkeit gibt. Dem stehen vier Antworten gegenüber, die aussagen, dass eine Wintersaison in ihrem Betrieb nicht anders verläuft als eine Sommersaison und somit einen gleichmäßig hohen Umsatz zur Folge hat.

Zur Illustration einige Auszüge aus den Interviews:

„Umsatzschwankungen gibt es immer...“²⁰¹ „Naja, das ist schon- also im Winter ist es ruhiger als... im Frühjahr bis Herbst.“²⁰² „Ja, da ist... also die wärmere Jahreszeit ist schon sehr ansprechend, als wenn es stürmt und schneit.“²⁰³ „Also der Winter ist für uns trotzdem schwer verkaufbar...“²⁰⁴

„Nein, nein, Saison gibt es bei uns keine.“²⁰⁵ „Nein, nein, wir sind ein Ganzjahresbetrieb (...) das ist gleichmäßig.“²⁰⁶

Anhand dieser Aussagen kann bekräftigt werden, dass These 1.b widerlegt werden muss. Es scheint jedoch angesichts der geschichtlichen Entwicklung, die Bad Tatzmannsdorf vom Kurbetrieb alleine in den Sommermonaten hin zum Ganzjahresbetrieb genommen hat, ein wenig verwunderlich, dass die Betriebe des Kur- und Wellnessortes diesen durchgehenden Betrieb nicht nutzen können. Scheinbar ist auch die Therme nicht zugkräftig genug für einen Kur- oder Urlaubsaufenthalt in Bad Tatzmannsdorf in den Wintermonaten - die Präferenz der Gäste und KundInnen geht in Richtung wärmere Jahreszeit.

7.8.4. Ergebnis These 1.c

Annahme 1.c besagt, dass sämtliche Lieferanten aus der ganzen Region vom Kur- und Wellness tourismus profitieren.

Die Antworten auf die Frage nach dem Vorteil für regionale Lieferanten waren eindeutig: Neun von zehn ExpertInnen waren sich einig, dass lokale Zulieferer profitieren. „Ja, man hat nur- oder ziemlich viele regionale Lieferanten.“²⁰⁷ „Ganz bestimmt, weil gerade so Mitbringsel für die Kurgäste werden oft mitgenommen.“²⁰⁸ „Ja, an und für sich, wir kaufen sehr viel von regionalen Lieferanten auch und die ganzen Firmen oder bäuerliche Produkte, die wir

²⁰¹ IP 2

²⁰² IP 3

²⁰³ IP 5

²⁰⁴ IP 6

²⁰⁵ IP 1

²⁰⁶ IP 8

²⁰⁷ IP 1

²⁰⁸ IP 4

zugeliefert bekommen, das ist ganz stark bei uns.“²⁰⁹ „Sehr, weil viele regionale Produkte verwendet werden, nicht?!“²¹⁰ „Naja, bei mir profitieren sie, bei den Großbetrieben und Hotels nicht.“²¹¹

Mithilfe dieser Aussagen kann These 1.c. mit überwiegender Mehrheit bestätigt werden. Nur ein/e InterviewpartnerIn meinte dazu nichts sagen zu können.²¹² Durch die Antworten der InterviewpartnerInnen fiel aber auf, dass die befragten Betriebe selbst zum Großteil regionale Produkte verwenden, wodurch die Annahme nur teilweise bestätigt werden kann. Es sind nämlich nicht nur vorwiegend Hotels und Pensionen, von denen die regionalen Lieferanten profitieren, sondern sämtliche Betriebe mit Standort Bad Tatzmannsdorf.

7.8.4. Ergebnis These 1.d

1.d In den Kaffeehäusern, Restaurants und Geschäften wird der Großteil des Umsatzes durch Kur- und Wellnessgäste lukriert. Die folgende Grafik zeigt das Verhältnis laut Aussagen zwischen Gästen und Einheimischen in den Betrieben in Prozent.

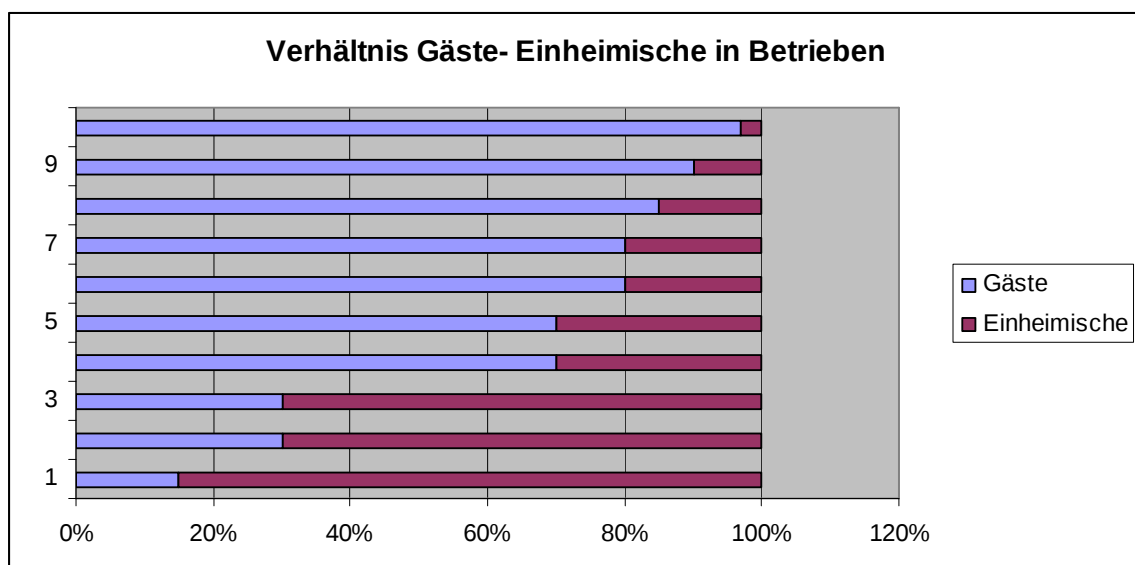


Abb. 12

²⁰⁹ IP 6

²¹⁰ IP 7

²¹¹ IP 9

²¹² Vgl. IP 5

Auf die Frage nach dem Verhältnis zwischen Urlaubern und Einheimischen im Jahresschnitt ist die Tendenz aus den Antworten auf die Fragen 1. und 1.a. bereits ersichtlich. Sieben von zehn machten Angaben mit 70% und darüber: 2x 70%, 2x 80%, 1x 85%, 1x 90% und 1x 97%. Die restlichen drei Nennungen waren wieder im Bereich von 15-30% angesiedelt. Natürlich mag es auch ein wenig von der Art des Betriebes oder des Unternehmens abhängen- einen Supermarkt oder Friseur benötigen die Einheimischen vielleicht mehr als die TouristInnen, ein Kaffeehaus wird wiederum möglicherweise von UrlauberInnen stärker frequentiert.

Insgesamt ist These 1.d. bestätigt- den Großteil der Gästesicht machen UrlauberInnen und TouristInnen aus, was sich natürlich auf den Umsatz auswirkt.

7.8.5. Ergebnis These 1.e

These 1.e besagt, dass zahlreiche Betriebe in Bad Tatzmannsdorf ohne die Kur- und Wellnessgäste nicht existieren würden.

Diese Annahme steht in sehr engem Zusammenhang mit den Ergebnissen aus 1.d, denn aufgrund der Zahlen kann bereits an dieser Stelle gesagt werden, dass sieben von zehn Betrieben ohne die Kur- und Wellnessgäste nicht existieren könnten.

Dass sich die BetreiberInnen und InhaberInnen der Unternehmen dessen auch bewusst sind zeigen die folgenden Aussagen:

Die TouristInnen haben „schon sehr viel- sehr viel Bedeutung (...). Es wäre sicher nicht so gut ohne...“²¹³ „...wenn die Touristen nicht wären, müsste ich mein Angebot komplett umstellen, ja,... und das dem Einheimischen anpassen, aber.. es wäre vom Einheimischen nicht lebbar.“²¹⁴ „Ja an und für sich ist alles darauf aufgebaut! Man muss sagen, ohne die Schiene Kur- Wellness... wir haben jetzt auch die Sportschiene dazu muss ich sagen, die auch sehr gut ist,

²¹³ IP 1

²¹⁴ IP 2

aber... die Lebensader ist eben diese Schiene.“²¹⁵ Ohne die Kur- und Wellnessgäste „wären wir sicher nicht hier (...). Für den Standort wurde das gezielt ausgesucht.“²¹⁶ „...dann könnten wir das nicht so weitermachen, da müssten wir wahrscheinlich irgendwo umdisponieren, wieder irgendetwas anderes machen.“²¹⁷

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass sieben von zehn Betrieben ohne die Kurgäste, WellnesstouristInnen und GesundheitsurlauberInnen nicht bestehen könnten. Für die anderen drei Unternehmen ist diese Gästesicht aber auch zu einem wichtigen „Zuckerl“ geworden, auf das man nicht mehr verzichten kann.²¹⁸

These 1.e. kann also bestätigt werden.

7.8.6. Ergebnis These 2

In diesem Punkt geht es um die Ansprüche von Kurgästen und WellnessurlauberInnen im Allgemeinen. Es wird davon ausgegangen, dass diese Urlauber besonders hohe Erwartungen und Ansprüche mitbringen.

Drei Nennungen besagen, dass die Ansprüche der Kurgäste und WellnessurlauberInnen ganz normal wie bei den Einheimischen sind, zwei Aussagen bekräftigen, dass das ganz unterschiedlich sei, denn es komme darauf an, woher der Gast kommt. „Das ist unterschiedlich, es kommt darauf an, welche Schicht sie sind [die Gäste]. (...) das kann man nicht kategorisieren.“²¹⁹ „Mh, das ist wie bei allen anderen Kundschaften... unterschiedlich.“²²⁰ Eine andere Aussage: „Man muss sich auf den Gast einstellen...auf die Zielgruppe, also die Altersgruppe- sagen wir das ist zwischen 40 und 80, kann man sagen.“²²¹ Einmal kam die Antwort, dass der Kurgast der einfachere und angenehmere Gast im

²¹⁵ IP 6

²¹⁶ IP 7

²¹⁷ IP 10

²¹⁸ Vgl. IP 5

²¹⁹ IP 2

²²⁰ IP 4

²²¹ IP 3

Vergleich zum Wellnessurlauber sei, zweimal wurde der Anspruch auf regionale Produkte erwähnt. „Also sie lieben sicher regionale Produkte oder wenn etwas von der Region... oder typisches Einheimisches ist.“²²² „Ansprüche... sind gar nicht so hoch, die suchen ja das Regionale, das Typische, was es bei uns gibt, das.. ah.. die sind manchmal einfacher, weil sie zufrieden sind mit dem, was da ist, nicht?“²²³ Nur eine Aussage bekräftigt indirekt die Annahme, dass Kurgäste und WellnessurlauberInnen allgemein gesagt relativ hohe Ansprüche stellen.

These 2 muss also widerlegt werden. Allgemein kann zusammengefasst werden, dass nicht kategorisiert werden kann, dass die Ansprüche von diesen oder jenen TouristInnen und UrlauberInnen höher wären als die eines anderen Gästetypen. So gibt es vermutlich auch unter den Einheimischen selbst Leute mit höheren Erwartungen und ebensolche mit niedrigeren Ansprüchen. Auffällig jedoch sind die Präferenz und das Verlangen nach regionalen Produkten und dem Typischen aus der Gegend.

7.8.7. Ergebnis These 2.a

These 2.a besagt, dass Gäste, die nach Bad Tatzmannsdorf kommen ein entsprechendes Preis-Leistungsverhältnis fordern.

„Ja, es soll viel sein, gut soll es sein und wenig soll es kosten.“²²⁴ „Ja, das Preis-Leistungsverhältnis muss passen...“²²⁵ „Das muss passen. Qualität und Preis-Leistung muss passen.“²²⁶ Es gibt fünf solcher Nennungen in denen explizit gesagt wird, dass das Preis-Leistungsverhältnis stimmen muss, weil andernfalls die KundInnen und Gäste ausblieben. Vier Aussagen bestätigen die These indirekt- hier heißt es, es komme darauf an, woher der Gast kommt. „Naja, das hängt davon ab, woher der Kunde kommt... Wenn er vom Westen herkommt, ist das spottbillig (...) auch die Wiener sagen, die sind um 30% teurer als hier.“²²⁷ „Ah.. es kommt darauf an, woher die Leute kommen, also wenn das Wiener sind-

²²² IP 8

²²³ IP 10

²²⁴ IP 1

²²⁵ IP 2

²²⁶ IP 8

²²⁷ IP 5

denen ist alles zu teuer und die vom Westen freuen sich, dass es billiger ist.“²²⁸
„Ah, da sind wir sicher.. dass sie überrascht sind, weil wir so günstig sind.“²²⁹ Nur eine Antwort besagt, dass die Kurgäste und WellnessurlauberInnen weniger auf das Geld schauen würden.²³⁰

Insgesamt heißt das also, dass die These nicht eindeutig bestätigt werden kann. Es gibt nur fünf eindeutige Nennungen, die besagen, dass ein entsprechendes Preis-Leistungsverhältnis von TouristInnen gefordert wird. Allerdings ist eine Tendenz in diese Richtung abzulesen, da es weitere vier Aussagen gibt, die die These indirekt bestätigen.

7.8.8. Ergebnis These 2.b

Bei These 2.b wird davon ausgegangen, dass Kurgäste und WellnessurlauberInnen perfekten Service, Höflichkeit und Freundlichkeit erwarten.

Mit neun von zehn Antworten, die besagen, dass Service, Freundlichkeit und Höflichkeit sehr wichtig sind, kann diese Annahme als bestätigt angesehen werden. Nur ein Interviewpartner meinte, dass darauf gar kein besonders großer Wert gelegt werde.²³¹

Zur Illustration einige der Aussagen: „Sehr hohe Ansprüche, das [Service, Höflichkeit, Freundlichkeit] ist sehr wichtig.“²³² „Das ist eigentlich fast die Nummer eins, man erwartet sich von.. also wirklich einen freundlichen Mitarbeiter- das ist der Erfolg der Verkaufsschiene.“²³³ „...also darauf wird sehr großer Wert gelegt.“²³⁴ „Dass man freundlich ist, ist einfach Voraussetzung.“²³⁵ „Ja, das muss schon passen, also... Ansprüche weiß ich nicht, weiß ich nicht,

²²⁸ IP 9

²²⁹ IP 10

²³⁰ Vgl. IP 4

²³¹ Vgl. ebd.

²³² IP 3

²³³ IP 6

²³⁴ IP 7

²³⁵ IP 9

was für Ansprüche sie haben, aber es ist schon ganz wichtig, dass man freundlich zu ihnen ist und, und dass man ihre Wünsche erfüllt, so weit es geht.“²³⁶

7.8.9. Ergebnis These 2.c

Bei dieser Annahme wird davon ausgegangen, dass Kurgäste und WellnessurlauberInnen nach Möglichkeit aus einem reichhaltigen Warenangebot auswählen möchten.

In sechs Fällen wird diese These eindeutig bestätigt- von UrlauberInnen und TouristInnen wird eine große Produktvielfalt gefordert. „Muss auch eine breite Vielfalt sein, also angepasst eben an den Wellnessbereich, das ist ganz wichtig...“²³⁷ „Ja, an und für sich gerade beim Wellnessgast ist schon die bewusste Ernährung und so etwas auf Naturprodukte oder Müslikombinationen- fünf, sechs Arten.. ist schon die Palette da. Man merkt das auch bei den Menüs, also von Reduktion oder vegetarisch ist stark im Kommen für neue Arten.“²³⁸ „Die Auswahl sollte schon sehr groß sein.“²³⁹ Zwei Aussagen erläutern, dass die Vielfalt egal ist: „Die Vielfalt ist egal! Wichtig ist die Frische. (...) Wichtig ist die Frische und die Qualität, nicht?! (...) Ob da jetzt sieben verschiedene [Mehlspeissorten] in der Vitrine sind oder 17- das ist vollkommen egal.“²⁴⁰ Weitere zwei Antworten besagen, dass eine große Auswahl bei ihnen vorhanden ist und nicht noch mehr gefordert wird. „...also wir haben eine große Auswahl da (...) und Nachfrage ist eigentlich keine.. also nehme ich an, dass ihnen die Auswahl passt.“²⁴¹

Insgesamt wird die These mit knapper Mehrheit bestätigt.

²³⁶ IP 10

²³⁷ IP 3

²³⁸ IP 6

²³⁹ IP 8

²⁴⁰ IP 2

²⁴¹ IP 4

7.8.10. Ergebnis These 2.d

2.d. WellnessurlauberInnen sind bereit mehr Geld auszugeben als Kurgäste.

Im Leitfrageninterview wurde deshalb nach der Zahlungsfreudigkeit dieser Gästetypen gefragt. In diesem Fall muss vorweggenommen werden, dass man sich hier nur auf neun relevante Antworten stützen kann, denn eine Aussage verfehlte das Thema.

Sinngemäß teilen sich die Aussagen auf in:

Nennungen	Antworten
3	WellnessurlauberInnen geben mehr aus als Kurgäste
3	Beide Kategorien geben gleich viel aus
2	Teils, teils- kann man nicht kategorisieren
1	Beide Kategorien nicht sehr zahlungsfreudig

Tabelle 7

Anhand dieser Auflistung ist zu erkennen, dass die These weder bestätigt, noch widerlegt werden kann. Die Aussagen lassen aber insgesamt den Schluss zu, dass man rein mit den Kategorien „Kurgäste“ und „WellnessurlauberInnen“ nur schlecht arbeiten kann, da es auch innerhalb dieser Gruppen immer Abstufungen und Unterschiede geben wird. So kann in einem Betrieb ein sehr zahlungsfreudiger Kurgast bedient worden sein, während im anderen Unternehmen ein eher sparsamer Kurgast angetroffen wurde - das gilt auch für WellnessurlauberInnen. Genau das spiegeln die unterschiedlichen Antworten und Aussagen wieder.

7.8.11. Ergebnis These 3

Annahme 3 besagt, dass Kurgäste einen schlechteren Ruf als Wellnessgäste genießen, also wurden die InterviewpartnerInnen nach ihrem Bild eines typischen Kurgastes bzw. Wellnessurlaubers befragt.

Das Ergebnis war nicht wie erwartet: Von den zehn Befragten, gaben nur zwei an, ein typisches Bild von beiden Gästetypen vor Augen zu haben. IP 3 definiert den typischen Kurgast wie folgt: „Der ist sehr beschäftigt mit der Kur und man muss sich wirklich darauf einstellen (...) dass sie nur eine gewisse Zeit zur Verfügung haben zum.. Erleben in Bad Tatzmannsdorf- diese ganzen Zusatzangebote.. und er ist an und für sich freundlich, wenn man ihm auch freundlich gegenübertritt, aber auch anspruchsvoll, natürlich... Ja.“²⁴² IP 10 beschreibt ihn so: „Er ist entspannt, ja, der ist entspannt, der kommt meistens alleine oder eben so ein bisschen in der Gruppe, (...) die sind gut aufgelegt, weil die haben ja alle Sorgen und alles zu Hause gelassen. (...) Selten Grantige, selten Grantige.“²⁴³ WellnessurlauberInnen sind laut IP 3 und IP 10 auch entspannt, erhoffen oder erwarten sich aber etwas mehr, weil sie oftmals in Sternehotels untergebracht sind und wägen sehr schnell ab, ob das was ihnen geboten wird für sie passt oder nicht - wenn es etwas für sie ist, dann kommen sie immer wieder nach Bad Tatzmannsdorf.²⁴⁴ Für die restlichen Acht gibt es keine typischen Charaktermerkmale oder Besonderheiten an denen man einen Kurgast oder WellnessurlauberIn erkennen könne.

These 3 muss folglich widerlegt werden. Es ist besonders auffällig, dass alle Beschreibungen - sowohl die von Kurgästen als auch die der WellnessurlauberInnen - durchwegs positiv ausgefallen sind (Der Kurgast „das ist halt bei uns ein beliebter Gast, ein älterer Gast, ein lustiger Gast (...).“²⁴⁵) Es wurde keine einzige negative Äußerung über eine der beiden Kategorien getätigt. Gründe dafür könnten darin liegen, dass die Befragten allesamt ein Geschäft mit Kurgästen und WellnessurlauberInnen machen, denn sie alle profitieren vom

²⁴² IP 3

²⁴³ IP 10

²⁴⁴ Vgl. IP 3

²⁴⁵ IP 6

Fremdenverkehr in Bad Tatzmannsdorf. Hätte die Befragung mit Einheimischen, die nicht in der Tourismusbranche tätig sind stattgefunden, würden die Ergebnisse möglicherweise anders ausfallen und der Ruf des typischen Kurgastes oder Wellnessurlaubers anders aussehen.

7.8.12. Ergebnis These 3.a

Bei diesem Punkt wird davon ausgegangen, dass die Bereitschaft zur Kontaktaufnahme der Einheimischen außerhalb ihres beruflichen Umfeldes mit Gästen eher gering ist und dass kaum Berührungspunkte vorhanden sind. Die folgende Grafik zeigt die Antworten sinngemäß zusammengefasst auf die Frage: Inwiefern haben Sie außerhalb Ihres beruflichen Umfeldes Berührungspunkte mit UrlauberInnen und Gästen?

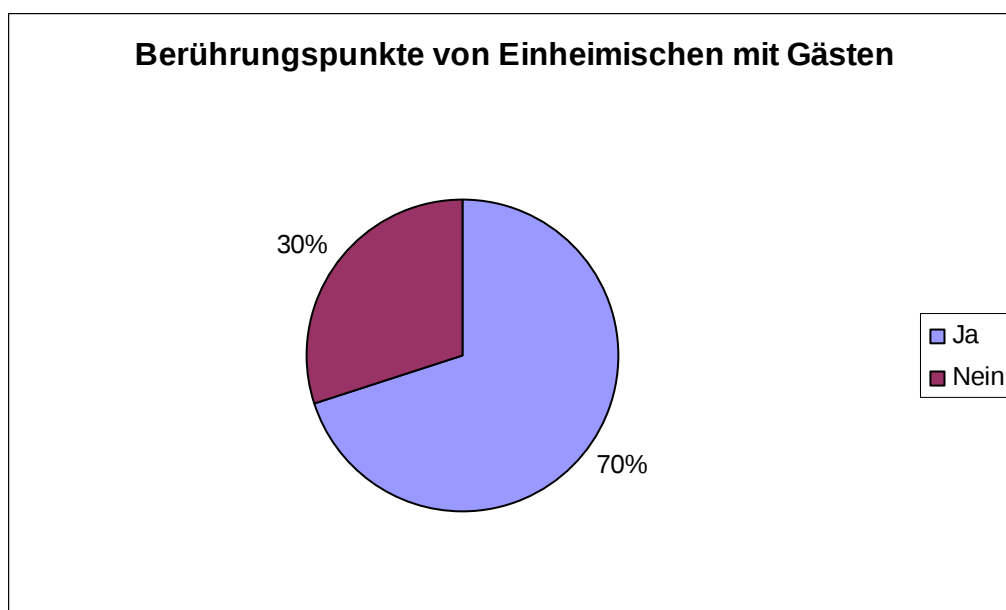


Abb. 13

Aus der Grafik ist das Ergebnis eindeutig abzulesen: mit sieben Mal sinngemäß ja, es gibt außerhalb des beruflichen Umfeldes Berührungspunkte mit Gästen und UrlauberInnen muss die These widerlegt werden. „Ja, sicher, weil wenn man

irgendwo hingeht, auf der Straße trifft man die Leute, die unterwegs sind, wenn man irgendwo in ein Lokal geht, trifft man sie ebenso.“²⁴⁶

Mit Berührungspunkten sind hauptsächlich zufällige Aufeinandertreffen, wie von IP 9 oberhalb beschrieben gemeint- also wenn die Einheimischen selbst in ein Kaffeehaus, ein Restaurant oder die Therme gehen und dort auf Gäste treffen. Für nähere Bekanntschaften oder dauerhaften Kontakt sagen die Ergebnisse nichts aus.

7.8.13. Ergebnis These 3.b

Diese Annahme betrifft das Trinkgeld. Es wird davon ausgegangen, dass der Kurgast weniger Trinkgeld gibt als andere Gäste.

In zwei Betrieben ist Trinkgeld kein Thema, weshalb das Ergebnis von den restlichen acht Aussagen abhängt. Von diesen besagen drei, dass es keinen oder kaum Unterschiede zwischen Kur- und Wellnessgast gibt. „Es ist kein riesiger Unterschied, würde ich sagen, es hält sich so ziemlich die Waage, was so an Trinkgeld ist (...).“²⁴⁷ Zwei InterviewpartnerInnen meinen, dass der Kurgast in Bezug auf Trinkgeld spendabler ist als WellnessurlauberInnen, während eine Antwort genau das Gegenteil besagt. Schließlich sind zwei Befragte der Ansicht, dass es in beiden Gästeschieden solche und solche gebe und dass man das nicht kategorisieren könne. „Von gar nichts bis überraschend viel [Trinkgeld]. (...) Ja, das hat glaube ich nichts mit Kurgast und mit... das ist allgemein glaube ich Charaktersache.“²⁴⁸

Somit kann These 3.b weder eindeutig widerlegt, noch bestätigt werden. Es ist wohl auch in diesem Fall zu sagen, dass Kurgäste wie WellnessurlauberInnen nicht alle gleich sind und Unterschiede innerhalb der Kategorien berücksichtigt werden müssen.

²⁴⁶ IP 9

²⁴⁷ IP 5

²⁴⁸ IP 1

7.8.14. Ergebnis These 3.c

These 3.c geht davon aus, dass Kurgäste eine niedrigere Toleranz bei Wartezeiten aufweisen als andere Gäste.

Vier Mal wurde ausgesagt, dass der Kurgast mehr Zeit habe als der Wellnessurlauber. „Der Kurgast hat eher Zeit, nachdem der Kurgast drei Wochen da ist (...) ... hat der eher Zeit als der Wellnessgast, der aus dem Berufsleben kommt, hektisch ist und zwei Tage ausspannen will, der hat keine Zeit.“²⁴⁹ Drei Aussagen behaupten das Gegenteil - das heißt Wellnessgäste hätten mehr Zeit, weil sie keinen fixen Therapieplan einhalten müssen. „Also der Wellnessgast hat sicher mehr Zeit als der Kurgast, der hat immer seinen Terminplan - der nächste Termin... der ist sehr gestresst.“²⁵⁰ Zwei InterviewpartnerInnen gaben an, dass es keinen Unterschied zwischen den verschiedenen Gästen und KundInnen gebe, während ein Befragter sagte, dass es ganz unterschiedlich sei.²⁵¹

Insgesamt kann auch diese Annahme nicht widerlegt oder bestätigt werden, da es keine eindeutige Mehrheit gibt. Tendenziell kann gesagt werden, dass der Kurgast in Bezug auf seine Aufenthaltsdauer über mehr Zeit verfügt als der Wellnessurlauber, auf den Tagesverlauf bezogen aber aufgrund seiner zahlreichen Behandlungstermine sicherlich eingeschränkter ist.

7.8.15. Ergebnis These 3.d

Annahme 3.d besagt, dass Kurgäste häufiger Beschwerden äußern als andere UrlauberInnen oder Einheimische. Sinngemäß können die Antworten auf die Frage „Wie oft äußern Kurgäste im Schnitt Beschwerden?“ zusammengefasst werden in:

Nennungen	Antworten
6	Nein, überhaupt keine Beschwerden

²⁴⁹ IP 2

²⁵⁰ IP 8

²⁵¹ Vgl. IP 1, IP 4, IP 9

2	Ja, Beschwerden gibt es immer wieder
1	Kurgast beschwert sich eher
1	Beschweren sich genauso häufig/ selten wie Einheimische

Tabelle 8

Aufgrund dieser Aussagen und deren Häufigkeit kann These 3.d. mit knapper Mehrheit widerlegt werden. Kurgäste beschweren sich also nicht so häufig wie angenommen und wenn sie es tun, dann laut IP 6 eher, weil sie lieber den Stammmasseur oder einen anderen Behandlungstermin hätten, aber nicht weil die Qualität nicht in Ordnung ist. Dieses Ergebnis lässt darauf schließen, dass das, was Bad Tatzmannsdorfs Betriebe bieten guter Qualität und hohen Standards entspricht.

7.8.16. Ergebnis These 3.e

Bei diesem Punkt geht es um die Präsenz von Kurgästen und WellnessurlauberInnen im Ortszentrum. Die Annahme lautet: Kurgäste sind im Ortszentrum präsenter als WellnessurlauberInnen. Daher wurden die InterviewpartnerInnen nach der Präsenz von Kurgästen und WellnessurlauberInnen gefragt.

Sinngemäß teilen sich die Antworten wie folgt auf in:

Nennungen	Antworten
7	Kann nicht sagen, wer WellnessurlauberIn oder Kurgast ist
3	Kurgast präsenter

Tabelle 9

Annahme 3.e steht mit These 3 in enger Verbindung. Aufgrund der Tatsache, dass für so viele der Befragten kein typisches Bild eines Kurgastes oder

Wellnessurlaubers besteht, können sie nicht differenzieren, wen sie auf der Straße sehen.

These 3.e hat sich folglich nicht bewahrheitet, denn sieben Befragte können dazu keine genauen Angaben machen. Von denen, die zwischen Kurgast und WellnessurlauberIn unterscheiden können, fiel das Ergebnis aber deutlich aus: Kurgäste sind ihrer Meinung nach im Ortsbild präsenter, weil WellnessurlauberInnen die Badelandschaften in ihren Hotels und der Therme eher weniger verlassen.²⁵²

7.8.17. Ergebnis These 4

Annahme 4 betrifft die Tatsache, dass die einheimische Bevölkerung von Bad Tatzmannsdorf enorm vom Kur- und Wellnesstourismus profitiert. Es wird aber davon ausgegangen, dass Einheimische sich dessen nicht bewusst sind.

Die Ergebnisse können dahingehend zusammengefasst werden, dass sich alle zehn Befragten einig sind, dass die Einheimischen vom Fremdenverkehr- in welcher Form auch immer- profitieren. Die Antworten teilen sich dann auf in vier Nennungen, die die Arbeitsplätze im eigenen Ort betreffen, zwei Aussagen bezüglich des touristischen Angebots und der Grundstückspreise und eine Angabe von 90-Prozentigem Vorteil ohne nähere Erläuterung. „Allgemein haben sie so viel Vorteil, dass von jedem Haus in Bad Tatzmannsdorf zumindest eine Person in Tatzmannsdorf Arbeit findet.“²⁵³ „Also der erste riesen Vorteil ist schon einmal für die Grundstücksbesitzer dadurch dass Tourismus hier ist, dass der Grundstückspreis einmal gewaltig höher ist als in den Nachbarortschaften. Dann natürlich das ganze touristische Angebot, sprich die Leute können gratis die Lauf- und Walkingarena nützen, sie können auch.. ah, in die Therme gehen zu begünstigten Tarifen²⁵⁴, sie haben das Sportangebot.“²⁵⁵ In einer Antwort heißt es, dass Bad Tatzmannsdorf durch den Fremdenverkehr ein sehr offener Ort

²⁵² Vgl. IP 2, IP 8, IP 10

²⁵³ IP 2

²⁵⁴ Anm.: diese Aussage entspricht nur teilweise der Wahrheit: die Ortsbevölkerung bekommt lediglich für die Sommermonate Juli und August vergünstigte Eintrittskarten.

²⁵⁵ IP 6

geworden ist²⁵⁶, eine weitere Aussage betrifft den positiven Einfluss auf die Finanzen der Gemeinde²⁵⁷ und eine Meinung besagt, dass Bad Tatzmannsdorf dadurch an Bekanntheit gewinnt²⁵⁸.

Zusammenfassend profitiert die gesamte Bevölkerung von Bad Tatzmannsdorf vom Kur- und Wellness tourismus in irgendeiner Weise und scheint sich dessen auch bewusst zu sein. Aus diesem Grund muss These 4 teilweise widerlegt werden - Tatzmannsdorfer profitieren: ja. Sie sind sich dessen nicht bewusst: nein. Die Annahme kann daher nur teilweise bestätigt werden, denn die Tatzmannsdorfer profitieren in Sachen Infrastruktur, Freizeit- und Kulturangebot enorm und sind sich dessen auch bewusst.

7.8.18. Ergebnis These 4.a bis 4.d

Aufgrund der engen Verknüpfung miteinander werden Thesen 4.a bis inklusive 4.d zusammengefasst besprochen. Es handelt sich hier um die Annahmen, dass die einheimische Bevölkerung vom Freizeitangebot (4.a), vom Kulturangebot (4.b), vom kulinarischen Angebot (4.c) sowie vom Sportangebot (4.d), das aufgrund des Fremdenverkehrs geboten wird, profitiert.

These	Nennungen	Antworten
4.a Freizeitangebot	8	Ja, wir profitieren
	1	Kann nicht beurteilen
	1	„Was für ein Freizeitangebot?“ ²⁵⁹
4.b Kulturangebot	9	Ja, jeden Tag Programm
	1	Kann nicht beurteilen
4.c Kulinarik	8	Ja, wir profitieren
	1	Kann nicht beurteilen

²⁵⁶ Vgl IP 5

²⁵⁷ Vgl. IP 4

²⁵⁸ Vgl. IP 9

²⁵⁹ IP 9

	1	Naja, kann hingehen, aber sonst nicht viel Vorteil
4.d Sportangebot	6	Ja, wir profitieren
	2	Kann nicht beurteilen
	2	Naja, der Sport betreibt ja...

Tabelle 10

Aus der Tabelle wird deutlich, dass die Mehrheit der Ansicht ist, dass die einheimische Bevölkerung sowohl vom Freizeitangebot, vom Kulturangebot, vom kulinarischen Angebot als auch vom Sportangebot profitiert. In Tatzmannsdorf gibt es viele Vorteile „weil bei uns jeden Tag irgendetwas ist; kulturell und.. und Veranstaltungen.“²⁶⁰ „... also die ganzen Sportanlagen...sind gut ausgebaut, die Infrastruktur, das ist natürlich um Weiten voraus... im Gegensatz zu anderen auch- die Bezirksstadt... also das kann man nicht vergleichen, Bad Tatzmannsdorf ist da schon sehr gut aufgestellt.“²⁶¹ „(...) wir bieten dem Kur- und Wellnessgast ein großes Spektrum an Programm, an Freizeitgestaltungsmöglichkeiten, ah...was der Einheimische natürlich auch nutzen kann (...) und das nächste ist, wir haben ja den City-Bus, den sowohl die Einheimischen wie die Schüler und Kindergartenkinder nutzen können, also würde es keinen Kurgast geben, hätten wir den City-Bus nicht- der ist gratis. (...) Ich sage einmal, wo hast du das? Oder wo hast du diese Infrastruktur? (...) Ich glaube kein anderes Dorf hat einen Golfplatz, ich weiß nicht wie viele Tennisplätze, eine Therme und dann... weiß ich nicht Fußballarena, Lauf- und Walkingarena...“²⁶²

Es kann also festgestellt werden, dass These 4.a, These 4.b, These 4.c und These 4.d bestätigt werden können. Aufgrund der zahlreichen Investitionen in die Infrastruktur von Bad Tatzmannsdorf hat die Gemeinde nicht nur für UrlauberInnen ein attraktives Angebot geschaffen, sondern auch für die BewohnerInnen des Ortes.

²⁶⁰ IP 1

²⁶¹ IP 3

²⁶² IP 8

7.8.19. Ergebnis These 4.e

Ebenso in Zusammenhang mit Thesen 4- 4.d steht die Annahme, dass ein Großteil der Bevölkerung die vorhandenen Angebote in den Bereichen Sport, Kultur, Freizeit und Kulinarik regelmäßig nutzt. So wurden die InterviewpartnerInnen nach den Angeboten, die sie nutzen und der Häufigkeit pro Woche befragt.

Die folgende Grafik soll Aufschluss über die Antworten geben:

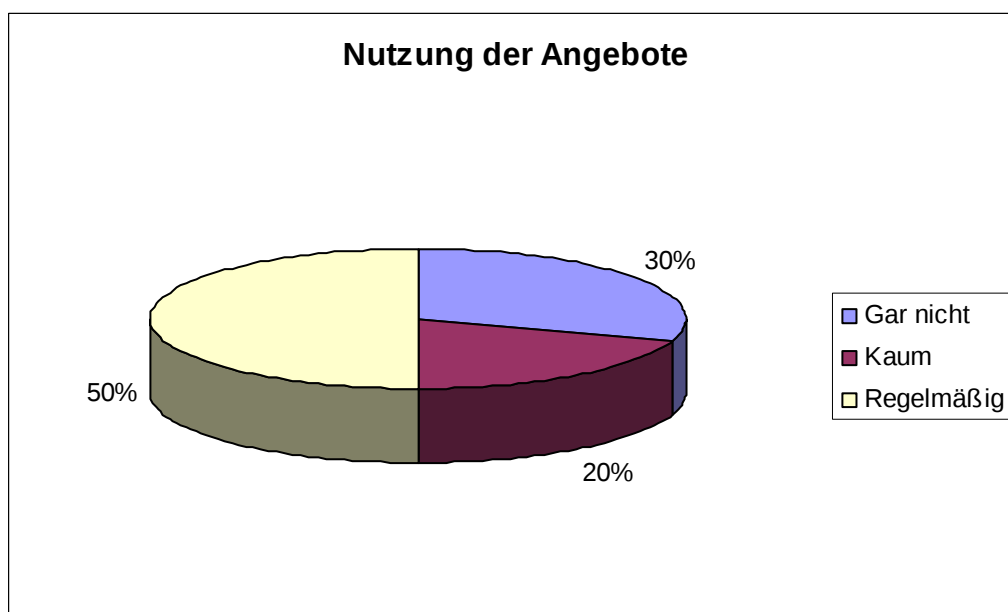


Abb. 14

Es ist also klar ersichtlich, dass fünf von zehn Befragten- also genau die Hälfte- regelmäßig Angebote aus den Bereichen Sport, Kulinarik, Freizeit oder Kultur nutzen. Drei InterviewpartnerInnen gehen überhaupt keiner Beschäftigung in den genannten Bereichen nach, während zwei sagen, dass sie nur kaum etwas nutzen.

Somit kann These 4.e weder eindeutig widerlegt noch bestätigt werden. Möglicherweise ist das Ergebnis darauf zurückzuführen, dass Selbstständige weniger Zeit für derartige Aktivitäten zur Verfügung haben.

7.8.20. Ergebnis These 5

Im nächsten Punkt wird davon ausgegangen, dass sich Einheimische wenig um die angebotenen Therapien und Kuranwendungen kümmern und kaum etwas darüber wissen.

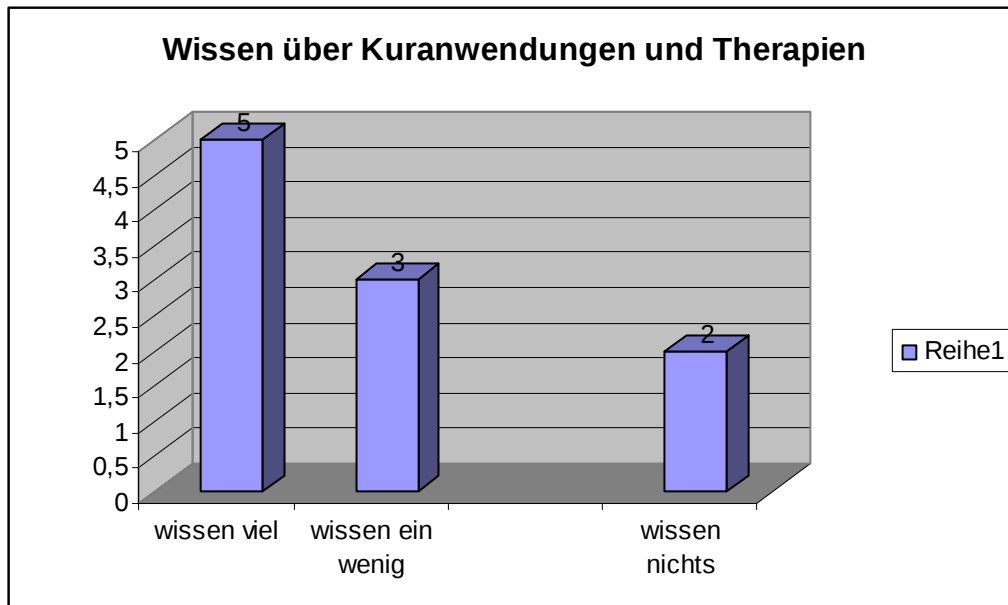


Abb. 15

Aus dem Diagramm kann abgelesen werden, dass sich die Antworten aufteilen in fünf InterviewpartnerInnen, die sehr gut über die einzelnen Kur- und Therapieanwendungen informiert sind, drei, die ein wenig darüber wissen und zwei Befragte, die gar keinen Einblick ins Kurwesen haben und dazu nichts sagen können. Aufgrund der Aussagen wurde eine mögliche Branchenabhängigkeit überprüft: zu den fünf sehr gut informierten Betrieben gehören eine Hotel-Konditorei, eine Modeboutique, ein Buschenschank und zwei Hotel-Restaurants; diejenigen, die die Basisbehandlungen nennen konnten betreiben jeweils einen Frisiersalon, eine Kaffee-Konditorei und einen Buschenschank, während die InhaberInnen eines Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfts und eines Gasthauses mit Tankstellenbetrieb nichts zum Thema sagen konnten. Das lässt darauf schließen, dass je häufiger und je enger der Kontakt mit dem Gast ist, desto besser sind die BetreiberInnen informiert. Bei einer Tankstelle und im

Lebensmittelgeschäft ist es daher nicht verwunderlich, dass man über die Kuranwendungen nicht informiert ist.

These 5 ist somit nicht vollständig widerlegt, wenngleich eine Tendenz in diese Richtung abzulesen ist. Auch in diesem Fall wäre das Ergebnis möglicherweise anders ausgefallen, hätte man die Studie rein auf die Bad Tatzmannsdorfer Bevölkerung hin ausgerichtet, die in wirtschaftlicher Hinsicht nichts mit dem Fremdenverkehr zu tun hat.

7.8.21. Ergebnis These 5.a

Diese Annahme besagt, dass nur ein kleiner Anteil an Einheimischen über die Nächtigungszahlen pro Jahr in Bad Tatzmannsdorf nicht Bescheid weiß.

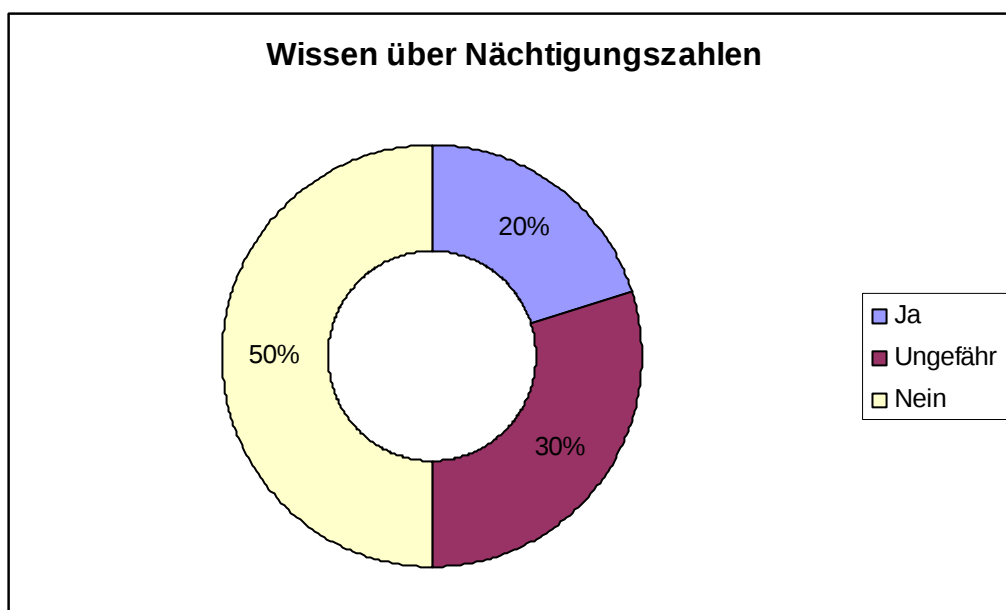


Abb. 16

50% der Befragten wissen über die Gesamtnächtigungszahlen pro Jahr überhaupt nicht Bescheid, 30% können sie ungefähr nennen und 20% wissen die Zahlen genau. Dieses Ergebnis zeigt, dass nicht einmal Personen, die in ständigem Kontakt mit Gästen stehen und viel mit Fremdenverkehr zu tun haben, die genauen Zahlen kennen.

Mit diesem Resultat ist die These nicht vollständig bestätigt, wenngleich der Trend zu erkennen ist, dass die Nächtigungszahlen nicht besonders vielen bekannt sind. Auch in diesem Fall bleibt offen, wie eine Befragung mit TatzmannsdorferInnen, die nicht beruflich ins Tourismusgeschehen eingebunden sind, ausgefallen wäre.

7.8.22. Ergebnis These 5.b

5.b. Die Ortsbevölkerung hat keinen Überblick über die tatsächlichen Anwendungsangebote und Therapieformen im Kurwesen.

Aufgrund der Tatsache, dass Annahme 5.a und 5.b sehr eng miteinander verknüpft sind, ist es nicht verwunderlich, dass das Ergebnis exakt identisch mit dem aus Annahme 5.a. ist. 50% wissen keine Zahlen, 30% kennen die Anzahl der Arbeitsplätze ungefähr und die restlichen 20% wissen genau Bescheid.

Folglich kann auch diese These nicht vollständig bestätigt werden, obwohl auch in diesem Fall die Tendenz zu erkennen ist, dass nur ein kleiner Prozentsatz wirklich Bescheid weiß, abzulesen ist. Wie bei Annahme 5.a wäre auch hier vermutlich mit einem anderen Ergebnis zu rechnen, hätte man nur Einheimische ohne Kontakt zu Gästen befragt.

7.8.23. Ergebnis These 6

In diesem Punkt geht es um die Dorfgemeinschaft von Bad Tatzmannsdorf. Es wird davon ausgegangen, dass der Kur- und Wellness tourismus negative Auswirkungen auf ebendiese hat.

Von den zehn Befragten sind neun Antworten relevant, eine Aussage geht am Thema vorbei und findet deshalb keine Berücksichtigung.

Nennungen	Antworten
6	Bevölkerung muss sich anpassen
2	Kann nicht beurteilen
1	Hat keine Auswirkungen

Tabelle 11

Sechs der Befragten äußern sich also dahingehend, dass sich die Bevölkerung an die Gegebenheiten anpassen muss und dass der Fremdenverkehr somit Auswirkungen auf die Dorfgemeinschaft hat. „Also die Dorfgemeinschaft ist meines Erachtens nicht so stark wie in kleinen Dörfern, wo die Struktur... mehr fokussiert ist auf die Dorfgemeinschaft.. Also das ist eher städtisch bei uns.“²⁶³ „(...) wir haben nicht diese Dorfgemeinschaft wie manche andere Ortschaften rundherum sie haben. Das ist jetzt nicht so... Wo anders halten die Leute mehr zusammen.“²⁶⁴ Zwei der zehn Befragten können die Situation nicht beurteilen, während ein/e InterviewpartnerIn der Meinung ist, dass der Tourismus in Bad Tatzmannsdorf keinerlei Auswirkung auf die Dorfgemeinschaft habe.

Mit diesen Aussagen kann die These als bestätigt angesehen werden - der Kur- und Wellness tourismus hat Auswirkungen auf die Dorfgemeinschaft.

7.8.24. Ergebnis These 6.a

Annahme 6.a steht in sehr engem Zusammenhang mit These 6 und besagt, dass der Zusammenhalt unter den Einheimischen nicht so gegeben ist wie in größtmäßig vergleichbaren Ortschaften in der Region. Die Bevölkerung ist bei keinem Fest ganz unter sich, weil Kur- und Wellnessgäste ebenfalls daran teilnehmen. Dadurch, so die Annahme, können die Tatzmannsdorfer nicht so eng zusammenwachsen. Aufgrund der engen Verknüpfung mit These 6 wird von einem ähnlichen Ergebnis ausgegangen.

²⁶³ IP 3

²⁶⁴ IP 10

Die Antworten teilen sich sinngemäß auf in:

Nennungen	Antworten
5	Zusammenhalt ist gegeben
3	Zusammenhalt gibt es nicht so wie früher
2	Kann nicht beurteilen

Tabelle 12

Angesichts des Ergebnisses von These 6 überraschen diese Antworten ein wenig. Fünf von zehn Befragten sagen, dass der Zusammenhalt sehr wohl gegeben sei. Allerdings kommt immer wieder der Zusatz, dass dies hauptsächlich den vielen Vereinen zu verdanken ist. „...und auch in den Vereinen - es gibt sehr viele Vereine in Bad Tatzmannsdorf und dadurch gibt es dann schon einen guten Zusammenhalt.“²⁶⁵ „...den gibt es auf alle Fälle, also ich schätze einmal von den Betrieben her... da gibt es dann vielleicht ein paar Klassen, die zusammenhalten, ein paar verschiedene Gruppen, aber den gibt es sowohl unter den Betrieben als auch unter den Einheimischen selbst.“²⁶⁶ Drei der InterviewpartnerInnen meinen, es gibt keinen guten Zusammenhalt, so wie es früher in einem Dorf war und zwei können die Situation nicht beurteilen.

Das lässt den Schluss zu, dass These 6.a nicht eindeutig widerlegt oder bestätigt werden kann. Die Ergebnisse zeigen aber, dass es unter einzelnen Schichten und Gruppen wie zum Beispiel Vereinen in Bad Tatzmannsdorf sehr wohl einen guten Zusammenhalt gibt, während das Gefühl einer Dorgemeinschaft, die jede/n einzelne/n TatzmannsdorferIn einschließt, zu fehlen scheint.

In einem Zusatz zu 6.a wurde noch nach dem Verhältnis von Einheimischen und Gästen bei Veranstaltungen gefragt. Die Aussagen können zusammengefasst werden in drei „Kann nicht beurteilen“, drei „Mehr Gäste als Einheimische“, zwei „Bunt gemischt“ und zwei „Mehr Einheimische“. Daraus kann also abgelesen werden, dass die einheimische Bevölkerung bei Festen nie ganz unter sich ist,

²⁶⁵ IP 3

²⁶⁶ IP 9

was möglicherweise ein Mitgrund für eine nicht wirklich vorhandene Dorfgemeinschaft sein kann.

7.8.25. Ergebnis These 6.b

6.b Ein Großteil der Veranstaltungen in Bad Tatzmannsdorf gilt den Gästen und nicht den Einheimischen.

Auch in diesem Fall wird aufgrund des Zusammenhangs mit dem Zusatz aus These 6.a ein dementsprechendes Ergebnis erwartet.

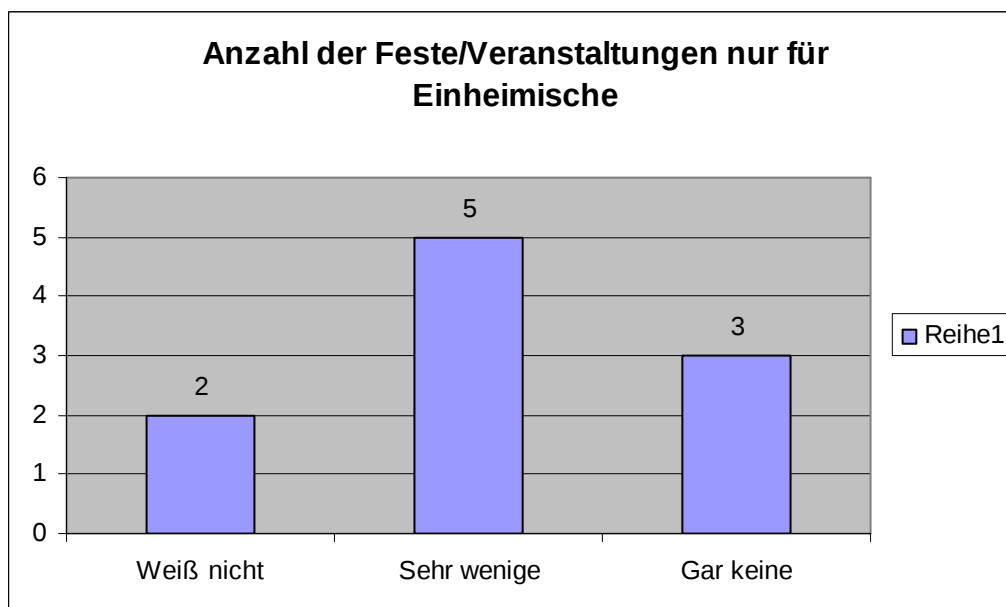


Abb. 17

Anhand der Grafik ist eindeutig zu erkennen, dass diese Annahme bestätigt werden kann. Acht der Befragten sprechen sich dafür aus, dass es sehr wenige oder gar keine Feste oder Veranstaltungen für Einheimische alleine gibt. „Wüsste ich eigentlich gar nichts, weil die ganzen Vereine machen die Feste nämlich, damit sie auch ein Geschäft machen dabei, da ist jeder willkommen.“²⁶⁷ „Naja, ganz reine, das gibt es nicht, dass sie nur für die Ortsleute.. man will ja die Fremden eh auch haben, das ist ja.. sie bringen ja etwas!“²⁶⁸ Kurgäste und

²⁶⁷ IP 9

²⁶⁸ IP 10

andere Urlauber sind also durchaus gern gesehene Gäste bei Veranstaltungen und Festen, mit denen die Tatzmannsdorfer ein Geschäft machen. Somit gilt der Großteil derartiger Veranstaltungen den UrlauberInnen.

7.8.26. Ergebnis These 6.c

Annahme 6.c besagt, dass unter den einzelnen Betrieben und Unternehmen in Bad Tatzmannsdorf Konkurrenz herrscht.

Die folgende Grafik zeigt die Antworten auf die Frage, inwieweit Konkurrenzdenken unter den einzelnen Bad Tatzmannsdorfer Betrieben ein Thema sei, sinngemäß zusammengefasst:

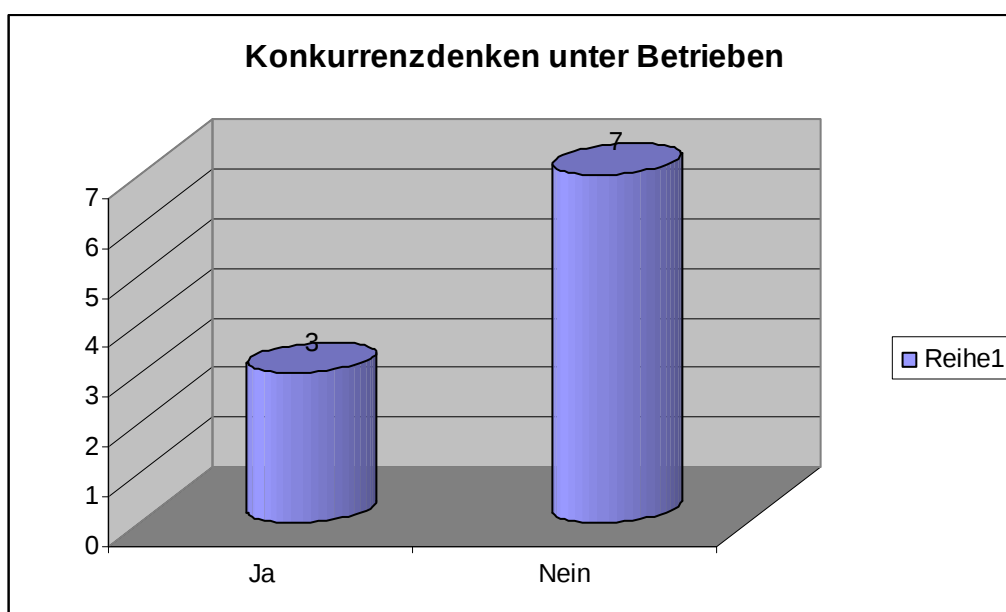


Abb. 18

Sieben von zehn InterviewpartnerInnen empfinden kein Konkurrenzdenken. Sie sprechen sich also dagegen aus, dass unter den einzelnen Betrieben und Unternehmen in Bad Tatzmannsdorf Konkurrenzdenken herrscht. Nur drei Befragte geben an, dass Rivalität für sie spürbar ist. Somit muss These 6.c widerlegt werden.

7.8.27. Ergebnis These 7

Bei diesem Punkt handelt es sich um die Annahme, dass sich Bad Tatzmannsdorf in den Köpfen der Einheimischen als angesehener Kurort eingebrannt hat und sich (noch) nicht vollständig als Wellness- und Gesundheitsort etabliert hat.

Eine Antwort aus der Befragung ist für das Ergebnis nicht relevant, da sie am Thema vorbeigeht. Aus diesem Grund findet sie in der Analyse keine Berücksichtigung. Neun Aussagen sind von Bedeutung.

Nennungen	Antworten
7	Mischung aus Kur, Wellness und Sport
1	Reiner Kurort
1	Tourismusort

Tabelle 13

Mit sieben Nennungen, dass Bad Tatzmannsdorf eine Mischung aus Kur-, Wellness- und Sportort ist, muss These 7 widerlegt werden. Nur ein/e InterviewpartnerIn sagte aus, dass es sich um einen reinen Kurort handelt, Eine/r, dass Bad Tatzmannsdorf ein reiner Tourismusort (ohne weitere Definition) sei. Es scheint also, dass den Einheimischen durchaus bewusst ist, dass Bad Tatzmannsdorf gerade im Umbruch ist: „Also ich glaube, da findet gerade dieser Umbruch statt... So traditionell sind vielleicht gerade noch das Moor und die Kohlensäure und... ah, Heilwasser, aber sonst schwappt das schon eher um, dass wir uns schon ein bisschen moderner und ich sage immer im neuen Kleid umstrukturieren (...), damit wir das verstaubte Image loswerden und eben dadurch auch jüngere Gäste ansprechen.“²⁶⁹ „Es hat den Ruf rein als Kurort, weil das gibt es ja schon Jahrzehnte oder Jahrhunderte den Kurort und die Wellnessschiene gibt es ja erst seit 15, 20 Jahren mit der neuen Therme...“²⁷⁰ Diese Aussagen lassen also darauf schließen, dass den Einheimischen der

²⁶⁹ IP 8

²⁷⁰ IP 6

Wandel durchaus bewusst ist und dass Bad Tatzmannsdorf längst nicht mehr als reiner Kurort anzusehen ist. Dennoch hat der Ort außerhalb eher den Ruf als Kurort- das Ergebnis wäre vermutlich anders ausgefallen, hätte man Leute außerhalb Bad Tatzmannsdorfs dazu befragt. „(...) der Mittelpunkt ist sicher die Kur. Und wir sind bekannt dafür. Also wir waren jetzt in Schladming- jeder kennt Bad Tatzmannsdorf: `Zu euch kommen wir erst, wenn wir älter sind!`“²⁷¹

7.8.28. Ergebnis These 7.a

Diese Annahme betrifft die Preisgestaltung in Bad Tatzmannsdorf. Es wird davon ausgegangen, dass sich die Preise an den UrlauberInnen orientieren und somit im regionalen Vergleich höher sind.

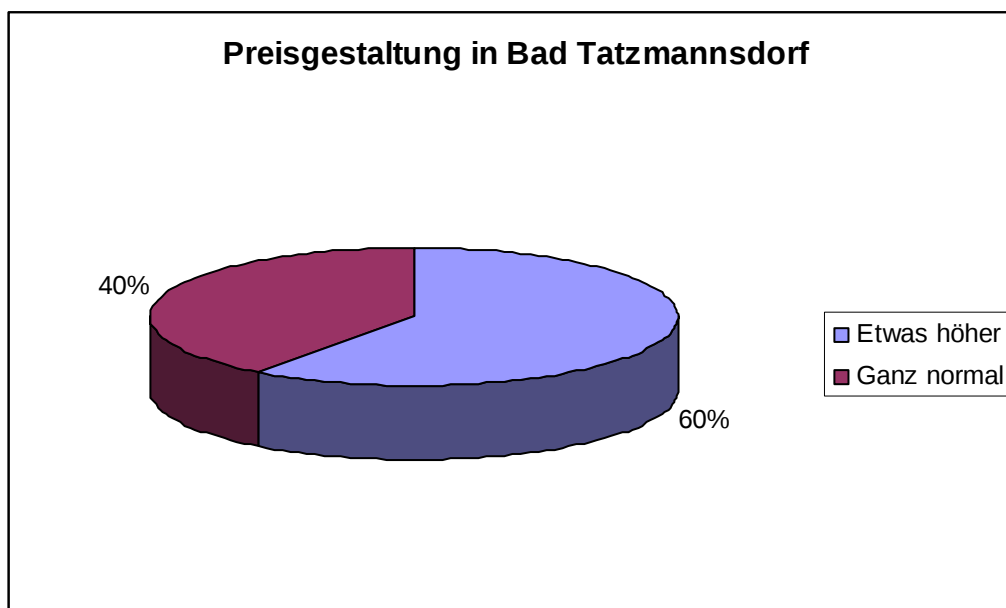


Abb. 19

Mit sechs von zehn Aussagen, dass die Preise verglichen mit anderen Orten der Region eher etwas höher sind, ist These 7.a bestätigt. Allerdings haben von diesen sechs Befragten drei erwähnt, dass die Preise im Vergleich zu anderen Tourismusorten in Österreich um einiges niedriger sind. „Da sind wir sicher zu billig. (...) Region darf man nicht sagen, weil wir sind ja ein Tourismusort, aber im Vergleich zu anderen Tourismusorten sind wir sicher... wenn ich jetzt zum

²⁷¹ IP 10

Beispiel Tirol vergleiche... sicher zu billig.“²⁷² „Ja. Tatzmannsdorf ist eigentlich trotzdem.. natürlich ein bisschen teurer als die Region, aber an und für sich ist es doch auch leicht leistbar gegenüber anderen Tourismusorten (...).“²⁷³ Bad Tatzmannsdorf ist laut Aussagen also in der Region eher als hochpreisig einzustufen, während es im österreichweiten Vergleich als eher günstig anzusehen ist.

7.8.29. Ergebnis These 7.b

Bei dieser letzten Annahme geht es um die vorherrschenden Altersschichten der Gäste von Bad Tatzmannsdorf. Man geht davon aus, dass sich im Kur- und Gesundheitsort hauptsächlich ältere UrlauberInnen aufhalten und wohlfühlen.

Die Aussagen teilen sich auf in fünf Antworten die besagen, dass Wellnessgäste eher jüngere Menschen sind, während Kurgäste eher älter sind. Die anderen 50% der Befragten sind der Meinung, dass die Gästesicht in Bad Tatzmannsdorf von 20-Jährigen bis hin zu 80-Jährigen reicht. Von diesen Antworten gab es fünf Nennungen, in denen erwähnt wurde, dass sich die Gästestruktur im Laufe der Zeit stark verändert hat. „Also wir haben wirklich von bis, also wir haben 100- Jährige wie mittlerweile auch ganz, ganz Junge (...). Prinzipiell wird der Gast jünger in Tatzmannsdorf, das sagen auch unsere Statistiken... aber natürlich, die noch drei Wochen auf Kur gehen, das sind schon größtenteils auch noch ältere Gäste.“²⁷⁴

Somit muss These 7.a widerlegt werden. Durch die Tatsache, dass Bad Tatzmannsdorf in den vergangenen Jahren zahlreiche Investitionen in Punkto Sport und Wellness getätigt hat, sind diese Aussagen wenig verwunderlich. Allerdings zeigen sie gleichzeitig, dass die Bemühungen auch jüngere Gäste und UrlauberInnen nach Bad Tatzmannsdorf zu locken gefruchtet haben. Des Weiteren ist aus den Aussagen ersichtlich, dass das Körperbewusstsein der

²⁷² IP 1

²⁷³ IP 6

²⁷⁴ IP 8

Menschen gestiegen ist und die viel geforderten Präventivmaßnahmen im Gesundheitsbereich möglicherweise schon mehr zum Tragen kommen als gedacht.

7.9. Zusammenfassung der Ergebnisse

Aus wirtschaftlicher Sicht profitieren Betriebe sämtlicher Sparten sowie regionale Lieferanten vom Fremdenverkehr in Bad Tatzmannsdorf. Die gestiegenen KundInnen- und Gästezahlen wirken sich positiv auf den Umsatz aus, wodurch der Kur- und Gesundheitsort eine besondere Attraktivität als Standort auf Unternehmen ausübt. Trotz eines Ganzjahresbetriebs im Kurbereich und der Errichtung der Therme berichten die Befragten der Studie von einer saisonalen Abhängigkeit und Umsatzschwankungen in ihren Betrieben- die wärmere Jahreszeit verkauft sich nach wie vor besser als die Wintermonate. Aufgrund der hohen Dichte an Kurgästen und WellnessurlauberInnen im Ort könnten zahlreiche Unternehmen ohne die Vorteile, die der Fremdenverkehr mit sich bringt, nicht bestehen.

Insgesamt kann man die allgemeinen Ansprüche, die Zahlungsfreudigkeit oder auch die Großzügigkeit beim Geben von Trinkgeld nicht von den Gästetypen „Kurgast“ oder „WellnessurlauberIn“ abhängig machen. Innerhalb dieser Gruppen sind immer Abstufungen zu berücksichtigen. Tendenziell müssen aber ein entsprechendes Preis-Leistungsverhältnis, guter Service, Freundlichkeit, Höflichkeit und eine Vielfalt des Produktangebotes gegeben sein.

Der Ruf von Kurgästen und WellnessurlauberInnen ist bei Einheimischen bei Weitem nicht so schlecht wie erwartet. Keine/r der Befragten hat sich in irgendeiner Weise negativ zu diesem Thema geäußert - ganz im Gegenteil: Kurgäste und WellnessurlauberInnen sind von ihnen ausschließlich positiv beschrieben worden. Auch der Kontakt zu bzw. Berührungspunkte mit UrlauberInnen außerhalb eines beruflichen Umfeldes scheinen gegeben zu sein. Anzumerken bleibt in diesem Punkt, dass die Ergebnisse möglicherweise anders aussehen würden, hätte man Tatzmannsdorfer dazu befragt, die in ihrem

beruflichen Umfeld keinen Kontakt mit UrlauberInnen und Gästen haben, denn die TeilnehmerInnen der Studie sind InhaberInnen oder GeschäftsführerInnen von Betrieben, die vom Tourismus profitieren.

Die Bad Tatzmannsdorfer Bevölkerung hat einen enormen Vorteil vom Fremdenverkehr und das dadurch geschaffene Angebot in Sachen Sport, Kulinarik, Freizeit und Kultur. Die Einheimischen sind sich ihres Vorteils durchaus bewusst, dennoch werden nur von der Hälfte der Befragten diese Angebote auch regelmäßig in Anspruch genommen. Über touristische Angelegenheiten wie Nächtigungszahlen, die Anzahl der Arbeitsplätze oder die Kuranwendungen und Therapien weiß nur eine Minderheit genau Bescheid. Dennoch hat der Großteil der Befragten zumindest eine grobe Ahnung in diesen Belangen.

Zu den soziokulturellen Gegebenheiten, bezogen auf das Ortsleben in Bad Tatzmannsdorf, kann festgehalten werden, dass der Fremdenverkehr sehr wohl Auswirkungen auf die Dorfgemeinschaft hat, die nicht immer positiver Natur sind. Einige sind der Ansicht, dass Bad Tatzmannsdorf keine Dorfgemeinschaft wie vergleichsweise andere kleine Ortschaften in der Region hat. Trotz allem glaubt die Mehrheit der InterviewpartnerInnen, dass ein Zusammenhalt zumindest innerhalb der vielen Vereine oder in verschiedenen Gruppen vorhanden ist. Eine richtige Dorfgemeinschaft zu bilden, ist anscheinend aufgrund der ständigen Anwesenheit von Kurgästen und WellnessurlauberInnen bei Festen und Veranstaltungen nur schwer möglich.

Wenn es um die Definition von Bad Tatzmannsdorf geht, sind sich die Einheimischen einig, dass im Moment ein Umbruch vom verstaubten Kurort-Image hin zum „trendigen“ Kur-, Sport- und Wellnessort stattfindet. Auch in Bezug auf die vorherrschenden Altersschichten der Gäste von Bad Tatzmannsdorf ist ein Wandel festzustellen. Es sind lange nicht mehr nur ältere Menschen im Gesundheitsort anzutreffen, sondern auch viele Junge, die durch die Maßnahmen und Investitionen in den Bereichen Sport und Wellness angelockt werden. Aber auch der Kurgast wird laut Aussagen immer jünger, weshalb der Schluss, dass der Präventivgedanke möglicherweise stärker berücksichtigt wird als gedacht, zugelassen werden kann.

Ausgehend von der Region können die Preise als etwas höher eingestuft werden, im österreichweiten Vergleich aber ist das Burgenland insgesamt als sehr günstig anzusehen.

8. Zusammenfassung

Bad Tatzmannsdorf liegt im südlichen Burgenland und kann im Kurbereich auf eine sehr lange Geschichte zurückblicken. Die natürlichen Heilvorkommen sind die Kohlensäure, das Moor und das Thermalwasser, die die Grundlagen der Kur in Bad Tatzmannsdorf bilden. Zusätzlich herrscht kontinental-pannonisches Klima mit nur wenig Niederschlag, milden Gebirgswinden und gemäßigten Temperaturen, was sich auf die Kur ebenfalls positiv auswirkt. Bad Tatzmannsdorf ist im Bereich der Behandlungen bekannt für Erfolge bei Erkrankungen des Herz-Kreislauf Systems, des Bewegungs- und Stützapparates sowie bei der Kur für die Frau.

Die Quellen von Bad Tatzmannsdorf sind schon seit prähistorischer Zeit bekannt, was zu einer frühen Besiedelung des Gebiets geführt hat. Der Ort wurde im 17. Jahrhundert zum ersten Mal urkundlich erwähnt, was zur Folge hatte, dass zahlreiche Heilungssuchende nach Tatzmannsdorf kamen, da in dieser Rede erste Hinweise auf die medizinische Nutzung der Quellen enthalten waren. Seither hat Bad Tatzmannsdorf stetig an Bekanntheit und Bedeutung gewonnen, die Kuranlagen und –betriebe wurden ständig ausgebaut und erneuert. Bevor die Kurbad Aktiengesellschaft die Geschäfte nach 1945 übernahm, waren die Kuranlagen lange Zeit in Besitz der Familie Batthyány gewesen. Dieser Abschnitt war gekennzeichnet von Höhen und ersten Gästerekorden sowie Tiefen und vernachlässigten Anlagen bis der Kurbetrieb während des Zweiten Weltkrieges schließlich ganz zum Erliegen kam. Erst 1948 wurde mit dem Wiederaufbau begonnen, man konnte aber nur Schritt für Schritt an die Erfolge der Vorkriegszeit anknüpfen.

Heute kann Bad Tatzmannsdorf einen angesehenen Kurbetrieb aufweisen. Die Nächtigungszahlen liegen seit einigen Jahren deutlich über 500.000 Nächtigungen, Tendenz steigend. Mit dem ortsansässigen Ludwig-Boltzmann Institut zur Erforschung physiologischer Rhythmen konnte der Erfolg der Bad Tatzmannsdorfer Kur sogar wissenschaftlich nachgewiesen werden. Aber die Marke Bad Tatzmannsdorf beinhaltet lange nicht mehr nur die Kur, sondern setzt gleichzeitig auf Sport, Gesundheit und Wellness. Zahlreiche Investitionen und Maßnahmen wurden in den vergangenen Jahren dahingehend getätigt eine jüngere Gästesicht anzusprechen. So wurden eine öffentlich zugängliche Therme, eine Lauf- und Walkingarena, eine Fußballarena, ein Golfplatz, Tennisanlagen, die Radarena und vieles mehr geschaffen.

In der qualitativen Befragung wurden InhaberInnen oder GeschäftsführerInnen von einheimischen Betrieben zu wirtschaftlichen und soziokulturellen Themen interviewt. Aus ökonomischer Sicht profitieren zahlreiche Betriebe und Unternehmen sowie regionale Lieferanten vom gesamten Tourismus in Bad Tatzmannsdorf. Das belegen auch die Ergebnisse der durchgeführten Studie. Der Ort hat 115 Betriebe, davon ca. 40 Hotels, Pensionen, Kaffeehäuser und dergleichen aufzuweisen, die durch die Dichte an TouristInnen einen deutlich höheren Umsatz verbuchen können als in einem Ort ohne Fremdenverkehr. In Bad Tatzmannsdorf finden ungefähr 1.300 Menschen einen Ganzjahresarbeitsplatz, obwohl die Befragten von einer saisonalen Abhängigkeit berichten. Auch durch das geschaffene Freizeit-, Sport- und Kulturangebot haben Einheimische einen Vorteil. Allerdings hat Bad Tatzmannsdorf aufgrund der ständigen Anwesenheit von „Fremden“ bei sämtlichen Veranstaltungen und Festen keine Dorfgemeinschaft, wie sie in einem Ort gleicher Größe im Umkreis üblicherweise vorzufinden ist. Dennoch besteht laut den Aussagen ein Zusammenhalt, der durch die vielen Vereine zu erklären ist. Im Moment vollzieht sich in Bad Tatzmannsdorf gerade der Wandel vom traditionellen Kurort hin zum gesundheitsbewussten Wellnessort, der noch mehr jüngere Gäste ansprechen möchte; laut der Studie ist dies bereits gelungen. Viele der Befragten sprachen von einer immer jünger werdenden Gästesicht, sowohl im Bereich Kur als auch Wellness. Besonders auffällig ist die Tatsache, dass sich keiner der Befragten in irgendeiner Weise negativ zum Thema Kurgäste oder

Wellnessurlauber und deren Ansprüche oder Verhaltensweisen äußert. Somit musste die eine oder andere Hypothese der Studie widerlegt werden, während einige bestätigt werden konnten.

Ich versichere,

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

dass ich dieses Diplomarbeitsthema bisher weder im In- noch im Ausland (einer Beurteilerin/einem Beurteiler zur Begutachtung) in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

dass diese Arbeit mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit übereinstimmt.

Datum

Unterschrift

II. Quellenverzeichnis

Amt der Burgenländischen Landesregierung, Stabstelle Europabüro und Statistik, Landkreis Waldeck- Frankenberg, Büro der Kreisorgane, Autonome Provinz Bozen- Südtirol, Ressort für Tourismus, Personal und Mobilität, Regionalmanagement Burgenland GmbH, Sustainability in Tourism and Resource Management (o.O., März 2007)
http://www.rmb.at/media/file/54_Folder_Gesundheitstourismus.pdf (8.8. 2011).

Bezirksblätter Oberwart, Avita Therme eröffnet den neuen Außenbereich (Nach nur acht Monaten Bauzeit durften am Wochenende die ersten Gäste das neue Juwel der Thermenwelt nutzen) Bezirksblatt Nr. 32 (Oberwart, 10. August 2011) 6- 7.

Bezirksblätter Oberwart, Baureportage AVITA (Wellness in neuer Dimension) Bezirksblatt Nr. 39 (Oberwart, 28. September 2011) 31- 33.

Bezirksblätter Oberwart, Burgenlandtherme, Kurhotel, Bezirksblatt Nr. 22 (Oberwart, 1. Juni 2011) http://archiv.print-gruppe.com/data2/23/2011/22/tmp/25_23_2011_22.pdf, (23.10.2011).

Burgenländisches Heilvorkommen- und Kurortegesetz vom 11. Juni 1963, BGBl. Nr. 272/ 1958. Landesrecht Burgenland: Gesamte Rechtsvorschrift für Burgenländisches Heilvorkommen- und Kurortegesetz 1963, Fassung vom 9.12.2010.

Christine Käfer, Bad Tatzmannsdorf (Ein Kurort gestern und heute) (ungedr. Dipl. Arbeit Uni Wien, 1997).

DR. Richard/ Südburg. Fahrplan Linie GI. Stand 4.10.2011.

Ernst Jedlicka (Hg.) Fit durch Kur (Der Wegweiser zu den Kur-, Gesundheits- und Biohotels) Band 1 (Klosterneuburg, 1996).

Ernst Karner, Information der Gemeinde Bad Tatzmannsdorf (Bad Tatzmannsdorf, 2012).

Ernst Karner, Rathaus Kurier (Nachrichten aus der Gemeinde Bad Tatzmannsdorf) (Bad Tatzmannsdorf, Sommer 2011).

Fachverband Ingenieurbüros i. d. WKO, Energiesparmöglichkeiten im Thermenbereich... Ökologischer und wirtschaftlicher Nutzen ohne Qualitätsverlust! In: readING. Infos der Ingenieurbüros, Ausgabe 44 (o.O., Juni 2011) 14- 15.
http://www.ingenieurbueros.at/media/Vpc_Basic_DownloadTag_Component/40-1002-895-1005-image-linkTag-link/default/7375dc75a0f59db7a8b7017c84fed53e/1322662434/reading_44_juni_2011.pdf (7.11.2011).

Gabriele Haidwagner, Golf und Tennis im Burgenland. In: Geographisches Jahrbuch Burgenland 2005 (Neutal, 2005) 156- 162.

Gästeinformation Bad Tatzmannsdorf, Citybus Fahrplan (Bad Tatzmannsdorf, November 2011).

Gästeinformation Bad Tatzmannsdorf, Ihre Gastgeber 2012 (Bad Tatzmannsdorf, 2012).

Gästeinformation, Kurfibel (Bad Tatzmannsdorf, o.J.).

Gästeinformation Bad Tatzmannsdorf, Ortsplan (Urlaubsinformation von A- Z) (Bad Tatzmannsdorf, März 2011).

Gemeinde Bad Tatzmannsdorf, <http://www.bad-tatzmannsdorf.at/index.php?id=444>, (29.9.2011).

Hans Hofmann, Führer durch die Bucklige Welt und Umgebung (Wien, o.J.).

Hans Rosnak (Hg.), Burgenland (Südburgenland entdecken) Reihe „Burgenland-Jahrbuch für ein Land und seine Freunde“ (Wien, 1983).

Heinz Kotek, Die Stellung der Kurorte im österreichischen Fremdenverkehr (unter besonderer Berücksichtigung der gesetzlichen Lage seit 1958) (ungedr. Diss., WU Wien, 1967).

Helmut Sillner, Bad Tatzmannsdorf in alten Ansichten (Ein nostalgischer Bilderbogen) (Bad Tatzmannsdorf, 1992).

Horst Otto Mayer, Interview und schriftliche Befragung (Entwicklung Durchführung Auswertung) (München, 2008).

Hotel Avita, Der beste Kick für Training und Regeneration, <http://www.avita.at/avita-resort/presse/presstexte/details/fitnesstraining-mit-wellness-faktor.html> (10.2.2012).

J. E. Goldbrunner, Geologie der Moore, In: Theorie und Praxis der Peloidtherapie (Vorträge zum Symposium des 100jährigen Jubiläums der Mooranwendungen in Bad Tatzmannsdorf, 1989) Bad Tatzmannsdorfer kulturwissenschaftliche Symposiumsreihe Band 1 (Wien, 1995).

Jürgen Zacharias, Neue Zielgruppe im Fokus (Medianet) [http://www.fussballarena.at/index.php?id=400&tx_ttnews\[tt_news\]=6&tx_ttnews\[backPid\]=378&cHash=c60d0a96e6](http://www.fussballarena.at/index.php?id=400&tx_ttnews[tt_news]=6&tx_ttnews[backPid]=378&cHash=c60d0a96e6) (23.11.2011).

Karl Trummer, Glossar wichtiger Tourismusbegriffe, In: Geographisches Jahrbuch Burgenland 2005 (Neutal, 2005) 178- 185.

Kirsner & Peterzell (Hg.), Der Bezirk Oberwart im Wandel der Zeit (Lannach, 1996).

Klaus Hubatka, Gesundheitswissenschaften (Erfolg von Kur, Rehabilitation und Wellness- Ergebnisse von Befragungen zur Qualitätssicht der Anbieter, Kunden und Zuweiser) Band 38 (Linz, 2010).

KUO- Bad Tatzmannsdorfer Verein für Kultur, Umweltschutz und Ortsverschönerung, Ein Reiseführer durch den Kurort Bad Tatzmannsdorf (Bad Tatzmannsdorf, 2010).

Kur AG, Bad Tatzmannsdorf. In: Geographisches Jahrbuch Burgenland (1979) 169- 174.

Kurbad Tatzmannsdorf AG, Fußballarena, <http://www.fussballarena.at/> (23.11.2011).

Kurbad Tatzmannsdorf AG, Fußballarena, <http://www.fussballarena.at/index.php?id=346> (23.11.2011).

Kurbad Tatzmannsdorf AG, Fußballarena, <http://www.fussballarena.at/index.php?id=386> (23.11.2011).

Kurbad Tatzmannsdorf AG (Hg.), Information über Heilmoor in Bad Tatzmannsdorf (Bad Tatzmannsdorf, 1986).

Kurbad Tatzmannsdorf AG, Fußballarena, <http://www.fussballarena.at/index.php?id=344> und <http://www.fussballarena.at/index.php?id=343> (23.11.2011).

Kurbad Tatzmannsdorf AG, Fußballarena, <http://www.fussballarena.at/index.php?id=376> (23.11.2011).

Kurbad Tatzmannsdorf AG (Hg.), Information über Heilwasser (Mineralsäuerling, Mineral- Thermalsäuerling, Eisenhaltige Mineralwasser) in Bad Tatzmannsdorf (Bad Tatzmannsdorf, 1985).

Ludwig Thomas, Der Curort Tatzmannsdorf (Tarcza) (o.O., 1870).

Meuser und Nagel, Experteninterviews (Vielfach erprobt, wenig bedacht) (Opladen, 1991).

Monika Reumann, Burgenland Exkursion. In: Geographisches Jahrbuch Burgenland (1979) 97- 126.

Mühl & Schmidbauer, AVITA Therme (Wellness in neuen Dimensionen- Baureportage) In: prima! Bunter informiert (Oberwart, August 2011) 12- 15.

Nora Deinhammer, Erlebnistourismus und Kurtourismus (Ein Gesamtprojekt in Bad Tatzmannsdorf) (ungedr. Dipl. Arbeit, WU Wien, 1991).

ORF, Aus für Bahnstrecke Oberwart- Friedberg. In: orf Burgenland Verkehr, 21.4.2011, online unter < <http://bglv1.orf.at/stories/511491>> (29.1.2012).

Österreichischer Heilbäder- und Kurorteverband, Kur, Therme, Kneipp in Österreich (Wien, April 2002).

Österreich Werbung, Gesundheit, Wellness und Kur im Urlaub- Kurzinformation (Der deutsche Urlauber 1999-2009) F.U.R. Deutsche Reiseanalyse (o.O., Juni 2010).

Pannonische Rundschau Oberwart, Ein Stück vom Paradies mit dem Elektro-Fahrrad erkunden (Oberwart, 6.10.2011) 46.

Pannonische Rundschau Oberwart, Thermenhotel AVITA: Engagement bei Nachwuchs und Sporttourismus (Oberwart, 20.10.2011) 25.

Peter Sitar, Bad Tatzmannsdorf (Kurort mit viel Charme) In: Kurier online 17.7.2011 <http://kurier.at/nachrichten/burgenland/3923672.php> (23.10.2011).

Philipp Mayring, Qualitative Sozialforschung (Weinheim und Basel, 2002).

PVA, Informationsveranstaltung (Eisenstadt, 24.2.2011), PPP. (ausgehändigt von Mag. Rudolf Luipersbeck).

Reiter's Burgenlandresort, Wo es Lipizzanern und Gästen gleich gut geht, <http://www.reitersburgenlandresort.at/lippizaner-reitanlage/gestuet.html> (10.2.2012).

Robert F. Hausmann, Kur und Wellness im Burgenland. In: Gesundheit und Hygiene im pannonischen Raum vom ausgehenden Mittelalter bis ins 20. Jahrhundert (Wissenschaftliche Arbeiten aus dem Burgenland) 120, Tagungsband der 23. und 24. Schlaininger Gespräche (Eisenstadt, 2007) 465-475.

Röm.- Kath. Kirche zum hl. Johannes dem Täufer, Bad Tatzmannsdorf (Festschrift zur Konsekration der röm.- kath. Kirche in Bad Tatzmannsdorf am 13. Oktober 1968) (Bad Tatzmannsdorf, 1968).

Rudolf Bohmann (Hg.), Österreichs Heilbäder (Wien, 1958).

Rudolf Luipersbeck, Das Heilbad Bad Tatzmannsdorf (Entwicklung und Grundlagen) (Bad Tatzmannsdorf, 1982).

Silvia Jungel, Bad Tatzmannsdorf (Die Entwicklung vom traditionellen Kurort zum Wellnesstourismus) (ungedr. Dip. Arbeit, WU Wien, 2002).

W. Pinggera, Die Bedeutung der Kurtherapie für die Sozialversicherungsträger (o.O., 14.11.2011), PPP. (ausgehändigt von Mag. Rudolf Luipersbeck).

III. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Firma Michael Urban, Lage von Bad Tatzmannsdorf auf Österreichkarte, <http://www.ohrakupunktmassage.at/seminare/kursorte.htm> via Google (Wien) (29.1.2012).

Abbildung 2: ÖAMTC, Autobahnen Österreichs, http://www.oeamtc.at/verkehrsservice/output/html/oesterreich_uebersicht.html via Google (30.1.2012).

Abbildung 3: Gert Polster, Titelblatt der Regensburger Chronik, <http://www.kuo-bt.at/ber-muhlberger.html>, (Bad Tatzmannsdorf) (1.2.2012).

Abbildung 4: Tempel der Genesung, Helmut Sillner, Bad Tatzmannsdorf in alten Ansichten (Ein nostalgischer Bilderbogen) (Bad Tatzmannsdorf, 1992) 19.

Abbildung 5: Diagramm Verlauf einer Kur, Kurbad Tatzmannsdorf AG (Hg.), Information über Heilwasser (Mineralsäuerling, Mineral- Thermalsäuerling, Eisenhaltige Mineralwasser) in Bad Tatzmannsdorf (Bad Tatzmannsdorf, 1985) 19.

Abbildung 6: Der Standard, Plan der Avitatherme nach dem Umbau (Foto: apa/Burgenlandtherme & a*v*i*t*a), <http://derstandard.at/1317018924112/Bad-Tatzmannsdorf-Neue-Identitaet-fuer-Burgenland-Therme> (Wien, 2011) (10.2.2012).

Abbildung 7: Bad Tatzmannsdorf Thermal- und Freizeitzentrum GesmbH & Co KG, Naturbadeteich mit integriertem Thermalwasserbecken, <http://www.avita.at/avita-therme/therme/naturbadeteich.html> (Bad Tatzmannsdorf) (10.2.2012).

Abbildung 8: Bad Tatzmannsdorf Thermal- und Freizeitzentrum GesmbH & Co KG, Neuer Innenbereich der Avitatherme, <http://www.avita.at/avita-therme.html> (Bad Tatzmannsdorf) (10.2.2012).

Abbildung 9: Stadionwelt- Thomas Krämer, Plan Bad Tatzmannsdorf-Fußballarena, http://www.stadionwelt-business.de/index.php?head=Das-AVITA-begruesst-das-kroatische-Nationalteam&rubrik=vereinsbedarf&site=news_view&news_id=1388&kat=sportshots&ukat= (Brühl) (23.11.2011).

Abbildung 10: Diagramm Gäste und Kunden aus dem Bereich Tourismus, erstellt am 6.4.2012.

Abbildung 11: Diagramm Umsatzschwankungen/ saisonale Abhängigkeit, erstellt am 6.4.2012.

Abbildung 12: Diagramm Verhältnis Gäste- Einheimische, erstellt am 6.4.2012.

Abbildung 13: Diagramm Berührungspunkte von Einheimischen mit Gästen, erstellt am 7.4.2012.

Abbildung 14: Diagramm Nutzung der Angebote, erstellt am 7.4.2012.

Abbildung 15: Diagramm Wissen über Kuranwendungen und Therapien, erstellt am 7.4.2012.

Abbildung 16: Diagramm Wissen über Nächtigungszahlen, erstellt am 7.4.2012.

Abbildung 17: Diagramm Feste/ Veranstaltungen für Einheimische, erstellt am 9.4.2012.

Abbildung 18: Diagramm Konkurrenzdenken unter Betrieben, erstellt am 9.4.2012.

Abbildung 19: Diagramm Preisgestaltung in Bad Tatzmannsdorf, erstellt am 9.4.2012.

IV. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Nächtigungszahlen von Bad Tatzmannsdorf von 1925- 1935, vgl. Rudolf Luipersbeck, Das Heilbad Bad Tatzmannsdorf, Entwicklung und Grundlagen) (Bad Tatzmannsdorf, 1982) 46.

Tabelle 2: Nächtigungszahlen der Kurbetriebe Bad Tatzmannsdorf von 1953- 1973, vgl. Rudolf Luipersbeck, Das Heilbad Bad Tatzmannsdorf, Entwicklung und Grundlagen) (Bad Tatzmannsdorf, 1982) 68f.

Tabelle 3: Nächtigungszahlen der Kurbad Tatzmannsdorf AG 1953- 2003, ausgehändigt von Mag. Rudolf Luipersbeck am 7.1.2012.

Tabelle 4: Heilanzeigen und Zusatztherapien, vgl. Gästeinformation, Kurfibel (Bad Tatzmannsdorf, o.J.) 7.

Tabelle 5: Radarena Bad Tatzmannsdorf, Übersicht der Strecken der Radarena Bad Tatzmannsdorf, vgl. <http://www.radarena.at/start2.htm> (Bad Tatzmannsdorf) (10.2.2012).

Tabelle 6: Übersicht Antworten zu These 1, erstellt am 6.4.2012.

Tabelle 7: Übersicht Antworten zu These 2.d, erstellt am 6.4.2012.

Tabelle 8: Übersicht Antworten zu These 3.d, erstellt am 6.4.2012.

Tabelle 9: Übersicht Antworten zu These 3.e, erstellt am 6.4.2012.

Tabelle 10: Übersicht Antworten zu Thesen 4.a- 4.d., erstellt am 7.4.2012.

Tabelle 11: Übersicht Antworten zu These 6, erstellt am 8.4.2012.

Tabelle 12: Übersicht Antworten zu These 6.a, erstellt am 9.4.2012.

Tabelle 13: Übersicht Antworten zu These 7, erstellt am 9.4.2012.

V. Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AG	Aktiengesellschaft
BGBI.	Bundesgesetzblatt
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
° C	Grad Celsius
Diss.	Dissertation
Dipl. Arbeit	Diplomarbeit
Dr.	Doktor
Ebd.	Ebenda
f.	folgend
g/cm ³	Gramm pro Kubikzentimeter
IP 1- 10	InterviewpartnerIn 1- 10
km	Kilometer
km/h	Kilometer pro Stunde
l/sec	Liter pro Sekunde
m	Meter
m ²	Quadratmeter
m ³	Kubikmeter
Min.	Minute
Mio.	Million
o.J.	ohne Jahr
o.O.	ohne Ort
PVA	Pensionsversicherungsanstalt
Uni	Universität
ungedr.	ungedruckt
Vgl.	Vergleiche
WHO	World Health Organisation (Weltgesundheitsorganisation)
WU	Wirtschaftsuniversität

Anhang A: Transkribierte Interviews

PRETEST

A: Was für eine Art von Betrieb führst du?

B: Einen Kurbetrieb, wo ich speziell selber als Physiotherapeutin tätig bin- sprich Heilgymnastik und Vorträge im Bereich Prävention und Gesundheit.

A: Ok. Ah.. Inwiefern profitiert dein Betrieb vom Kur- und Wellness tourismus?

B: Eigentlich zur Gänze, weil wir zu 90% von Kurgästen leben... Und der Rest ist vielleicht..äh..Privatgäste, die sich einen Urlaub gönnen.

A: Ok. Äh.. Was kannst du bezüglich Anzahl der Gäste und Kunden aus dem Bereich Tourismus sagen? Eher auf deine private Tätigkeit als Physiotherapeutin bezogen.

B: Mh... Äh.. Wöchentlich/ Monatlich/ Jährlich?

A: Ah... Sag es jährlich bitte!

B: Rein privat, würde ich sagen, komme ich jährlich... (Pause) naja... auf 20 Patienten.

A: Die vom Bereich Tourismus zu dir privat kommen.

B: Ja.

A: Ah.. Bezüglich des Umsatzes heißt das dann?

B: ...Warte mal- es sind 20 Patienten, jeder hat durchschnittlich sechs Therapien, eine Therapie kostet 33- also pro Patient 198 Euro.

A: Mhm.

B: Das kannst du dir dann ausrechnen mal 20! Ja.

A: Gut, ah- Was kannst du bezüglich Umsatzschwankungen über ein Jahr gesehen sagen? Gibt es da so etwas wie eine saisonale Abhängigkeit?

B: Nein, im Bereich Physiotherapie absolut nicht, das ist immer gleich.

A: Gleichmäßig. Gut. Inwieweit profitierst du- Äh- Nein! Inwieweit profitieren aus deiner Sicht regionale Lieferanten vom Kur- und Wellness tourismus in Bad Tatzmannsdorf?

B: Äh... Ich glaube schon sehr stark. Dadurch, dass wir große Hotelbetriebe haben und jedes Hotel sehr viele Zimmer zu vergeben hat, glaube ich, dass da wirklich viel.. gemacht wird- genaue Umsätze kann ich nicht sagen, weil ich nicht wirklich aus diesem Bereich komme, aber ich glaube, dass das schon ein starkes.. starker Punkt ist, ja.

A: Mhm. Wie schätzt du das Verhältnis in deinem Betrieb zwischen Urlaubern und Einheimischen über ein Jahr gesehen in Prozent ganz grob ein?

B: Was meine Patienten mehrheitlich sind?

A: Mhm.

B: 80% Urlauber, 20% Einheimische.

A: Ok. Ah- Wie, glaubst du, würde es deinem Betrieb ohne die Kur- und Wellness touristen gehen? Welche Bedeutung haben sie für dein Unternehmen?

B: Meinen Betrieb würde es schon noch geben, aber sicher nicht so stark... Weil ich ja aus dem Gesundheitsbereich komme und deshalb auch die Kur den Gesundheitsbereich anspricht und ich glaube schon, dass ich zu 80% von Kurgästen lebe und von daher gesehen betrifft mich das schon sehr stark.

A: Mhm. Ah- Wie sind so die Ansprüche von Kurgästen und Wellnessurlaubern ganz allgemein?

B: Zwar sehr verschieden sage ich jetzt einmal, aber wenn man es klassischerweise einkategorisieren will, sind sie schon eher welche, die hohe Ansprüche stellen...ja, die... die halt rundum verwöhnt werden wollen und wahrscheinlich so etwas verlangen, was sie zu Hause gar nicht hätten. Sage ich jetzt einmal- also das sind schon eher welche, die ein bisschen hochnäsiger daherkommen.

A: Also welche Erwartungen gibt es ans Preis- Leistungsverhältnis?

B: Sie wollen Spitzenqualität haben, womöglich sehr, sehr günstig, wenn es ginge sogar gratis.

A: Welche Ansprüche werden in Punkto Service, Freundlichkeit und Höflichkeit erhoben?

B: Ja, die sollen absolut top sein- sehr freundlich, entgegenkommend, hilfsbereit, immer nett gelaunt, auch wenn der Patient eher schlecht gelaunt ist, sollst du trotzdem noch nett lächeln.

A: Ok. Was kannst du zu den Erwartungen in Sachen Vielfalt des Angebots sagen?

B: Ich glaube, dass wir da in Tatzmannsdorf schon ein großes Angebot haben, sehr vielfältig sind, auch im Vergleich zu anderen Kurbetrieben..

A: Und speziell in deiner Sparte?

B: ... Im Physiotherapiebereich ist es nicht so vielfältig sage ich jetzt einmal. Bei uns ist es halt mehr die Orthopädie- Schiene..

A: Mhm...

B: Und.. ja...

A: Ok. Was kannst du zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen und Wellnessurlaubern sagen? Gibt es da Unterschiede zwischen diesen zwei Kategorien?

B: Ja!

A: Kannst du sie auch aufgrund dessen irgendwie unterscheiden?!

B: Mhm- es gibt auf alle Fälle Unterschiede. Was mir aber komischerweise aufgefallen ist: gerade die Leute- Magister, Doktoren, Professoren und so weiter, wo man eigentlich annimmt, dass die mehr Geld zur Verfügung haben, eher nicht so gerne zahlen für Therapien, sondern die sehen das eher als selbstverständlich, dass sie alles gratis bekommen. Und Leute aus ärmeren Verhältnissen zahlen gerne dafür, weil sie wissen, dass ihnen das gut tut, und dass das etwas für sie ist und die legen dann eigentlich lieber das Geld hin.

A: Mhm- Ok. Welches Bild hast du vom typischen Kurgast?

B: Der typische Kurgast spaziert den ganzen Tag mit dem Bademantel herum (lacht), meckert gern und viel... ja, kriegt nie genug zu Essen,... und ja.. also eigentlich, wenn er meckern will findet er immer einen Grund, egal ob das vom Wetter bis zum Service oder bis zum ich weiß nicht was ist, ja.

A: Ok, und das Bild vom typischen Wellnessgast, Wellnessurlauber?

B: Der Wellnessurlauber geht zwar wahrscheinlich auch mit dem Bademantel herum, zeigt das aber dann schon mehr durch Markenprodukte, was er da an hat, auch bei den Badeschlappen, bei der Badetasche, dass er doch zu einer anderen Kategorie gehört, ist immer top gestylt und geschminkt. Ja, egal ob das eine Unterwassertherapie oder sonst etwas ist und wie er mit jemandem spricht zeigt er das auch ganz deutlich, dass er jetzt eigentlich ein privater Wellnessgast ist und dementsprechend möchte er auch bevorzugter behandelt werden als unter Anführungszeichen ein normaler Kurgast, der von der Krankenkassa kommt.

A: Aha. Inwiefern hast du außerhalb deines beruflichen Umfelds Berührungspunkte mit Urlaubern oder Kurgästen?

B: Sehr stark, dadurch, dass ich ja aus dem gleichen Ort komme, also ich bin eine Einheimische, also halt aus Tatzmannsdorf und wenn man halt dann einmal zum Heurigen geht oder wo, oder zu irgendwelchen Festen und Veranstaltungen trifft man eigentlich immer auf einen Kurgast...

A: Mhm.

B: Und, ja, wird dann halt auch öfters mal in ein Gespräch geführt und..

A: Mhm.

B: Also das passiert mir ständig.

A: Ok. Wie verhält sich der Kurgast in Bezug auf Trinkgeld und wie der Wellnessurlauber?

B: ..Mh... Das ist sehr unterschiedlich. Ahm...

A: Kann man das also nicht kategorisieren auf Kurgast und..

B: Nein..

A: Wellnessurlauber, sondern wirklich...

B: Nein, absolut. Also es ist wirklich unterschiedlich. Es gibt einen Wellnessurlauber, der Trinkgeld hergeben will, genauso wie die, die es nicht wollen und bei den Kurgästen genauso. Also das kann

man nicht sagen, dass der eine mehr hergibt als der andere. Ganz unterschiedlich

A: Mhm. Wie viel Toleranz zeigt der typische Kurgast bei Wartezeiten? Gibt sich der Wellnessgast da irgendwie anders oder?

B: Mh... Ist eigentlich von der Toleranz her gleich. Also auch die Wellnessgäste zeigen jetzt nicht, dass sie jetzt bevorzugt früher behandelt werden wollen, sie wollen zwar eine bessere Behandlung haben, aber nicht früher deswegen. Was bei uns halt sehr gut ist, ist, dass die Patienten wirklich ganz strukturiert ihren Plan bekommen, wo die Uhrzeiten draufstehen, wirklich minutiös genau und die werden aber auch bei uns im Betrieb eingehalten und dadurch gibt es da überhaupt keine Probleme. Also es gibt keine Beschwerden

A: Also es gibt bei euch auch kaum Wartezeiten- deshalb...

B: Nein, ah.. meistens sogar, dass die Leute früher drankommen.

A: Aha.

B: Die kommen oft schon ein bisschen früher her, zehn, 15 Minuten und werden dann sogar auch früher drangenommen.

A: Mhm.

B: Also es gibt keine langen Wartezeiten bei uns.

A: Ok. Wie oft äußern Kurgäste im Schnitt Beschwerden?

B: ... Hm (lacht) Ja... Eine Zahl kann ich dazu nicht sagen...

A: Nein, aber ist es besonders häufig und auffällig?

B: Ja.. Naja, zur Zeit ist ihnen eher das Problem mit der Wohnmöglichkeit, also mit der Verpflegung..

A: Aha.

B: Also in dem Bereich. Also jetzt nicht im Therapiebereich, wo ich arbeite, da passt es eigentlich größtenteils, da ist selten einmal eine Beschwerde, ja. Aber größtenteils ist es jetzt eher so mit den Hotels und mit den Zimmereinrichtungen, wo die Beschwerden kommen. Weil wir zurzeit so unterschiedlich sind, weil es gerade eher neuere Hotels gibt und noch ältere, die erst erneuert werden.

A: Mhm, ok. Was kannst du zur Präsenz von Kurgästen und Wellnessurlaubern im Ortszentrum sagen?

B: ...

A: Ist da irgendjemand dominanter, den man häufiger sieht im Ortsbild?

B: Ja. Sicher den Kurgast öfter als den Wellnessurlauber.

A: Ok. Inwieweit haben Einheimische einen Vorteil vom Fremdenverkehr in Bad Tatzmannsdorf?

B: Die haben schon einen sehr starken Vorteil, weil wir dementsprechend große Betriebe und viele Betriebe haben, was in diesem Fremdenverkehr halt ist und dementsprechend sehr viele Arbeitsplätze zur Verfügung stellen können.

A: Ok. Inwiefern, würdest du sagen, dass die Bevölkerung vom Freizeitangebot profitiert?

B: ... Ja, eigentlich schon auch sehr. Ja, ja, wir haben auch ein starkes Vereinsleben sage ich jetzt einmal in Tatzmannsdorf, wo es viele Sport- und Hobbymöglichkeiten gibt. Das vielleicht mehr als jetzt großartig etwas für Kurgäste gedacht ist.

A: Ok. Inwieweit haben Einheimische einen Vorteil in Sachen Kulturangebot?

B: Einheimische oder Kurgäste- jetzt hab ich da...

A: Einheimische.

B: Einheimische, ja haben wir... ein gutes Kulturleben, sage ich jetzt einmal. Bei uns ist regelmäßig eine Veranstaltung, fast täglich gibt es Veranstaltungen im Kulturbereich, also.

A: Inwiefern profitieren die TatzmannsdorferInnen vom kulinarischen Angebot?

B: ... Auch ziemlich stark würde ich sagen. Wir haben doch dementsprechend viele Restaurants und es hat auch fast jedes Hotel auch einen Restaurantbetrieb, wo dann auch noch einmal die Leute hingehen essen. Ja, also da gibt es schon...

A: Inwieweit würdest du sagen profitiert die Bevölkerung vom vorhandenen Sportangebot?

B: (Pause). Eigentlich sehr. Wir haben verschiedenste Möglichkeiten: Fußball, Tennis, Golf, Wandern, Spazieren, Nordic Walking, Tanzen,... Ja, also wir haben wirklich ein breites Spektrum, wo die Einheimischen aktiv sind, Eisschützenverein und so weiter.

A: Ok. Welche Angebote nutzt du selber und wie oft ca. in der Woche?

B: Tanzen ein Mal wöchentlich, ja, Nordic Walken meist ein Mal wöchentlich... und schwimmen im Sommer halt, das ist halt dann saisonal bedingt.

A: Mhm. Was kannst du bezüglich Kurwesen und Wellnessangebote sagen? Also... Welche Therapien, Kuranwendungen gibt es da deines Wissens nach?

B: Mhm, also Therapieanwendungen gibt es Moorpackungen, Fangopackungen, Kohlensäurewannenbäder, Unterwassermassage, Massage, Wirbelsäulenstreckungstherapie, natürlich die Heilgymnastik einzeln und in der Gruppe, Ernährungsberatung, Elektrotherapie, Ultraschall, Inhalation.

A: Ok. Was kannst du zu Nächtigungszahlen pro Jahr in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Bf... Also ich weiß keine Zahlen explizit, ich kann aber nur sagen am Jahresende höre ich das immer beim Vortrag vom Herrn Mag. Luipersbeck, dass unsere Nächtigungszahlen jährlich steigen und wie man aus den regionalen Zeitschriften oder Zeitungen entnehmen kann auch in der Umgebung- sprich Hotel Avita und Hotel Reiters ebenso.

A: Ok. Was kannst du in Bezug auf die Anzahl der Arbeitsplätze in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Also auch da weiß ich keine genaue Zahl, muss ich wirklich sagen, aber wir haben sehr große Betriebe- also alleine die Kurbad AG ist ein großer Betrieb mit 200- 300 Angestellten und dementsprechend wird es da schon einige geben, aber Zahlen genau...

A: Mhm.

B: Weiß ich nicht

A: Welche Auswirkungen hat der Kur- und Wellness tourismus auf die Dorfgemeinschaft in Bad Tatzmannsdorf deiner Ansicht nach?

B: Naja... Es ist so, dadurch, dass wir viele Vereine haben, die ja auch alle ein Fest jährlich anbieten, ist man von den Kurgästen auch ein bisschen abhängig. Das heißt, wir freuen uns dann schon, dass wir viele Kurgäste auch haben, die dann auch gerne etwas trinken und essen und so weiter kommen. Ja, sonst auf die Dorfgemeinschaft selber im weiteren Sinn dann nicht mehr, glaube ich. Ja... Man hat sie halt überall und verdient mit ihnen das Geld, aber... und dadurch sind wir gut gelaunt.

A: Also, wie würdest du den Zusammenhalt unter den Einheimischen beschreiben?

B: Der ist sehr gut in Bad Tatzmannsdorf!

A: Ja?!

B: Eigentlich schon. Also die Vereine unterstützen sich alle gegenseitig, es sind alle sehr hilfsbereit... Ja, das passt.

A: Also, was kannst du so zum Verhältnis Einheimische und Fremde bei Dorffesten oder überhaupt bei Festen und Veranstaltungen sagen?

B: Das passt sehr gut auch muss ich sagen. Ahm, es sind alle glücklich und froh, wenn die Kurgäste kommen, die machen dann auch Stimmung und tanzen auch die ganze Nacht und dementsprechend sind auch die Einheimischen freundlich zu ihnen und versuchen auch ihren Schmah anzubringen sage ich jetzt einmal.

A: Ok. Beschreib mir bitte die Häufigkeit von reinen Dorffesten oder Veranstaltungen von Vereinen verglichen mit Veranstaltungen für Gäste!

B: Ähm, so reine Feste, was, ähm, wie man es halt so Volksfeste... ah... jetzt bin ich draußen, vorstellen kann, so wie es im Sommer und so ist, ist es eher für Kurgäste gedacht. So wirklich reine Veranstaltungen nur für Einheimische gibt es sicher weit weniger. Wenn du das in Prozent siehst, sage ich einmal 80% für alle- mehr Kurgast, 20% Einheimische, wie zum Beispiel ein Binkerbäll oder so oder ein Faschingsgschnas, wo das wirklich nur im kleinen Rahmen bleibt, aber der Großteil ist eher wirklich... für Kurgäste auch gedacht.

A: Ok. Inwieweit herrscht so eine Art Konkurrenzdenken unter den einzelnen Bad Tatzmannsdorfer Betrieben, soweit du das beurteilen kannst?!

B: Äh, ich selber habe so das Gefühl, jeder lacht zwar jedem nett ins Gesicht und vergönnt es jedem und ach wie toll, aber insgeheim glaube ich ist natürlich ein Konkurrenzdenken da. Und wenn der eine jetzt irgendein neues Schmankerl anbietet oder irgendeine neue Special drei Tage Thermenpaket oder so, dann macht der nächste das gleich noch günstiger. Ja, also es ist sehr wohl der Konkurrenzgedanke da, wird aber nicht öffentlich Preis gegeben, weil wir ja alle Freunde sein wollen.

A: Ok. Als was für einen Ort würdest du Bad Tatzmannsdorf definieren?

B: Bf.. Ja.. Ein reiner Kur- und Tourismusort, muss ich einmal wirklich sagen, der auf das abzielt,... der aber auch sehr gesundheitspräventiv denkt und das auch bei den Einheimischen unterbringen möchte... der sehr auf das Aussehen bemüht ist, also es gibt ja ständig Baustellen und immer wird etwas neu gemacht und neu gepflegt und gehegt... Ja, der halt auch sehr viel Wert auf Kultur und auch auf Brauchtumpflege achtet.

A: Mhm. Gut, ah. Was kannst du in Bezug auf die Preise in Bad Tatzmannsdorf im Vergleich zu anderen Orten in der Region sagen?

B: Mh... Ich glaube es ist recht angemessen, also es ist jetzt nichts so übermäßig überteuert, sondern einfach, wenn man andere Bundesländer hernimmt, ist sicher das Burgenland noch eines der günstigeren- ich habe jetzt keinen Vergleich zum Norden oder im mittleren Burgenland, ich glaube es ist einfach angepasst...

A: Ok.

B: Aber da kann ich nichts Genaues dazu sagen.

A: Was kannst du abschließend noch in Bezug auf die Altersschichten der Gäste in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Äh, früher waren das großteils eher Ältere, also rein Pensionisten und die letzten zwei, drei Jahre wird auffällig, dass es auch immer mehr jüngere Patienten werden- sprich, die eben im Berufsleben noch aktiv sind. Weil ich einfach glaube, dass der Sinn für Prävention jetzt mehr gegeben ist. Früher hat man immer nur mehr geschaut, dass man Krankheiten wieder heilt, ja, oder sich dann wieder entspannt und jetzt gönnt man sich schon mehr präventiv, damit es erst gar nicht mehr so weit kommt. Also ich glaube... Es ist zwar nach wie vor noch eher die Pensionisten, ja, so 70 zu 30, aber früher war es sicher 90 zu 10 zum Beispiel. Also ich glaube der Boom geht immer mehr in die Richtung, dass die Patienten und Gäste jünger werden.

A: Ok. Gut, das war es! Dann herzlichen Dank für dein Interview!

B: Bitte sehr!

INTERVIEW 1

A: Also, was für eine Art von Betrieb führen Sie?

B: Ein Erlebnisgasthaus, Restaurant, Tanzmusik, Tankstelle, Taxi..

A: Ok.

B: Zimmer.

A: Ok. Inwiefern, würden Sie sagen profitiert Ihr Betrieb speziell vom Kur- und Wellnesstourismus in Tatzmannsdorf?

B: Naja, sicher zu 70%.

A: Was können Sie bezüglich der Anzahl der Gäste und Kunden aus dem Bereich des Tourismus im Jahresschnitt grob sagen?

B: Puh... Keine Ahnung.

A: Überhaupt nicht..

B: Nein, genau.

A: Bezüglich des Umsatzes heißt das dann...haben Sie mehr dadurch, oder?

B: Naja, schon.

A: Ja.

B: Weil wir haben ja den Durchzugsverkehr durch die Bundesstraße, aber es sind sicher 70% Wellnessurlauber und Kurgäste.

A: ...also...

B: ...was unsere Besucher sind.

A: Ok, also weniger die Einheimischen, sondern schon...

B: Einheimische nicht so, nein.

A: Ok. Was können Sie zu Umsatzschwankungen über ein Jahr gesehen sagen? Gibt es so etwas wie eine saisonale...

B: Ja, es gibt starke Tage, ja, kann man nicht wirklich sagen.

A: Also auf die Saison kann man das nicht beziehen?

B: Nein, nein. Saison gibt es bei uns keine.

A: Ist es Wochentags dann irgendwie stärker?

B: Naja, das Wochenende ist sowieso immer stärker...

A: Ja...

B: Und.. Ah, und wenn zum Beispiel im Winter viel Schnee liegt ist natürlich weniger los in der Therme, das ist eh ganz klar.

A: Mhm. ... Inwieweit profitieren aus Ihrer Sicht regionale Lieferanten hier vom Kur- und Wellness tourismus?

B: Ja, man hat nur regionale- oder ziemlich viele regionale...

Kurze Unterbrechung des Interviews.

A: Ah... Wie schätzen Sie das Verhältnis in Ihrem Betrieb zwischen Urlaubern und Einheimischen in Prozent ein?

B: bf...

A: Nur ganz grob geschätzt?

B: 20% Einheimische.

A: Der Rest Urlauber?

B: Ja.

A: Ok. Wie glauben Sie würde es Ihrem Betrieb ohne die Kur- und Wellnessgäste gehen? Also welche Bedeutung haben sie für Sie?

B: Naja, schon sehr viel- sehr viel Bedeutung.

A: Mhm.

B: Es wäre sicher nicht so gut ohne...

A: Gut. Wie sind die Ansprüche von Kurgästen und Wellnessurlaubern ganz allgemein beschrieben?

B: Mh... Wie alle anderen- ich meine, die wollen... kann ich jetzt nicht sagen...

A: Ja?

B: Weiß ich nicht.

A: Welche Erwartungen gibt es an das Preis- Leistungsverhältnis?

B: Ja, es soll viel sein, gut soll es sein und wenig soll es kosten.

A: Mhm. Welche Ansprüche werden so in Punkto Service, Freundlichkeit und Höflichkeit erhoben?

B: Das Beste! ... Wie immer.

A: Was können Sie zu den Erwartungen in Sachen Vielfalt des Angebots sagen?

B: Da wollen sie auch sehr viel haben...

A: Mhm..

B: ... Das, was sie aber essen wollen soll auch darauf sein.

A: Aha... Ok! Was können Sie zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen sagen- und was so im Vergleich zu Wellnessurlaubern?

B: Was ist da jetzt genau gemeint?

A: Ah... Sind Kurgäste bereit mehr Geld auszugeben für gute Qualität oder...

B: Also bei der Musik zum Beispiel wollen die Kurgäste überhaupt nichts ausgeben, wenn es geht, nicht? Sie wollen zwar...

A: Sind die Wellnessurlauber da anders?

B: Ja, weil die leisten sich das Essen gehen schon. Aber der Kurgast ist extrem in der Beziehung bei der Musik.

A: Aha.

B: Die wollen tolle Musik haben, aber ein Getränk für die ganze Nacht, nicht?!

A: Ok, alles klar. Gut, welches Bild haben Sie vom typischen Kurgast?

B: ... ffff....

A: Gibt es für Sie den klassischen, typischen Kurgast?

B: Nein... nein.

A: Nein?

B: Dafür habe ich zu wenig Einblick.

A: Naja, aber sie haben ja ein wenig Kontakt...

B: Naja, die Leute sind ja verschieden, ob es Junge sind, ob es Alte sind...

A: Ja...

B: Nein, wüsste ich nicht.

A: Dann.. das Bild vom typischen Wellnessgast? Gibt es so etwas bei Ihnen?

B: ... Könnte ich nicht sagen. Nein, weil es ist alt, jung, es ist alles gemischt- alt, jung... und, und...

A: Also kann man das nicht so kategorisieren...

B: Nein... nein...

A: Der typische Kurgast ist so und der typische Wellnessurlauber so...

B: Nein, nein, nein, überhaupt nicht.

A: Ok. Inwiefern haben Sie außerhalb Ihres beruflichen Umfeldes Berührungspunkte mit Urlaubern und Kurgästen da in Tatzmannsdorf?

B: Was ist da jetzt gemeint? Inwiefern?

A: Nein, treffen Sie jemanden, wenn Sie einkaufen gehen zum Billa oder so...

B: Naja, sicher treffen wir die Leute, wenn man in die Therme geht, nicht?!

A: Ja, haben Sie ansonsten Kontakt mit denen?

B: Nein, nein, nein.

A: Ansonsten nicht.

B: Keine Zeit dafür.

A: Gut, ah- Wie verhält sich der Kurgast in Bezug auf Trinkgeld, wie der Wellnessurlauber?

B: ... Von gar nichts bis.. überraschend viel...

A: Und das ist bei beiden Kategorien...

B: ..Ja..

A: ...vorhanden?

B: Ja, das hat glaube ich nichts mit Kurgast und mit... das ist allgemein glaube ich Charaktersache.

A: Mhm, ok. Wie viel Toleranz zeigt der typische Kurgast bei Wartezeiten? Und wie viel der Wellnessurlauber?

B: Sind auch alle gleich- weder Kurgast noch Sachen... der will das frisch haben und das soll sofort fertig sein.

A: Ok, aber da ist auch wieder kein Unterschied zwischen...

B: Das ist... Nein, nein, nein, würde ich nicht sagen.

A: Wellness- und Kurgast. Ok. Wie oft äußern Kurgäste Beschwerden?

B: ... Mh... Naja, für mich gar nicht, weil ich in dem Sinn ja nicht eine Beschwerde in dem Sinn habe, weil ich ja mit den Kurgästen außer bei der Musik und im Restaurant nicht so viel zu tun habe.

A: Mhm. Naja, aber ich meine, wenn sie einmal länger warten müssten auf ihr Essen oder...

B: Da weiß ich nicht, ob es ein Kurgast ist oder ein Wellnessgast, das ist für mich ein normaler

Gast.

A: Ok.

B: Weil Sonntagmittag kann ich nicht unterscheiden ist das ein Kurgast oder...

A: Mhm...

B: Weil die Kurgäste sich ja auch oft abmelden und ja auch mitgehen Essen.

A: Ok...

B: Der Unterschied ist ja für mich im Prinzip nur der, wenn ich weiß zum Beispiel der bei der Musik kommt- der Wellnessgast isst oft etwas bei der Musik...

A: Aha...

B: Aber man kann das jetzt nicht definitiv sagen...

A: Also es gibt keine speziellen Merkmale, das ist jetzt speziell ein Kurgast oder...

B: Nein, nein, nein... Außer wenn er halt nichts isst, dann weiß man, ok das ist ein Kurgast, aber die meisten melden sich dann ja ab und essen etwas- also da weiß man das dann nicht

A: Ok. Was können Sie zur Präsenz von Kurgästen und Wellnessurlaubern im Ortszentrum sagen?

B: Gar nichts, weil ich nie im Ort drinnen bin.

A: Ok. Sie sind nur hier außerhalb...

B: Ja.

A: Ok. Inwieweit haben Ihrer Meinung nach Einheimische einen Vorteil vom Fremdenverkehr in Bad Tatzmannsdorf?

B: Ja sehr viel, weil sie alle in Tatzmannsdorf arbeiten.

A: Mhm. Ah- Inwiefern profitiert die Bevölkerung vom Freizeitangebot?

B: Glaube ich auch sehr toll, weil bei uns jeden Tag irgendetwas ist; kulturell und.. und Veranstaltungen..

A: Genau, das wäre jetzt meine nächste Frage: Inwieweit haben Einheimische dann einen Vorteil in Sachen Kulturangebot?

B: Da ist jeden Tag in Tatzmannsdorf etwas.

A: Jeden Tag eine Veranstaltung..

B: Ja.

A: Ah- Inwiefern profitieren die Tatzmannsdorfer vom kulinarischen Angebot?

B: Glaube ich auch, weil sie jeden Tag wohin toll essen gehen können, nicht?!

A: Genau, ok. Und dann hätten wir noch das Sportangebot?

B: Naja, Sportangebot außer der Therme in dem Sinn... Ja, sie können Kieser Training gehen...

A: Mhm.

B: Aber ansonsten glaube ich... Ja, Tennis, Fußball... als Vereine, nicht.

A: Ja, gut. Welche Angebote nutzen Sie und wie oft ca. in der Woche?

B: Überhaupt nichts.

A: Gar nichts?

B: Nein.

A: Was können Sie bezüglich Kurwesen und Wellnessangebote sagen? Welche Kuranwendungen und Therapien gibt es Ihres Wissens nach?

B: Bf, da bin ich zu wenig informiert. Im Prinzip von der Therme ja, aber Kur, keine Ahnung.

A: Ok, was können Sie so ganz grob geschätzt zu Nächtigungszahlen pro Jahr in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Keine Ahnung, ich weiß die Zahlen nicht.

A: Mhm. Was können Sie in Bezug auf die Anzahl der Arbeitsplätze in Tatzmannsdorf sagen?

B: Weiß ich auch nicht.

A: Ok, dann.. Welche Auswirkungen hat der Kur- und Wellness tourismus auf die Dorfgemeinschaft? Was würden Sie dazu sagen?

B: ... Kann ich nicht sagen, weil ich erstens nirgends dabei bin und es gibt bei uns Kulturverein und

Theaterverein und ob das insofern etwas mit Kur etwas zu tun hat...

A: Mhm... Wie würden Sie so den Zusammenhalt der Tatzmannsdorfer beschreiben? Gibt es einen oder...

B: Mh... Ich bin da nirgends dabei... Das kann ich nicht sagen.

A: Ok. Also auch so beim Verhältnis von Einheimischen und Fremden bei Dorffesten- können Sie da etwas dazu sagen?

B: Keine Ahnung.

A: Da sind Sie auch nicht dort?!

B: Nein.

A: Ok. Beschreiben Sie bitte die Häufigkeit von reinen Dorffesten für Tatzmannsdorfer verglichen mit Veranstaltungen für Gäste!

B: Das einzige, was ein reines Dorffest zum Beispiel ist, aber kann man auch nicht sagen, ist in Jormannsdorf drüben- die grenzen sich ein bisschen ab von Tatzmannsdorf, aber alles andere ist glaube ich vermischt...

A: ..Ok..

B: ...am Hauptplatz sowieso.

A: Ja, ok. Inwieweit herrscht denn so ein wenig Konkurrenzdenken unter den einzelnen Betrieben da in Tatzmannsdorf?

B: Ein sehr großes glaube ich.

(Jemand kommt herein)

C: Grüßgott!

A: Grüßgott, Morgen!

B: Kein offizielles, aber inoffizielles sicher!

A: Ja- ok. Als was für einen Ort würden Sie Bad Tatzmannsdorf definieren?

B: Wie ist das gemeint?

A: Wie würden Sie... Was ist für Sie Tatzmannsdorf für ein Ort? Ist das ein reiner Kurort, ist das ein Wellnessort,...?

B: Nein, es ist ein gemischter Ort, Kurort, Wellnessort, Golfort,...

A: Ja, Sport, Gesundheit...

B: ...Sport...Es ist glaube ich für jeden etwas dabei...

A: Ja, mhm.

B: Erholungsort einfach.

A: Mhm. Was können Sie in Bezug auf die Preise in Bad Tatzmannsdorf sagen, so ein bisschen verglichen mit anderen Orten in der Region?

B: Da sind wir sicher zu billig...

A: ..zu billig, ok..

B: Region darf man nicht sagen, weil wir sind ja ein Tourismusort, aber im Vergleich zu anderen Tourismusorten sind wir sicher... wenn ich jetzt zum Beispiel Tirol vergleiche.. sicher zu billig.

A: Ok.. Was können Sie noch in Bezug auf die Altersschichten der Gäste in Bad Tatzmannsdorf sagen? Ist da irgendeine besonders vorherrschend?

B: Ja... Therapie ist von jung bis alt, und Kurgäste sicher erst ab 40, nehme ich an.

A: Ok! Damit sind wir schon fertig! Vielen herzlichen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben!

INTERVIEW 2

A: Ok, also was für eine Art von Betrieb führen Sie?

B: Ich führe eine Hotel- Konditorei in Bad Tatzmannsdorf, ein Dreistern-Hotel mit einem.. ähm.. mit 51 Betten... und einem Konditoreibetrieb am Standort ****.

A: Ok, Inwiefern würden Sie sagen, dass Ihr Betrieb vom Kur- und Wellness tourismus in Bad Tatzmannsdorf profitiert?

B: Zu hundert Prozent.

A: Mhm. Was können Sie bezüglich der Anzahl der Gäste und Kunden aus dem Bereich Tourismus so im Jahresschnitt sagen?

B: Zahlen?... Meinst du Zahlen?

A: Nein, Prozent- wie viel Prozent machen bei Ihnen die Kurgäste und Wellnesstouristen so im Konditoreibereich aus- wie viele sind da Einheimische und wie viele sind da Urlauber?

B: 97% Urlauber... Der Rest Einheimische.

A: Ok, das heißt also Umsatz machen Sie hauptsächlich mit den Urlaubern..

B: Ja, ja.

A: Ok. Was können Sie zu Umsatzschwankungen über ein Jahr gesehen sagen? Gibt es eine saisonale Abhängigkeit?

B: Umsatzschwankungen gibt es immer, aber am Jahresende... geht es sich immer irgendwie aus.

A: Aber es gibt solche Schwankungen...

B: Ja.

A: Ok. Inwieweit profitieren aus Ihrer Sicht regionale Lieferanten hier vom Kur- und Wellnesstourismus in Bad Tatzmannsdorf?

B: Viele.

A: Viele?

B: Ja.

A: Wie schätzen Sie das Verhältnis in Ihrem Betrieb zwischen Urlaubern und Einheimischen in Prozent ein- das haben wir eigentlich eh schon erledigt mit den 97%?!

B: Ja.

A: Ah.. Wie glauben Sie würde es Ihrem Betrieb ohne die Kur- und Wellnessgäste gehen? Was haben die für Sie...

B: Nur die Konditorei.. oder, oder schlafen auch?

A: Nein, hauptsächlich die Konditorei...

B: ..die Konditorei interessiert Sie mehr?

A: Naja, es.. es interessiert mich mehr der Betrieb, in dem alle da sind, also in den auch die Einheimischen kommen.

B: Ok, gut. Also vom.. von den Nächtigungszahlen 100%..

A: Ja, das ist klar...

B: ...ja, das ist eh klar... Und, also, wenn... äh... wenn die Touristen nicht wären, müsste ich mein Angebot komplett umstellen, ja... und das dem Einheimischen anpassen, aber... es wäre vom Einheimischen nicht lebbar.

A: Ok. Wie sind so im Allgemeinen die Ansprüche von Kurgästen und Wellnessurlaubern?

B: Mh... Das ist unterschiedlich, es kommt darauf an, welche Schicht sie sind.

A: Aber das kann man jetzt nicht kategorisieren...?

B: ..das kann man nicht kategorisieren. Das kommt darauf an, ob er drei Wochen da ist, dann möchte er eine stärkere Bindung haben, auch an den Hausherren, will ein Gespräch mit dem Hausherren haben, wenn er aber nur zwei Tage da ist, also einen Wellnessurlaub macht, dann will er eher in Ruhe gelassen werden, will halt entspannen ... und sonst nichts tun eigentlich.

A: Ok. Welche Erwartungen gibt es ans Preis- Leistungsverhältnis?

B: ..Ja das Preis- Leistungsverhältnis muss passen, wenn das nicht passt, bucht er nicht, nicht?!

A: Ja, welche Ansprüche werden in Punkto Service, Freundlichkeit und Höflichkeit erhoben?

B: ... Naja, wichtig ist einmal die Sauberkeit. Also wenn... wenn die Sauberkeit nicht funktioniert, dann... hat man keine Gäste. Die Freundlichkeit natürlich selber, die Deutschsprachigkeit muss gegeben sein- das heißt also...ähm... die Bedienung sollte auf alle Fälle Deutsch sprechen... zumindest halt... verständlich Deutsch sprechen und auch Deutsch verstehen...

A: Ja.

B: Und... Ja, sonst gibt es nichts.

A: Ok. Was können Sie zu Erwartungen in Sachen Vielfalt des Angebots sagen? Also wie viele verschiedene..

B: Vielfalt des Angebots ist auch... Vielfalt des Angebots heißt für mich, dass sich jeder Wirt spezialisieren muss... ahm... Sie können in Bad Tatzmannsdorf, ich sage einmal 70 Mal eine Melange trinken...

A: Mhm..

B: Ja, warum soll er die Melange beim **** trinken, weil seine Melange die beste ist, weil er ein Kaffee- Sommelier ist zum Beispiel.

A: Mhm, ok.

B: .. und warum isst er die Strudel beim ****? Weil der **** ist der Strudelwirt und dort ist die Strudel am besten, nicht?!

A: Ok, aber ich meine eher von der Auswahl her, zum Beispiel bei der Mehlspeise... also das ist so mit Vielfalt des Angebots- also wie viele verschiedene Mehlspeissorten müssen Sie haben, damit das genügt quasi?!

B: ... Das ist... Die Vielfalt ist egal! Wichtig ist die Frische...

A: Vielfalt ist egal, ok.

B: Wichtig ist die Frische und wichtig ist die Qualität, nicht?!

A: Ok.

B: Ob da jetzt sieben verschiedene in der Vitrine sind oder 17- das ist vollkommen egal.

A: Ok. Was können Sie zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen und Wellnessurlaubern sagen?! ... Sind die sehr zahlungsfreudig, gibt es Unterschiede?!

B: Ahm... Naja... Das entscheidende ist, man merkt natürlich, dass die Zeiten schlechter werden, ah... die Melange verkauft man leicht, die Kardinalschnitte dazu.. geht auch noch, aber wenn man jetzt noch ein Mineralwasser dazu verkaufen möchte, dann muss man schon ein guter Verkäufer sein. Also das merkt man dann schon.

A: Mhm. Welches Bild haben Sie vom typischen Kurgast?

B: ... Vom typischen Kurgast?

A: Ja. Gibt es für Sie einen typischen Kurgast?

B: Es gibt hundert prozentig den typischen Kurgast, aber die Zeiten haben sich natürlich... ah... komplett geändert. Vor 30 Jahren hat es den so genannten Stammgast gegeben, also als ich zu Hause übernommen habe, 1986, habe ich schon im Mai gewusst, wer im nächsten Mai wieder kommt...

A: Ja..

B: Das gibt es heute... das gibt es heute nicht mehr.

A: Mhm.

B: Und dieser traditionelle Kurgast, der sich das selber bezahlt hat, der ist einfach ausgestorben und man hat es nicht geschafft, deren Kinder einfach an Tatzmannsdorf zu binden, dass zum Beispiel diese Kinder von diesen traditionellen Kurgästen wieder kommen.

Kurze Unterbrechung.

A: Ok, also wir waren beim typischen Kurgast. Ich würde noch gerne ein bisschen darauf hinaus..ah..was der für typische Merkmal hat wie, wie sieht er aus, wie verhält er sich- gibt es für Sie da ein typisches Bild vom Kurgast?!

B: ... Ein typisches Bild vom Kurgast gibt es nicht, nein.

A: Nein?

B: Nein.

A: Ok. Ah.. Dann gibt es für Sie ein typisches Bild vom Wellnessgast oder auch nicht?

B: ...Nein, auch nicht.

A: Auch nicht, ok. Inwiefern haben Sie außerhalb Ihres beruflichen Umfelds Berührungspunkte mit Urlaubern und Gästen in Bad Tatzmannsdorf?

B: Nachdem wir... Nachdem ich 49 Jahre da lebe, rund 24 Stunden am Tag.

A: Ok. Also nicht nur in Ihrem Betrieb, sondern Sie treffen auch außerhalb...

B: Ja.

A: Ok. Wie verhält sich der Kurgast in Bezug auf Trinkgeld, wie der Wellnessurlauber?

B: Ah... der Kurgast gibt eher Trinkgeld als der Wellnessurlauber.

A: Aha. Wie viel Toleranz zeigt der typische Kurgast bei Wartezeiten? Wie viel der Wellnessgast?

B: Wartezeiten worauf?

A: Wartezeiten auf einen Kaffee, auf die Mehlspeise in der Konditorei..

B: Der Kurgast hat eher Zeit, nachdem der Kurgast drei Woche da ist...

A: Mhm..

B: ..hat der eher Zeit, als der Wellnessgast, der aus dem Berufsleben kommt, hektisch ist und zwei Tage ausspannen will, der hat keine Zeit.

A: Ok. Wie oft äußern Kurgäste so im Schnitt Beschwerden? Wenn etwas zu lange dauert, oder wenn etwas nicht passt?

B: Gar nicht.

A: Überhaupt nicht?

B: Nein.

A: Der Wellnessgast?

B: Auch nicht.

A: Weil bei Ihnen alles passt...

B: Genau..

A: Sehr gut. Was können Sie zur Präsenz von Kurgästen und Wellnessurlaubern im Ortszentrum sagen? Wer ist vielleicht präsenter?

B: Der Wellnessgast bleibt eher in solchen Hotels, wo das Wellnessangebot im Haus ist, das heißt er kommt diese zwei Tage eigentlich kaum vom Hotelbereich hinaus, vom Resortbereich hinaus. Und der Kurgast, natürlich, wenn der drei Wochen da ist, der geht spazieren, der geht schauen, wo etwas los ist, der geht unter die Leute, nicht?!

A: Ok. Inwieweit würden Sie sagen haben Einheimische einen Vorteil vom Fremdenverkehr in Bad Tatzmannsdorf ganz allgemein?

B: Allgemein haben sie so viel Vorteil, dass von jedem Haus in Bad Tatzmannsdorf zumindest eine Person in Tatzmannsdorf Arbeit findet.

A: Ok. Inwiefern profitiert Ihrer Meinung nach die Bevölkerung vom Freizeitangebot?

B: Zu 100%.

A: Mhm. In Sachen Kulturangebot?

B: Zu 100%.

A: Vom kulinarischen Angebot?

B: Zu 100%.

A: Und vom Sportangebot?

B: Zu 100%.

A: Ok, welche Angebote nutzen Sie und wie oft ca. in der Woche?

B: ...Ich benutze zum Beispiel die Radwegen, ich benutze die Walkingwege, ich benutze den Tennisplatz, ich benutze das Freibad, ich benutze die Sauna,... ah.. die Thermalbadelandschaft...

A: Mhm.

B: .. Und benutze auch das kulturelle Angebot.

A: Ok. Ahm.. Können Sie das noch festmachen, wie oft Sie so etwas in der Woche ca. nutzen?

B: Naja, wenn ich walken und Rad fahren und so zusammenrechne- drei Mal in der Woche.

A: Ok. Was können Sie bezüglich Kurwesen und Wellnessangebote sagen? Welche Kuranwendungen und Therapien gibt es Ihres Wissens nach.. in Tatzmannsdorf?

B: Welche Kurangebote es gibt?!

A: Mhm.

B: Bad Tatzmannsdorf ist der einzige Kurort in Österreich mit drei natürlichen Heilmitteln.. das sind die Kohlensäurebäder, das sind die Moorbäder und das ist das Thermalwasser... ah..

A: Mhm.

B: .. im Bereich der Unterwassertherapien, das ist ein... im Gegensatz zu anderen Kurorten, also kommt die Kohlensäure aus der Erde... das heißt sie baden in natürlicher Kohlensäure und nicht in der Kohlensäure, die aus der Flasche kommt, die hinter... hinter der Badewanne steht..

A: Mhm..

B: .. und die Moorerde wird täglich frisch gestochen, wird gereinigt, aufgewärmt und sie baden im frischen Moor und nicht in irgendeiner Fango- Packung, oder Ähnlichem, das 17 Mal in der Mikrowelle aufgewärmt wird und dann aufgelegt wird und das Thermalwasser ist sowieso bekannt.

A: Ok. Was können Sie zu Nächtigungszahlen pro Jahr für gesamt Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Ja... Bad Tatzmannsdorf hat im Jahr 2011 564.000 Nächtigungen gehabt...

A: Mhm..

B: ..und hat ca. über 100.000 Ankünfte gehabt..

A: Ok.

B: Das heißt, der Gast bleibt im Schnitt ca. 5,6 Tage da und 100.000 Gäste kommen nach Tatzmannsdorf im Schnitt im Jahr.

A: Ok. Was können Sie in Bezug auf die Anzahl der Arbeitsplätze in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Tatzmannsdorf hat 1.300 Arbeitsplätze.. Ganzjahresarbeitsplätze, das sind keine saisonalen..

A: Ok. Welche Auswirkungen hat der Kur- und Wellnesstourismus auf die Dorfgemeinschaft in Bad Tatzmannsdorf?

B: Es ist natürlich so, dass sich die Dorfgemeinschaft anpassen muss..

A: Mhm..

B: ..weil die Dorfgemeinschaft auch erkennen muss, dass wir einzig und allein vom Tourismus leben, nicht?!

A: Mhm.

B: Und dass halt fremde Leute auf der Straße sind und dass fremde Leute vielleicht einmal nach dem Weg fragen oder.. oder.. oder fremde Leute ist ein schlechter Ausdruck, dass halt Gäste vielleicht auch mit Einheimischen reden wollen und wenn der Gast einen Apfel aufhebt, der vom Apfelbaum herunterfällt, den nicht vertreiben muss, sondern dem sagen "Gerne, koste meinen Apfel, schau wie gut der schmeckt!"

A: Ok. Wie würden Sie dann den Zusammenhalt unter den Einheimischen beschreiben?

B: In Bad Tatzmannsdorf?

A: Ja.

B: Naja, der Zusammenhalt ist sicher gegeben in Tatzmannsdorf.

A: Ok. Was können Sie zum Verhältnis Einheimische und quasi Fremde oder Gäste bei Dorffesten sagen?

B: ...

A: Ist das immer eine Mischung?

Kurze Unterbrechung.

A: Ok, also dann wiederhole ich noch einmal: Was können Sie zum Verhältnis Einheimische und Gäste oder Fremde bei Dorffesten sagen?

B: Ähm, es gibt in Bad Tatzmannsdorf 1.300 Einwohner, und von diesen 1.300 Einwohnern gibt es ca. 200, die ständig bei allen Veranstaltungen sind, das ist jetzt egal, sei es jetzt...

Kurze Unterbrechung.

B: Wo waren wir jetzt?

A: Bei den.. ah..1.300 Einwohnern, von denen 200...

B: Ja, also genau. Tatzmannsdorf hat 1.300 Einwohner, von denen ca. 200 Einheimische..ah.. sich

in Wirtshäusern bewegen, sich zu ... also die zu Festen gehen, die bei Veranstaltungen teilnehmen, und den Rest bringst du nicht aus den Häusern, da kannst du machen, was du willst- die kommen einfach nicht.

A: Und der Rest wird dann quasi aufgefüllt mit den Gästen..

B: Der Rest wird dann mit den.. mit Gästen aufgefüllt.

A: Beschreiben Sie bitte die Häufigkeit von reinen Dorffesten, die wirklich für Bad Tatzmannsdorfer gedacht sind, verglichen mit Veranstaltungen für Gäste!

B: Die Veranstaltungen, die rein für Einheimische gemacht werden sind minimal, nicht.. das ist... mir fällt zum Beispiel ein die..die.. ah.. Eisschützendorfmeisterschaft ist eine reine einheimische Veranstaltung... ah.. früher hat es immer das Dreistädte- Turnier, wo die drei Ortsteile gegeneinander Fußball gespielt haben, aber ansonsten...

A: Ok.

B: Es gibt dann diese so genannten Dorffeste von den Parteien.. aber sonst- reine Veranstaltungen für Einheimische... wird es kaum geben.

A: Ok. Inwieweit herrscht denn so ein bisschen Konkurrenzdenken unter den...

Kurze Unterbrechung.

A: So, wir waren bei.. Inwieweit herrscht ein Konkurrenzgedanke unter den einzelnen Betrieben in Tatzmannsdorf?

B: Nein, überhaupt nicht. Also das.. das muss ich sagen ist da in Bad Tatzmannsdorf... sehr gut... Natürlich- jeder Betrieb ist Konkurrenz, aber wir sind alle so ziemlich im gleichen Alter...

Kurze Unterbrechung

B: Wir sind.. die Unternehmer sind alle ziemlich im gleichen Alter und das heißt wir sind auch Freunde, also wir treffen uns auch privat, also das... so Konkurrenz gibt es nicht, ich würde eher Mitbewerber sagen.

A. Ok. Als was für einen Ort würden Sie Bad Tatzmannsdorf definieren?

B: Als den Ort zum Leben und den Ort zu sterben.

A: Schön. Was können Sie in Bezug auf die Preise in Bad Tatzmannsdorf im Vergleich zu anderen Orten in der Region sagen?

B: Mh... Die werden in Bad Tatzmannsdorf sicher höher sein als in.. als in anderen Orten.

A: Ok. Abschließend noch, was können Sie in Bezug auf die Altersschichten der Gäste in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Die Altersschichten der Gäste hängt natürlich ab- der Kurgast wird eher älter sein und der Wellnessgast wird eher ein jüngerer sein.

A: Ok. Danke, das war es schon! Herzlichen Dank für Ihre Zeit!

B: Dankeschön.

INTERVIEW 3

A: Ok, was für eine Art von Betrieb führen Sie?

B: Einzelunternehmen.

A: Mhm, inwiefern, würden Sie sagen, profitieren Sie vom Kur- und Wellness tourismus in Bad Tatzmannsdorf?

B: Zu 90%

A: Was können Sie bezüglich der Anzahl der Gäste und Kunden aus diesem Bereich sagen?

B: mh... Das sind angenehme Kunden, wir sind jetzt schon 25 Jahre mit denen vertraut, also da weiß man schon ungefähr, wie man sich gegenüber dieser Kundschaft verhält..

A: Nein, jetzt eher auf die Anzahl bezogen, also bleiben wir einfach bei den 90%, dass das die Kurgäste und Wellnessurlauber sind..

B: Ja.

A: ... und nur 10% dann Einheimische sind.

B: Mhm.

A: Bezüglich des Umsatzes heißt das dann auch, dass Sie 90% natürlich...

B: ..von den Kurgästen.

A: Ja, ok. Ah, was können Sie zu Umsatzschwankungen über ein Jahr gesehen sagen? Gibt es so etwas wie eine saisonale Abhängigkeit?

B: Naja, das ist schon- also im Winter ist es ruhiger als.. in den Frühjahr bis Herbst.

A: Ok. Inwieweit profitieren aus Ihrer Sicht regionale Lieferanten von Bad Tatzmannsdorf?

B: Von unserem Betrieb?

A: Nein, insgesamt vom ganzen Fremdenverkehr in Bad Tatzmannsdorf.

B: Naja, glaube ich schon, dass die profitieren auch davon.

A: Mhm. Wie schätzen Sie das Verhältnis in Ihrem Betrieb zwischen Urlaubern und Einheimischen in Prozent? Ja, gut, das haben wir eigentlich eh schon...

B: 90, das bleibt eh gleich.

A: ..damit beantwortet.

B: Ja, ja..

A: Wie glauben Sie, würde es Ihrem Betrieb dann ohne die Kur- und Wellnessgäste gehen?

B: Wäre nicht möglich.

A: Hätten keine Überlebenschance..

B: Nein, Mh- Mh.

A: Ok. Wie sind die Ansprüche von Kurgästen und Wellnessurlaubern so im Allgemeinen?

B: Man muss sich auf den Gast einstellen...auf die...auf die Zielgruppe, also die Altersgruppe- sagen wir das ist zwischen 40 und 80, kann man sagen.

A: Mhm. Welche Erwartungen gibt es ans Preis- Leistungsverhältnis?

B: Muss man sich auch.. wirklich eine breite... breites Angebot haben, von preiswertem Einkauf bis zu qualitativ hochwertigen Sachen.

A: Mhm. Welche Ansprüche werden in Punkto Service, Freundlichkeit und Höflichkeit erhoben?

B: Sehr hohe Ansprüche, das ist sehr wichtig.

A: Mhm. Was können Sie zu den Erwartungen in Sachen Vielfalt des Angebots sagen?

B: Muss auch ein breite Vielfalt sein, also angepasst eben an den Wellnessbereich, das ist ganz wichtig... Bademode und dergleichen, aber auch so ein bisschen in Richtung, dass man die Gäste verführt zu ländlichem Stil, oder so, was man halt für den täglichen Bedarf nutzen kann, also schon so in diese Richtung.

A: Ok. Was können Sie zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen und Wellnessurlaubern sagen? Gibt es da Unterschiede, oder?

B: Ja, sicher... das kommt dann darauf an, was die.. Gäste auch zur Verfügung haben..

A: Mhm..

B: ..und es wird, kann man sagen, zur Hälfte auch schon bargeldlos bezahlt.

A: Ok. Welches Bild haben Sie vom typischen Kurgast? Wie verhält er sich, wie sieht er aus, was tut er?

B: Der ist sehr beschäftigt mit der Kur und man muss sich wirklich darauf einstellen auch, dass sie eine gewisse Zeit beschäftigt sind, dass sie nur eine gewisse Zeit zur Verfügung haben zum.. Erleben in Bad Tatzmannsdorf- diese ganzen Zusatzangebote.. und.. er ist an und für sich freundlich, wenn man ihm auch freundlich gegenübertritt, aber auch anspruchsvoll natürlich... Ja.

A: Ok. Und dann beschreiben Sie bitte noch ihr Bild vom typischen Wellnessurlauber!

B: Der Wellnessurlauber hat ein bisschen mehr Zeit, der teilt sich das ein, schaut sich einmal um, was gibt es im Ort zum Erleben.. und.. ist dann vielleicht auch nur kurze Zeit da und in dieser kurzen Zeit möchte er dann schon... ist das etwas für mich oder nicht... der schätzt das sehr schnell ab, und wenn es etwas für ihn ist, dann kommt er immer wieder und das ist für Bad Tatzmannsdorf schon auch eine Auszeichnung.

A: Ok. Inwiefern haben Sie außerhalb Ihres beruflichen Umfeldes Berührungspunkte mit Gästen?

B: Wir haben zu Hause.. vermieten wir auch, also dadurch kann man sagen haben wir schon auch zu 25% Berührungspunkte mit den Gästen.

A: Auch außerhalb vom beruflichen Umfeld?

B: Ja, mhm.

A: Ok. Wie verhält sich der Kurgast in Bezug auf Trinkgeld? Wie der Wellnessurlauber?

B: Ja, bei uns nicht- also das ist bei uns kein Thema.

A: Ok. Wie viel Toleranz zeigt der typische Kurgast bei Wartezeiten, wie viel der Wellnessurlauber?

B: Änderungen und so.. Also da versuchen wir schon sehr prompt zu reagieren, aber der Kurgast nimmt schon in Kauf, dass er ein, zwei Tage warten muss, und der Wellnessurlauber, der nur kurze Zeit da ist, da wird versucht das prompt zu bedienen.

A: Ok. Wie oft äußern Kurgäste Beschwerden, wenn etwas nicht den Wünschen entspricht?

B: Das war früher, als die Hotels, die Kuranstalten nicht so gut ausgebaut waren viel unzufriedener- momentan ist die Zufriedenheit sehr groß, also das ist schon ein großes Kriterium und das spielt eine Rolle beim Einkaufen.. beim Einkaufsverhalten auch, weil wenn du von Grund aus zufrieden und gut eingestellt bist, ist die Situation ganz anders, als wenn man unzufrieden- also die Basis unzufrieden ist.

A: Mhm. Ok. Was können Sie zur Präsenz von Einheimischen...äh.. Kurgästen und Wellnessurlaubern im Ortsbild, so im Ortszentrum sagen? Ist da irgendjemand präsenter?

B: Von den Kurgästen? Ja, also der Kurgast ist sehr präsent und der Wellnessgast natürlich auch, aber das ist... ah.. als Außenstehender schwer einzuschätzen, ist das jetzt ein Kurgast oder ein Wellnessgast..

A: Ja. Ja. Ja. Das kann man nicht..

B: Das kann man nicht einschätzen.

A: Ok. Inwieweit haben Ihrer Meinung nach Einheimische einen Vorteil vom Fremdenverkehr ganz allgemein gesagt?

B: In Bad Tatzmannsdorf würde ich sagen zu mindestens 90%.

A: Mhm, also inwiefern profitiert die Bevölkerung vom Freizeitangebot?

B: Weil es viel besser ausgebaut ist, also die ganzen Sportanlagen.. sind gut ausgebaut, die Infrastruktur, das ist natürlich um Weiten voraus... im Gegensatz zu anderen auch- die Bezirksstadt.. also das kann man nicht vergleichen, Bad Tatzmannsdorf ist da schon sehr gut aufgestellt.

A: Ah.. Inwieweit haben Einheimische einen Vorteil in Sachen Kulturangebot dann?

B: Auch ein großer Vorteil, weil man das alles nützen kann, weil das Angebot vielfältig ist... würde ich sagen, sehr gut aufgestellt.

A: ..beim kulinarischen Angebot?

B: Auch. Gut aufgestellt.

A: Sportangebot?

B: Natürlich, ja!

A: Sie haben es eh schon angesprochen. Welche Angebote nutzen Sie selbst und wie oft ca. in der Woche?

B: ...Hahaha, ja kulturelle kann man sagen wöchentlich und.. sportlich... ja, da.. man kann das leider zu wenig ausnützen, aber wird schon auch ausgenützt.

A: Ja, können Sie eine Zahl nennen grob für eine Woche?

B: Naja, sagen wir auch ein Mal in der Woche.

A: Ok. Was können Sie bezüglich Kurwesen und Wellnessangebote sagen? Welche Therapien und Kuranwendungen gibt es Ihres Wissens nach in Tatzmannsdorf?

B: Also sehr gut und gut angenommen wird vom Kurgast das Moor und die Kohlensäure, weil das Moor wirklich einzigartig ist in Europa von... und das schätzen die Kurgäste. Das wird meiner Meinung nach auch zu wenig in den Medien präsent gemacht- das könnte noch verstärkt beworben werden... Und sonst die ganzen Elektrotherapien und die Massagen und das... also das

ganze Kurprogramm..

A: Ok.

B: Und auch die Therme natürlich, die öffentliche wird vom Wellnessgast auch... gut angenommen.

A: Ok. Was können Sie zu den Nächtigungszahlen pro Jahr für gesamt Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Ja, das beläuft sich ca. um die 600.000, also diese Zahl wird angepeilt oder.. ist halt... es wird immer versucht mehr, aber ich denke, es ist wichtig, dass die Qualität erhalten bleibt und dass der Gast zufrieden ist, dass man den Gast, den man hat erhält.

A: Ok. Was können Sie in Bezug auf die Anzahl der Arbeitsplätze in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Arbeitsplätze sind glaube ich... ah, das ist schwierig zu sagen, ich habe das kurz irgendwo gehört, aber ich kann es nicht sagen.. bei 2.000 kann das sein- weiß ich nicht, irgendwo so.

A: Ok. Welche Auswirkungen hat der Kur- und Welnesstourismus Ihrer Ansicht nach auf die Dorfgemeinschaft?

B: ... Das ist schwierig zu sagen. Also die Dorfgemeinschaft ist meines Erachtens nicht so stark wie in kleinen Dörfern, wo die Struktur... mehr fokussiert ist auf die Dorfgemeinschaft.. Also das ist eher städtisch bei uns.

A: Ok. Wie würden Sie dann den Zusammenhalt unter den Einheimischen beschreiben?

B: Der Zusammenhalt ist schon da, vor allem auch in den Gremien in den verschiedenen. Man versucht da schon einiges auf die Beine zu stellen... und auch in den Vereinen- es gibt sehr viele Vereine in Bad Tatzmannsdorf, und dadurch gibt es dann schon einen guten Zusammenhalt.

A: Mhm. Was können Sie zum Verhältnis Einheimische und unter Anführungszeichen Fremde bei Dorffesten sagen?

B: ... Mh.. Ja, es kommen viele Fremde, weil ja viel Werbung bei uns läuft und Einheimische, das... Aber man sieht dann schon, es sind meistens die gleichen Gesichter, die man sieht...

A: Also schon mehr Einheimische?

B: N- Naja, ich würde sagen, das teilt sich gut auf in nicht so viel Einheimisch wie Kurgäste und Fremde.

A: Ok..

B: Ich würde eher sagen, wenn dann ein Drittel einheimisch, dann ist das schon viel- ein Drittel, zwei Drittel Fremde.

A: Ok. Ah.. Beschreiben Sie bitte die Häufigkeit von wirklich reinen Dorffesten, die für die Einheimischen gedacht sind, verglichen mit Veranstaltungen für Gäste!

B: Naja, da würde ich sagen.. im Sommer.. naja, das sind dann ca. 30%, was wirklich Dorffeste sind und 70%, was...äh.. öffentliche Veranstaltungen für die Kurgäste auch sind.

A: Ok. Inwieweit herrscht so ein bisschen Konkurrenzdenken unter den einzelnen Betrieben in Tatzmannsdorf? Ist das ein Thema, oder..

B: Spürbar für mich nicht, also das kann ich nicht sagen.

A. Ok. Als was für einen Ort würden Sie Bad Tatzmannsdorf definieren?

B: ...Als einen... freundlichen... ahm... Tourismusort, nicht nur jetzt dass der Fokus auf Kur ist, sondern wirklich Wellness, Therme, Sport, dass diese Steckenpferde gut.. an die Öffentlichkeit getragen werden..

A: Mhm, ok. Was können Sie in Bezug auf die Preise in Bad Tatzmannsdorf sagen verglichen mit anderen Orten der Region?

B: Moderat würde ich sagen...

A: Ok.

B: ...also das ist durchaus im Preis- Leistung...

A: Ok.

B: ..akzeptabel.

A: Dann...ah...abschließend noch, was können Sie in Bezug auf die Altersschichten der Gäste in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Naja, wie gesagt, also die Gäste, die sind zwischen 40 und die ältesten sind 95. Hahaha- das ist ganz toll!

A: Und das ist so die breiteste Palette?

B: Zwischen ja, also zwischen 40 und ich sage einmal 70, das ist die breite Palette.

A: Ok. Ja gut! Dann herzlichen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben!

B: Ja, danke ebenfalls. Kurz und schmerzlos!

INTERVIEW 4

A: Gut, ah.. Was für eine Art von Betrieb führen Sie?

B: Ah.. Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft.

A: Ok, inwieweit würden Sie sagen profitiert Ihr Betrieb vom Kur- und Wellness tourismus?

B: Ahm.. 30% sicher unseres Umsatzes, oder.. bis zu 30%- sagen wir so.

A: Mhm. Was können Sie bezüglich der Anzahl der Gäste und Kunden aus dem Bereich Tourismus im Jahresschnitt sagen?... Was heißt das dann für den Umsatz?

B: Ahm... Er macht sich sicher am Jahres- äh.. - Umsatz.. am Jahresende bemerkbar...

A: Mhm.

B: ahm... Kundenanzahl ist natürlich höher als in einem anderen Betrieb, also.. als in einem... äh.. wie sagt man, also wie im gleichen Betrieb nur an einem anderen Standort..

A: Mhm.

B: ...der Durchschnittseinkauf der Kurgäste ist aber natürlich gering...

A: Ja..

B: Ahm.. Wir machen sehr viel Umsatz durch Geschenke...

A: Mhm.

B: Das, was eben... entweder an die.. an die Pfleger gemacht wird oder an die Kurgäste selber, wenn sie jemand besuchen kommt.

A: Ok. Was können Sie zu Umsatzschwankungen über ein Jahr gesehen sagen? Gibt es so etwas wie eine saisonale Abhängigkeit? Also merkt man das, wenn gerade eine schwache Tourismussaison ist?

B: Nein.

A: Gibt es überhaupt nicht- ist immer gleichmäßig?

B: Dafür ist es beim Tagesumsatz zu wenig und...und.. es würde sich, wenn man es zusammenrechnet über ein ganzes Jahr, summiert es sich auf jeden Fall, darüber braucht man gar nicht zu reden...

A: Ja..

B: ...aber so, dass man einen Unterschied merken würde... Man merkt einen Unterschied, wenn Sportler da sind, den sieht man dann aber auch nicht so am.. am.. am Umsatz, sondern dass einfach mehr Kundschaft da ist.

A: Aha, ok. Inwieweit profitieren aus Ihrer Sicht die regionalen Lieferanten hier vom Kur- und Wellness tourismus in Bad Tatzmannsdorf?

B: Ah.. Ganz bestimmt, weil gerade so Mitbringsel für die Kurgäste werden oft mitgenommen.

A: Mhm. Wie schätzen Sie das Verhältnis in Ihrem Betrieb zwischen Urlaubern und Einheimischen in Prozent ein? Das haben wir quasi eh schon angeschnitten... Bleiben wir bei 30%?

B: Ja.

A: Ok. Wie glauben Sie, würde es Ihrem Betrieb ohne die Kur- und Wellnessgäste gehen? Welche Bedeutung haben sie für Ihren Betrieb?

B: Ahm.. Na auf jeden Fall .. ah.. eine positive.

A: Mhm.

B: Wir machen auf jeden Fall unter dem Strich ein Geschäft damit.

A: Ok.. Aber Sie könnten auch ohne die Kur- und Wellnessgäste hier in Bad Tatzmannsdorf bestehen?

B: Ahm.. Es ist so: Wir bekommen jedes Jahr unsere Planungen und unsere Umsatzzahlen und das orientiert sich immer an den Vorjahren, und so könnten wir zum jetzigen Zeitpunkt nicht mehr auf sie verzichten, weil es macht dann wie gesagt am Jahresende schon etwas aus.

A. Ok. Wie sind so im Allgemeinen die Ansprüche von Kurgästen und Wellnessurlaubern?

B: Mh, das ist wie bei allen anderen Kundschaften... unterschiedlich.

A: Aha, also das kann man nicht kategorisieren...

B: Nein.

A: Ok, ah.. Welche Erwartungen gibt es ans Preis- Leistungsverhältnis?

B: Die schauen eher weniger auf das Geld.

A: Die Kurgäste und die Wellnessurlauber schauen weniger auf das Geld als die Einheimischen?

Mhm. Welche Ansprüche werden in Punkto Service, Freundlichkeit und Höflichkeit erhoben?

B: Das ist auch wieder total unterschiedlich.

A. Aha.

B: Eher der Großteil legt da gar keinen so großen Wert darauf.

A: Also das kann man auch wieder nicht so in die Kategorien...

B: Nein, auf keinen Fall.

A: Ok, ah und.. Was können Sie zu den Erwartungen in Sachen Vielfalt des Angebots sagen?

B: Ahm, was die Kurgäste suchen oder was wir führen?

A: Ah, was sie suchen, was sie fordern.

B: Eben viel..

A: Wie viel.. also, wenn man jetzt Schokolade hernimmt: Wie viele verschiedene Sorten oder Marken von Schokolade werden da gefordert oder... ist das besonders auffällig, dass die mehr Angebot wollen, oder?!

B: Also Aktionen überhaupt nicht. Generell eher ah... Geschenkartikel..

A: Mhm.

B: Oder wir haben vorne auch so einen Geschenketurm, wo wir sehr viel verbasteln, das kommt sehr gut an...

A: Ja.

B: Ah.. Burgenländische Weine sind sehr gefragt..

A. Ja, und da wollen sie eine große Auswahl haben oder ist das egal?

B: Nein, sie nehmen eher das.. also wir haben eine große Auswahl da..

A: Ja.

B: ..und Nachfrage ist eigentlich keine.. also nehme ich an, dass ihnen die Auswahl passt.

A: Ok. Ah, was können Sie zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen und Wellnessurlaubern sagen?

B: .. Das ist wieder unterschiedlich, also Bankomat und bar.

A: Ok. Welches Bild haben Sie vom typischen Kurgast?

B: Was für ein Bild habe ich vom typischen Kurgast... Ahm... ..

A: Haben Sie ein typisches Bild vom Kurgast?

B: Nein, ich habe mir eigentlich noch nie darüber Gedanken gemacht... vom typischen Kurgast... kann ich jetzt auf die Schnelle nicht...

A: Gibt es keine speziellen Charaktermerkmale..

B: Nein, auf keinen Fall.

A: ...oder wie er aussieht oder was er an hat oder so etwas?

B: Naja, das ist vom Bademantel bis zum Anzug- kommt alles!

A: Bademantel da einkaufen?

B: Waren sie auch schon, ja.

A: Echt? Cool. Also kein typisches Bild?

B: Nein.

A: Gibt es dann ein typisches Bild vom Wellnessgast für Sie?

B: Auch nicht.

A: Auch nicht, ok. Inwiefern haben Sie außerhalb Ihres beruflichen Umfeldes

Berührungspunkte und Kontakt mit Urlaubern und Gästen?

B: Ahm... Gar keinen eigentlich.

A: Weil Sie nicht von Tatzmannsdorf kommen nehme ich an.

B: Genau.

A: Ok. Wie verhält sich der Kurgast in Bezug auf Trinkgeld, wie der Wellnessurlauber? Das ist wahrscheinlich hier in dieser Branche nicht so...

B: Ganz wenig.

A: Ok. Wie viel Toleranz zeigt der typische Kurgast bei Wartezeiten, wie viel der Wellnessurlauber... wenn die Schlange an der Kasse länger und länger wird?

B: Ahm.. da sind wir wieder bei der gleichen Antwort: das ist wieder unterschiedlich.

A. Mhm.

B: Oft weiß man das ja gar nicht- regt sich jetzt ein Kurgast auf oder.. oder.. das ist ja oft schwer zu differenzieren.

A: Ja..

B: Ahm.. Generell haben wir kein Problem, also so dass es auffallen würde.. dass wir jetzt sagen würden "Oje, schon wieder ein Kurgast"- überhaupt nicht!

A: Ok. Wie oft äußern Kurgäste im Schnitt Beschwerden?

B: Mh.. zu mir direkt hier in der Firma ganz wenig und zentral kriegen wir... kann ich mich an gar nichts erinnern.

A: Ok, ja wahrscheinlich weil alles passt. Ah, was können Sie zur Präsenz von Kurgästen und Wellnessurlaubern im Ortszentrum sagen- haben Sie da ein wenig Einblick?

B: Ganz, ganz wenig, ganz, ganz selten, dass ich..

A: Ok. Inwieweit haben Ihrer Meinung nach Einheimische einen Vorteil vom Fremdenverkehr in Tatzmannsdorf?

B: ... Mh... Ja auf jeden Fall einen... Wie war die Frage noch einmal?

A: Inwieweit haben Einheimische einen Vorteil durch den Fremdenverkehr in Bad Tatzmannsdorf?

B: Mh.. Naja, die Gemeinde hat Geld, nicht?!

A: Also hauptsächlich durch die Umsätze?

B: Würde ich schon sagen, ja.

A: Ok. Inwieweit profitiert die Bevölkerung vom Freizeitangebot- soweit Sie das beurteilen können?!

B: Das kann ich ganz schlecht beurteilen, weil.. ja..

A: Mhm. Kulturangebot?

B: Das was ich von den Werbungen sehe, ganz groß..

A: Mhm, ah kulinarisches Angebot?

B: Gehe ich auch ganz selten etwas nach.

A: Ok. Und Sportangebot dann auch eher weniger nehme ich an.

B: Genau.

A: Das heißt welche Angebote nutzen Sie und wie oft, kommt dann.. wahrscheinlich in Ihrem Fall nicht in Frage, weil Sie kein Tatzmannsdorfer sind.

B: Genau. Also ganz, ganz wenig.

A: Mhm. Was können Sie bezüglich Kurwesen und Wellnessangebote sagen? Welche Therapien und Kuranwendungen gibt es Ihres Wissens nach?

B: Ah.. Ich weiß nur von der Therme und von etlichen Hotels, aber.. genutzt oder wissen.. habe ich

noch nicht und... weiß ich nicht Bescheid.

A: Ok. Was können Sie zu den Nächtigungszahlen pro Jahr in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Ebenfalls..

A: Ok. Was können Sie in Bezug auf die Anzahl der Arbeitsplätze in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Auch nichts.

A: Ok.

Kurze Unterbrechung.

A: Welche Auswirkungen hat der Kur- und Wellness tourismus auf die Dorfgemeinschaft? Ebenfalls keine Ahnung..

B: Tut mir leid.

A: Nein, kein Problem. Ah, wie würden Sie den Zusammenhalt.. das können wir uns auch sparen. Waren Sie schon einmal in Tatzmannsdorf auf einem Fest, bei einer Veranstaltung?

B: Nein.

A: Auch nicht. Ja, dann können wir glaube ich.. Eines hätte ich noch und zwar: Inwieweit herrscht Konkurrenzdenken unter den einzelnen Betrieben?

B: Ahm... Wüsste ich nichts.

A: Mhm.

B: Zumindest in unserem Betrieb- sicher, man hat die Lebensmittelgeschäfte, die Konkurrenz sind, aber das ist hier wie in jedem anderen Dorf auch.

A: Ok..

B: Oder in jedem anderen Gebiet.

A: Mhm. Als was für einen Ort würden Sie Bad Tatzmannsdorf definieren?

B: Als was für einen Ort... ahm.. na eben als Wellness- und Kurort.

A: Ok. Was können Sie in Bezug auf die Preise in Bad Tatzmannsdorf im Vergleich zu anderen Orten in der Region sagen?

B: Dadurch dass ich mit Tatzmannsdorf keinen wirklichen Kontakt habe, kann ich dazu nichts sagen, ahm... bei uns sind die Preise wie überall anders.

A: Ok, ah. Was können Sie abschließend noch in Bezug auf die Altersschichten der Kunden und Gäste in Tatzmannsdorf sagen?

B: Ahm...

A: Ist es auffällig durch den Kurtourismus, dass viele Ältere da sind?

B: Nein, eigentlich nicht.

A: Ist es bunt gemischt?

B: Also es.. man würde beim Kurgast eher ältere sagen, aber.. aber bei uns im Betrieb fällt das nicht wirklich auf.

A: Ok. Gut, danke, das war es schon!

B: Bitte!

INTERVIEW 5

A: So, es geht schon los! Was für eine Art von Betrieb führen Sie?

B: Wir haben einen Frisiersalon.

A: Mhm. Inwiefern würden Sie sagen, dass Ihr Betrieb vom Kur- und Wellness tourismus in Bad Tatzmannsdorf profitiert?

B: ... Inwiefern... Naja, wenn sie... Abends essen gehen oder so etwas, dann ist ein Friseur schon sehr aktuell. Da haben wir schon sehr viele Kunden gehabt.

A: Ok, was können Sie bezüglich der Anzahl der Gäste und Kunden aus diesem Bereich dann sagen, also wie viele sind das grob geschätzt?

B: Ich würde sagen so... 15% vielleicht.

A: Ok, das heißt dann in Bezug auf den Umsatz haben Sie durch diese Kunden einen

höheren?

B: Ja... würde ich so schätzen.

A: Ok. Ah, was können Sie zu Umsatzschwankungen über ein Jahr gesehen sagen? Gibt es so etwas wie eine saisonale Abhängigkeit? Also ist das einmal stärker, einmal schwächer?

B: Doch schon.. Ja, also... die Ballsaison ist immer sehr stark durch die Maturabälle..

A: Mhm.

B: Da haben wir immer sehr viel... Dann Februar ist eher ein schlechter Monat, wenn es so ausläuft- die Faschingszeit, wenn.. nur mehr so kleinere Bälle sind, da ist es nicht mehr so..

A: Ja, und in Bezug auf die Kur, also auf die Tourismus...

B: Auf den Tourismus? Ja, da ist... also die wärmere Jahreszeit schon sehr ansprechend, als wenn es stürmt und schneit.

A: Ist stärker?

B: Ist stärker, auf alle Fälle, ja.

A: Ok.

B: Herbst ist auch sehr gut..

A: Ja.. Ok. Inwieweit profitieren aus Ihrer Sicht regionale Lieferanten hier von Bad Tatzmannsdorf als Tourismusort? So für die Hotels und Pensionen..

B: ... das kann ich eigentlich... schwer beurteilen muss ich sagen, das könnte ich nicht beurteilen...

A: Ok. Wie schätzen Sie das Verhältnis in Ihrem Betrieb zwischen Einheimischen und Urlaubern in Prozent ein- das haben wir eigentlich eh schon mit den 15%..

B: Ja.

A: Ja, ok. Wie glauben Sie würde es ihrem Betrieb ohne die Kur- und Wellnessgäste von Bad Tatzmannsdorf gehen? Was für eine Bedeutung haben sie für Sie?

B: Naja, es ist schon ein wichtiges Zuckerl auch dazu...

A: Aber nicht existenziell?

B: Nicht existenziell, aber es ist heute sozusagen eh schon schwieriger... nicht?! immer schwieriger selbstständig zu sein...

A: Mhm.

B: .. und dann muss man schon schauen, um eben die Arbeitsplätze auch zu halten, nicht?!

A: Mhm, ok. Wie sind so die Ansprüche von Kurgästen und Wellnessurlaubern allgemein, die zu Ihnen ins Geschäft kommen?

B: Naja, jeder will modisch sein, egal ob das eine alte Dame ist, das ist nicht mehr so... dass man das nur mehr mit Wicklern erledigt.

A: Ja. Welche Erwartungen gibt es ans Preis- Leistungsverhältnis?

B: Naja, das hängt davon ab, woher der Kunde kommt... Wenn er vom Westen herkommt, ist das spottbillig...

A: Aha..

B: ..auch die Wiener sagen, die sind um 30% teurer als hier..

A: Mhm, ok. Welche Ansprüche werden in Punkto Service, Freundlichkeit und Höflichkeit erhoben...von diesen Kur- und Wellnessgästen, die zu Ihnen kommen?

B: Also die sind eher begeistert, weil es persönlicher ist bei uns als...

A: Aha, ok.

B: ...in den größeren Städten, nicht?! ...oder so...

A: Was können Sie zu den Erwartungen in Sachen Vielfalt des Angebots sagen? Also wollen die eine besonders große Palette zur Auswahl haben?

B: Ja, schon. Genauso wie der Einheimische..

A: Ok.

B: ...mit modernen Schnitten und Techniken von Schnitten und.. Kopfhautproblemen..es gibt so viele Dinge, nicht?!

A: Ja, ok. Was können Sie zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen und Wellnessurlaubern sagen? Gönnen sich die mehr?

B: Ah, ich glaube, das ist wie ein kleiner Urlaub für sie, wo sie sich vielleicht auch ein bisschen so etwas gönnen, was das Angenehme dazu beiträgt.

A: Sowohl die Kurgäste als auch die Wellnessurlauber?

B: Ja.

A: Beide gleich?

B: Ja, beide.

A: Mhm. Welches Bild haben Sie vom typischen Kurgast?

B: ... Also es hat sich schon gewandelt, es ist ja nicht mehr die alte Dame von früher, die sehr gebrechlich ist, da sind von junge Leute bis... eben Alte... aber ganz alte sind eigentlich wenig, sind eher so Mitteldurchschnitt die Leute, die jetzt auf Kur fahren und die haben genauso...

A: Ja. Hat der Kurgast für Sie irgendwelche speziellen Charaktermerkmale, woran man ihn im Geschäft erkennen würde, oder?

B: Nein, könnte man nicht sagen. Wird gleich behandelt wie der Einheimische.

A: Ok. Beschreiben Sie bitte Ihr Bild vom typischen Wellnessurlauber!

B: ...Puh, wie beschreibe ich das?! ... Naja... typischer Wellnessurlauber...

A: Gibt es den für Sie überhaupt, den typischen Wellnessurlauber? Wie sieht der aus, wie verhält er sich?

B: Also ich habe Kunden, die kommen schon Jahre immer auf Wellnessurlaub und dann kommen sie auch immer zu uns, nicht?!

A: Ja..

B: Und die genießen einfach die Tage.. und machen das auch mit der Frisur oder der Farbe...

A: Ja, gibt es da aber im Verhalten irgendwelche auffälligen Unterschiede zum Kurgast? Wellnessurlauber und Kurgast- welche Unterschiede?

B: Vielleicht dass sie nicht so Zeit...

A: unter Zeitdruck?

B: unter Zeitdruck stehen, das ist Zeitdruck ist beim Kurgast ein großes Problem. Die kommen mit dem Plan und..

A: Ja, alles klar. Inwiefern haben Sie außerhalb Ihres beruflichen Umfeldes Berührungspunkte mit Gästen hier aus dem Bereich Tourismus in Tatzmannsdorf?

B: ..außerhalb habe ich eigentlich.. Ja, wenn einen jemand fragt oder so etwas und durch meine Schwester, die auch einen Betrieb hat.. von den Kurgästen her, nicht?!

A: Ja, wenn man einmal einkaufen geht...

B: Genau so!

A: Ja, ok. Wie verhält sich der Kurgast in Bezug auf das Trinkgeld, wie der Wellnessurlauber?

B: ... Eigentlich ist das ziemlich gleich würde ich sagen.

A: Ziemlich gleich zwischen diesen zwei Kategorien oder ziemlich gleich zu Einheimischen?

B: ... Es ist kein riesiger Unterschied, würde ich sagen, es hält sich so ziemlich die Waage, was so an Trinkgeld ist, und man davon ja nicht ausgehen, dass einem jemand Trinkgeld gibt, das ist...

A: Ok. Wie viel Toleranz zeigt der typische Kurgast bei Wartezeiten, wenn er nicht gleich drankommt, wie viel der Wellnessgast?

B: Da hat der Wellnessgast schon mehr Toleranz als.. weil der Kurgast einfach unter Druck steht, unter Zeitdruck.

A: Ok. Wie oft äußern Kurgäste dann Beschwerden?

B: Eigentlich.. haben wir selten etwas gehabt..

A: Ok.

B: Könnte ich nichts sagen.

A: Ok. Was können Sie zur Präsenz von Kurgästen und Wellnessurlaubern im Ortszentrum von Bad Tatzmannsdorf sagen? Sieht man irgendjemanden häufiger im Ortsbild- im Zentrum, oder?

B: ...Also das.. wenn ich sie auf der Straße sehe, kann ich das natürlich nicht unterscheiden,

nicht?! Wo die hingehören.. aber... Ja, im Sommer natürlich, in der wärmeren Jahreszeit ist mehr Leben im Ort..

A: Mhm.

B: Im Winter mag nicht jeder hinausgehen, sie gehen zwar walken und machen diese geführten Wanderungen..

A: Ja.

B: ..aber man sieht sie nicht so präsent.

A. Ok. Inwieweit haben Ihrer Meinung nach Einheimische einen Vorteil durch den Fremdenverkehr von Bad Tatzmannsdorf?

B. Naja, es bringt schon offene.. offener Ort ist es eher, als wenn ich Unterschützen wohne oder irgendwo..

A: Ja.

B: Das war schon immer so.

A: Inwiefern profitiert die Bevölkerung Ihrer Meinung nach vom Freizeitangebot, das vorhanden ist?

B: ..Die eigene Ortsbevölkerung..

A: Ja.

B: Naja, ich glaube früher haben die Privaten mehr profitiert, weil sie selber vermietet haben, das ist ja.. jetzt kaum mehr so, weil es einfach so viele Hotels gibt.

A: Ja, aber in Bezug auf die Freizeiteinrichtungen? Also..

B: Ja, ich denke schon, dass es... für die, die sich das einteilen können, so Golf, Tennis.. schon genützt wird.

A: Ok. Inwieweit haben Einheimische einen Vorteil in Sachen Kulturangebot, also Veranstaltungen, die angeboten werden?

B: Das kann ich eigentlich nicht beantworten, das weiß ich nicht.

A: Ok. Inwiefern profitieren die Tatzmannsdorfer vom kulinarischen Angebot Ihrer Meinung nach?

B: ...kulinarischen... Ja, auch durch die Hotels und Brunch und... Veranstaltungen und das...

A: Genau. Inwieweit würden Sie sagen profitiert die einheimische Bevölkerung vom vorhandenen Sportangebot?

B: ... Ja... Also ich habe keine Zeit, nicht?! Aber ich höre das von Vielen, die das nützen.

A: Also welche Angebote nutzen Sie und wie oft in der Woche würden Sie sagen?

B: Ich?!- komme zu gar nichts zurzeit.

A: Ok. Was können Sie bezüglich Kurwesen und Wellnessangebote sagen? Welche Kuranwendungen und Therapien gibt es Ihrer Meinung nach?

B: Ja, Moor, die...die Massagen, spezielle Massagen auch mittlerweile... ah, ja, Kohlensäure, das Moor ist ja einzigartig eigentlich von uns da gesehen...

A: Ja.

B: ...das wird am allermeisten gelobt.. und eben die Herzstation auch, punktet sehr mit Kompetenz, nicht?!

A: Ja.

B: Ist schon sehr führend glaube ich.

A: Ok. Was können Sie zu Nächtigungszahlen pro Jahr in Tatzmannsdorf sagen- für gesamt Tatzmannsdorf?

B: Ich weiß es nicht.

A: Ah, was können Sie in Bezug auf die Arbeitsplätze in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: ..Also die habe ich einmal gelesen, aber wie jetzt der Stand ist...

A: Welche Auswirkungen hat der Kur- und Wellnesstourismus Ihrer Meinung nach auf die Dorfgemeinschaft in Tatzmannsdorf?

B: Auf die Dorfgemeinschaft?... Naja, am meisten hat man zu tun mit den Leuten, wenn so Feuerwehrrfest ist, nicht?! Da kommen die Gäste schon auch gern hin.. dass man mehr Kontakt hat

mit denen, nicht?! Weil man dort arbeitet und hilft bei solchen Veranstaltungen eben.

A: Ok, wie würden Sie den Zusammenhalt unter den Einheimischen beschreiben?

B: ..

A: Ist der besonders gut oder besonders schlecht oder.. gibt es den überhaupt?

B: Naja, so in der Form wie früher glaube ich nicht, da sind die Burschen; die würde ich ausnehmen, die halten schon mit der Burschenschaft sehr gut zusammen..

A: Ja.

B: ..oder eben Vereine, da gibt es sehr viele- ob das jetzt singen ist oder.. Tanzgruppe oder so, aber so dieses Klischee von früher der Zusammenhalt das ist bei uns nicht mehr so glaube ich.

A: Ok. Was können Sie zum Verhältnis Einheimische und unter Anführungszeichen Fremde bei Dorffesten sagen?

B: Oja, da sind schon immer viele Fremde auch dabei.

A: Ist bunt gemischt.

B: Bunt gemischt, ja.

A: Ok. Beschreiben Sie bitte die Häufigkeit von reinen Dorffesten, die für die Einheimischen gedacht sind im Vergleich zu, ah, Veranstaltungen für Gäste und Touristen!

B: Im Vergleich?

A: Ja. Also wie oft gibt es ein reines Dorffest, das wirklich nur für die Einheimischen gedacht ist im Vergleich zu Veranstaltungen für die Touristen.

B: Also nur für Einheimische ist gar nichts! ..Ist immer für alle, eigentlich.

A: Ok, gut. Inwieweit herrscht ein Konkurrenzdenken unter den einzelnen Betrieben in Tatzmannsdorf?

B: ...

A: Spüren Sie so etwas, oder?

B: Nein, würde ich nicht sagen.

A: Ok.

B: Ist kein Problem.

A: Ok. Als was für einen Ort würden Sie Bad Tatzmannsdorf definieren und beschreiben? Was ist Tatzmannsdorf für Sie für ein Ort?

B: Ah, für mich ist es einmal mein Heimatort..

A: Ja.

B: Ich bin hier geboren... Ich habe die Veränderung eben mitbekommen und es hat sich schon... es ist offener geworden, nicht?! Leider pendeln halt sehr viele, da es hier zu wenige Arbeitsplätze gibt und wenn dann eher nur im Tourismus.

A: Ok. Also hauptsächlich Ihr Heimatort und ein Tourismusort?

B: Ja.

A: Ok. Was können Sie in Bezug auf die Preise in Bad Tatzmannsdorf sagen, im Vergleich zu anderen Orten in der Region?

B: Naja, Preise.. Ich glaube nicht, dass es hier wesentlich teurer ist, glaube ich nicht, weil wenn ich nach Oberwart fahre, kostet der Kaffee genauso...

A: Ja.

B: ..ziemlich gleich würde ich sagen.

A: Ok, dann abschließend noch, was können Sie in Bezug auf die Altersschichten der Gäste in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Ja, das habe ich eben vorher gemeint- so richtig die.. von jung bis Mittelschicht, ein paar wenige Ältere auch..

A: Ja.

B: Aber das hat sich eben stark verändert, nicht so..

A: Ok, also..

B: ..schon die Aktiveren noch..

A: Ok.

B: Sehr viele sind da dabei.

A: Gut, dann herzlichen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben!

B: Gerne!

INTERVIEW 6

A: Ok, dann geht es los! Also, was für eine Art von Betrieb führen Sie

B: Eigentlich einen Familienbetrieb..

A: Mhm.

B: ..mit gemischter Nutzung, Hotel- Restaurant.. dann also.. Einheimische an und für sich trifft sich alles bei uns.

A: Ok. Inwiefern würden Sie sagen profitiert Ihr Betrieb vom Kur- und Wellness tourismus in Tatzmannsdorf?

B: Ja, an und für sich sicherlich fast von 70- 80%..

A: Mhm.

B: .. betrifft die Schiene Wellness, ist jetzt natürlich auf der Überholspur..

A: Ja.

B: .. die Kurschiene wird ein bisschen schwieriger, weil die Zuschussschiene ein wenig gestrichen worden ist, aber an und für sich ist die Wellnessschiene ein bisschen im Vormarsch.

A: Ok. Was können Sie bezüglich der Anzahl der Gäste und Kunden aus dem Bereich Tourismus im Jahresschnitt sagen? Ahm.. Was heißt das dann bezüglich des Umsatzes für Sie?

B: Wie meinst du das?

A: Also in Bezug auf, ah, zum Beispiel in Bezug auf das Restaurant oder das Café- wie viele Gäste kommen da aus dem Bereich Tourismus und wie viele sind Einheimische?

B: Also ich würde wieder sagen, da ist wieder der Trend 80, nein sogar 85% ist der Auswärtige, also der Tourist und 15% der Einheimisch.

A: Ok, also das heißt für den Umsatz, dass Sie schon das meiste mit den Touristen machen.

B: Das meiste geht natürlich mit dem Tourismus.

A: Ok. Was können Sie zu Umsatzschwankungen sagen? Gibt es so etwas wie eine saisonale Abhängigkeit?

B: Ja, unbedingt. Also der Winter ist für uns trotzdem schwer verkaufbar, aus dem Grund weil wir praktisch gerade in der Wellnessschiene das Wasser nicht im Hotel oder im Haus haben..

A: Mhm.

B:.. und unser Stammgast eher schon die wärmere Jahreszeit nützt.

A: Ok. Ah, inwieweit profitieren aus Ihrer Sicht regionale Lieferanten von diesem ganzen Treiben in Bad Tatzmannsdorf?

B: Ja, an und für sich, wir kaufen sehr viel von regionalen Lieferanten auch und die ganzen Firmen oder bäuerliche Produkte, die wir zugeliefert bekommen, das ist ganz stark bei uns.

A: Ok. Wie schätzen Sie das Verhältnis in Ihrem Betrieb zwischen Urlaubern und Einheimischen in Prozent- das haben wir eh quasi schon..

B: Ja, ungefähr.. es wird sich nicht viel ändern.

A: 85%?

B: 85% ist wirklich der Tourist.

A: Ok. Wie glauben Sie würde es Ihrem Betrieb ohne die Kur- und Wellnessgäste gehen, welche Bedeutung haben sie für Ihren Betrieb?

B: Ja an und für sich ist fast alles darauf aufgebaut! Man muss sagen ohne die Schiene Kur- Wellness.. wir haben jetzt auch die Sportschiene dazu muss ich sagen, die auch sehr gut ist, aber.. die Lebensader ist eben diese Schiene.

A: Ok. Wie sind die Ansprüche von Kurgästen und Wellnessurlaubern im Allgemeinen?

B: Also, der Kurgast ist an und für sich der Dreiwochen- Gast, der bleibt länger hier, der ist vielleicht ein wenig einfacherer Gast, weil er die Gepflogenheiten besser kennen lernt und eben die Aufenthaltsdauer länger ist. Der Wellnessgast ist halt ein Gast, der zwei, drei Tage hier ist und will sehr viel unternehmen, das heißt.. von Therapie, Sport, und alles was damit zusammenhängt ist er in bisschen schwieriger zu handeln.

A: Ok. Welche Erwartungen gibt es ans Preis- Leistungsverhältnis?

B: Ja, das sind natürlich...das ist schon wieder ein Schnitt wo man sagt, der Trend geht natürlich sehr stark, das hört man von den Medien, in 4-5 Stern- Betriebe, wo das Angebot im Haus ist und wir profitieren natürlich von dem Preiszuckerl, also die günstigere Schiene...also das Publikum, das sagt ja, wir fahren vielleicht zwei, drei Mal öfter und gehen in die günstigere Kategorie.

A: Ok. Welche Ansprüche werden in Punkto Service, Freundlichkeit und Höflichkeit erhoben?

B: Das ist eigentlich fast die Nummer eins, man erwartet sich von.. also wirklich ein freundlicher Mitarbeiter ist der Erfolg der Verkaufsschiene.

A: Ok. Ah, was können Sie zu den Erwartungen in Sachen Vielfalt des Angebots sagen- also wie viel.. wie groß.. wie breit muss die Palette für den Kurgast und den Wellnessurlauber sein?

B: Ja, ich sage Tatzmannsdorf hat eine ganz große Palette.. wenn man sagt Wellness, Kur und auch die Sportschiene dazu, man kann mit der Lauf- und Walkingarena,.. man kann auch körperlich...

A: Ja, und wie ist das auf eine Produktpalette bezogen- also wie viele verschiedene Müsliarten beispielsweise müssen Sie anbieten, dass das genügt?

B: Ach so! Ja, an und für sich gerade beim Wellnessgast ist schon die bewusste Ernährung und so etwas auf Naturprodukte oder Müslikombinationen- fünf, sechs Arten...

A: Also da muss schon eine relativ breite Palette gegeben sein, dass das...

B: ..ist schon die Palette da. Man merkt das auch bei den Menüs, also von Reduktion oder vegetarisch ist stark im Kommen für neue Arten.

A: Mhm. Ok. Was können Sie zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen und Wellnessurlaubern sagen? Gönnen sich... gönnt sich da eine Gruppe mehr als die andere- kann man das sagen?

B: Der Kurgast ist ein wenig minimierter, ist auch älteres Publikum; der isst.. zum Beispiel sein Abendessen und kauft sich irgendein Getränk dazu oder vielleicht ein Zweites, während der Wellnessgast oft pärchenhaft ist und die trinken schon gerne eine Flasche Wein oder auch etwas dazu.

A: Ja. Welches Bild haben Sie vom typischen Kurgast?

B: Der typische Kurgast? Ja an und für sich.. wir haben ja nicht die Kasse da, das heißt die Betriebskassenschiene fahren wir nicht, wir fahren den Privatkurgast, der sich das fast aus der eigenen Tasche bezahlt.. und.. das ist halt bei uns ein beliebter Gast, ein älterer Gast, ein lustiger Gast und der aber sagt, na gut, bevor ich irgendwo ins Ausland fahre, mache ich die drei Wochen hier und erhole mich und mache die Kur dazu und tu etwas für meine Gesundheit.

A: Mhm. Beschreiben Sie bitte Ihr Bild vom typischen Wellnessurlauber!

B: Der Wellnessurlauber ist eigentlich jetzt sehr spezifisch geworden. Ich merke, er kommt immer kürzer, man merkt, die Leute fahren drei, vier Tage..

A: Ja.

B: ..des Öfteren. Der Wellnessgast ist eigentlich.. der kommt an und will relativ viel von dem Wochenende haben.

A: Mhm.

B: So quasi, wenn er am Freitag um 14:00 Uhr ankommt, schaut er dass er um 15:00 Uhr schon in der Therapie ist.

A: Mhm.

B: Dass er dort die Angebote, Massagen oder Wasser und Sauna in Anspruch nimmt, Samstag

macht er das noch einmal und Sonntag noch einmal einen halben Tag, also.. der ist eher...ja, am Abend ist er im Restaurant, da verbringt er die Zeit, aber sonst fast immer außer Haus..

A: Mhm.

B: ..im Gegensatz zum Kurgast, der sich doch mehr aufhält im Haus.

A: Ok. Gibt es dann vielleicht noch spezielle Charaktermerkmale?

B: Kurgast, oder..?!

A: Bei beiden. Fällt Ihnen irgendetwas auf?

B: Naja, der Hauptcharakter ist der Kurgast ist wirklich ein älterer Gast und der Wellnessgast ist ein gemischter bis zum Jüngeren, also es fährt auch schon ein 25- jähriges Pärchen gerne...

A: Ja, genau.

B: ..sich verwöhnen lassen. An und für sich ist das...

A: Ja, ok. Inwiefern haben Sie außerhalb Ihres beruflichen Umfeldes Berührungspunkte mit Urlaubern und Gästen.. im Ort, wenn Sie wo einkaufen gehen, oder..?!

B: An und für sich, wie man sagt.. einkaufen, egal wo, oder wir bringen auch die Gäste zur Therme hinauf, man bringt sie auch nach Oberwart oder egal, was..

A: Mhm.

B: Wir haben so ein Haus- Service, ein gratis- Service, also da ist schon viel Kontakt da außerhalb.

A: Ok. Wie verhält sich der Kurgast in Bezug auf Trinkgeld, wie der Wellnessurlauber?

B: Das ist eigentlich muss ich sagen, also von meiner Haltung ist der Kurgast ein großzügigerer Trinkgeldgeber..

A: Aha.

B: Das ist an und für sich.. der Wellnessgast.. auch, aber der Kurgast ist dadurch dass er drei Wochen gut bedient wird eher vielleicht noch etwas spendabler.

A: Ok. Ah, wie viel Toleranz zeigt der typische Kurgast bei Wartezeiten, wie viel der Wellnessurlauber?

B: Naja, da ist es eigentlich.. der Kurgast ist eher für mich der Genügsamere.. wenn etwas nicht gleich geht, haben wir eh den ganzen Tag Zeit, während der Wellnessgast, ja, man merkt das schon bei den Essenszeiten, der Kurgast sagt, ich habe Zeit von 17:00- 20:00 Uhr, und der Wellnessgast sagt, nein, geht es von 20:00- 21:00 Uhr auch noch, also so sieht man schon...

A: Ok. Ah, wie oft äußern Kurgäste im Schnitt Beschwerden?

B: ..Ja an und für sich.. Probleme gibt es immer.. das ist.. ich habe eigentlich mit der Küche und mit der Zimmerqualität vielleicht weniger, aber hier und da gibt es Beschwerden, man hätte lieber den anderen Therapeuten oder die Wunschzeit fürs Moorbad etwas früher.. also das sind die normalen...

A: Aber jetzt nicht weil...weil sonst von der Qualität her etwas nicht stimmt.

B: Nein, das nicht. An und für sich, wenn dann gibt es terminliche Probleme oder vielleicht die älteren Leute wollen gerne ihren Stammmasseur und das ist halt nicht immer zu koordinieren, dass man immer den gleichen hat in drei Wochen. Das ist natürlich schwierig.

A: Ja, ok. Was können Sie zur Präsenz von Kurgästen und Wellnessurlaubern im Ortszentrum von Bad Tatzmannsdorf sagen? Ist da irgendeine Kategorie präsenter, mehr vorhanden, öfter zu sehen?

B: Naja, an und für sich glaube ich, dass da kein großer Unterschied ist. .. Zentrum-mäßig ist.. ja, mit den Veranstaltungen schon und Sommergeschichten aber sonst ist es glaube ich aufgeteilt.

A: Ok. Inwieweit haben Einheimische Ihrer Meinung nach einen Vorteil vom Fremdenverkehr ganz allgemein gesehen?

B: Also, der erste riesen Vorteil ist schon einmal für die Grundstücksbesitzer dadurch dass Tourismus hier ist, dass der Grundstückspreis einmal gewaltig höher ist als in den Nachbarortschaften. Dann natürlich das ganze touristische Angebot, sprich die Leute können gratis die Lauf- und Walkingarena nützen, sie können auch.. ah, in die Therme gehen zu begünstigten Tarifen, sie haben das Sportangebot..

A: Ja, da kommen wir noch dazu!

B: Achso!

A: Nein, ist kein Problem! Ja, inwieweit profitiert die Bevölkerung vom vorhandenen Freizeitangebot?

B: Ja eigentlich glaube ich sehr, das wiederholt sich glaube ich zum gleichen wieder. Wenn Veranstaltungen sind oder Laufevents oder.. so viele Termine, wo man frei mitmachen kann, dass das schon..

A: In Sachen Kulturangebot?

B: Ist auch sehr stark. Natürlich was im Ort geschieht, im Kurzentrum natürlich, wenn.. im Kulturzentrum Oberschützen, was auch stark genutzt wird.

A: Dann vom kulinarischen Angebot?

B: Ist natürlich auch die Möglichkeit, man hat mehr Auswahl als in den anderen Ortschaften, es gibt hier sicher 20 Restaurants, man kann es sich aussuchen, wo man hingeht.

A: Vom vorhandenen Sportangebot?

B: Da ist auch wieder das gleiche. Ich sage immer wieder die ganzen Laufgeschichten, wo wir die ganzen Bahnen haben bzw. die Geschichte mit Fußball, Sport, Kunstrassenplatz und so weiter.

A: Welche Angebote nutzen Sie und wie oft ca. in der Woche?

B: Also ich bin sehr oft am Sportplatz, das ist.. aufgrund von meiner Tätigkeit als Nachwuchsbetreuer und gönne mir aber leider Gottes zu wenig die Therme aufgrund des zeitlichen Angebots.

A: Mhm. Können Sie das an irgendeiner Zahl festmachen, wie oft Sie so etwas ca. in der Woche nutzen?

B: In der Therme? Also am Fußballplatz bin ich jeden.. also ein Mal in der Woche sage ich so, egal ob sportlich oder auch als Zuseher..

A: Passiv...

B: oder passiv, in der Therme jeden Monat ein Mal vielleicht oder alle sechs Wochen.

A: Ok. Was können Sie bezüglich Kurwesen und Wellnessangebote sagen? Welche Therapien und Kuranwendungen gibt es Ihres Wissens nach in Tatzmannsdorf?

B: Ja, natürlich die ganzen.. Moor, Kohlensäurebäder, die ganzen traditionellen Herz-Kreislaufgeschichten. Mittlerweile gibt es so die ganzen Bewegungsapparate dazu.. Pva macht auch die Krebsbehandlungen, also.. das Angebot am Kursektor ist sehr groß.

A: Ok. Was können Sie zu Nächtigungszahlen pro Jahr für gesamt Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Ja.. An und für sich ist eine steigende Tendenz da, das liegt natürlich auch daran, dass immer mehr Betten dazukommen..

A: Mhm.

B: Also jedes Bett, das mehr dazukommt muss auch gefüllt werden, oder sollte gefüllt werden und dadurch steigt das.. ich glaube wir sind jetzt schon bei 600.000, wir waren einmal um die 500.000.

A: Ok. Was können Sie in Bezug auf die Anzahl der Arbeitsplätze in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Ja, natürlich Arbeitsplätze.. eben gerade Tourismuschance oder Wellnesschance oder Kurchance ist natürlich.. im Ort haben wir sicher weit über 1000 Arbeitsplätze..

A: Mhm.

B: ..das ist natürlich klar, weil die Gesundheitsschiene im Vorteil ist. Es sind genug.. die hier im Kurzentrum arbeiten, speziell Kurbranche, dann auch in der Wellnessgeschichte oben, das wiederholt sich wieder..

A: Mhm.

B: .. und auch in der touristischen Schiene, also von Küche, Service und Stubenmädchen ist alles gefragt.

A: Ok. Welche Auswirkungen hat der Kur- und Wellnesstourismus auf die Dorfgemeinschaft?

B: Also, an und für sich auf die Dorfgemeinschaft.. es gibt zwei Schichten. Die eine

Dorfgemeinschaft sagt, mir ist das ein wenig lästig, dass so viele Leute hier sind und ich habe weniger Ruhe. Und der andere sagt wieder ich kommuniziere gerne mit dem fremden Gast, es wird auch viel geboten, die Vereine machen sehr viele Veranstaltungen und sind froh, wenn auch der fremde Gast sie besucht bzw. etwas konsumiert, also es ist immer ein Für und Wider. Die Bauern sagen, ja, die Kurgäste.. jetzt kann man nicht einmal mit dem Traktor fahren um diese Zeit, auf der anderen Seite sagt er in Tatzmannsdorf kostet der Baugrund 80 Euro, in Bocksdorf 8 Euro.

A: Ja ja. Ok. Wie würden Sie dann den Zusammenhalt unter den Einheimischen beschreiben?

B: Ja, es ist eigentlich sehr.. bei uns im Ort sowieso sehr gemischt.. weil wir doch sehr viele Zuwanderer haben, der ganze Hügel hier ist sehr viele Wiener Touristen.. also Pensionisten, die sich eine eigene Schiene- Clique aufgebaut haben und dann gibt es noch das jüngere Publikum und ja, das ältere auch muss ich dazu sagen, aber es ist nicht so unbedingt wie in einem reinen Dorf, dass beim Dorfkirtag das ganze.. der ganze Ort vor Ort ist.

A: Ok. Was können Sie zum Verhältnis Einheimische und unter Anführungszeichen Fremde bei Dorffesten sagen?

B: Da ist die.. also da ist wirklich schon eine Mischung 50: 50.

A: Mhm.

B: Es wird natürlich auch sehr beworben, dass auch die Fremden, sprich die Touristen, zu den Festlichkeiten kommen, was sie auch gerne annehmen, weil doch ein wenig geschieht.. und da ist es schon.. ist auch.. ein gutes Klientel und ein gutes Miteinander. Also an und für sich.

A: Ok. In.. Ah.. Beschreiben Sie bitte die Häufigkeit wirklich von reinen Dorffesten, die für Einheimische gedacht sind verglichen mit Veranstaltungen für Gäste!

B: Also die reinen Dorffeste sind sehr im Abklingen.. selbst Feuerwehrfest oder die Eisschützen sind schon sehr publik auf.. es gibt nur wirklich.. äh, so Vereinsmeisterschaften und solche Dinge oder ein Kantinenfest oder sonst etwas, dass man sagt.. aber sonst, alles wofür es ein Plakat gibt, ist gemischt.

A: Ok. Inwieweit herrscht Konkurrenzdenken unter den einzelnen Betrieben in Tatzmannsdorf?

B: Ja, das gibt es glaube ich überall. Konkurrenzdenken ist da, mittlerweile.. ah.. wird es, ich denke kleiner und ein bisschen schwieriger, weil die Angebotspalette ein bisschen.. nicht schlechter, sondern anders ist als bei den Großen. Und aufgrund der Zuzahl der Neubetten wird natürlich der Kampf um den Gast immer stärker.

A: Mhm. Als was für einen Ort würden Sie Bad Tatzmannsdorf definieren?

B: Also ich würde sagen... Ein freundlicher Ort, an und für sich.. es wird viel geboten.. wenn man hier lebt muss man sich natürlich dann auch im Klaren sein, dass man wirklich mit Touristen und fremden Leuten zu tun hat, aber an und für sich.. es wird einem viel geboten, man kann viel unternehmen wenn man so will und natürlich ist der Arbeitsbereich auch sehr wichtig.

A: Aber schon ein reiner Touristenort?

B: Ist ein reiner Touristenort.

A: Mhm. Aber eher noch so in Richtung.. das ist ja ein wenig eingebrannt in den Köpfen.. ist das eher ein reiner Kurort oder würden Sie ihn schon als Wellnessoase beschreiben?

B: Also ich, ah.. das stimmt schon was du sagst. Es ist noch sehr verschrien als Kur... nein, verschrien will ich nicht sagen- es hat den Ruf rein als Kurort, weil das gibt es ja schon Jahrzehnte oder Jahrhunderte den Kurort und die Wellnesschiene gibt es ja erst seit 15, 20 Jahren mit der neuen Therme..

A: Mhm.

B: .. und da ist natürlich auch.. Viele vom jüngeren Publikum sagen oje, das ist ein Kurort, da gibt es nur älteres Publikum, das stimmt schon.

A: Ja ja, ok. Was können Sie in Bezug auf die Preise in Bad Tatzmannsdorf verglichen mit anderen Orten in der Region sagen?

B: Ja. Tatzmannsdorf ist eigentlich trotzdem.. natürlich ein bisschen teurer als die Region, aber an

und für sich ist es doch auch leicht leistbar gegenüber anderen Tourismusorten.. es ist nicht die große Steigerung da.. Preissteigerung, dass man sagt, man bezahlt hier für ein Schnitzel schon 15 Euro oder sonst etwas.

A: Was können Sie in Bezug auf die Altersschichten der Gäste von Bad Tatzmannsdorf dann noch abschließend sagen?

B: Ja, da haben wir eh gerade gesagt, an und für sich der Privatkurgast ist das ältere Publikum.. natürlich kommt dann sehr stark der Krankenkassen- Gebietskrankenkassengast, der in den Heimen wohnt, der ist der Jüngere, auch der aktive, der noch im Beruf steht. Und der Wellnessgast ist von 20 bis 80, sage ich.

A: Ok. Ja gut, herzlichen Dank, dass Sie sich Zeit genommen haben!

B: Gerne!

INTERVIEW 7

A: Ok, was für eine Art von Betrieb führen Sie?

B: Eine Kaffee- Konditorei.

A: Inwiefern würden Sie sagen profitiert Ihr Betrieb vom Kur- und Wellness tourismus in Bad Tatzmannsdorf?

B: Sehr, 80%.

A: Ah, was können Sie bezüglich der Anzahl der Gäste und Kunden aus diesem Bereich sagen?

B: Ich glaube, das ist.. 70%.

A: Mhm, das heißt also bezüglich des Umsatzes machen Sie hauptsächlich mit Touristen das Geschäft?

B: Ja.

A: Ok, was können Sie zu Umsatzschwankungen über ein Jahr gesehen sagen? Gibt es so etwas wie eine saisonale Abhängigkeit?

B: Naja, Sommer natürlich- in den Ferien ist mehr..

A: Mhm.

B: ..aber auch September, Oktober, da beginnt der Kurbetrieb wieder, da ist wieder mehr Kurbetrieb.

A: Ok. Inwieweit profitieren aus Ihrer Sicht regionale Lieferanten vom Tourismusgeschehen?

B: Sehr, weil viele regionale Produkte verwendet werden, nicht?!

A: Ok. Wie schätzen Sie das Verhältnis in Ihrem Betrieb zwischen Einheimischen und den Gästen- also wie viele Einheimische kommen zu Ihnen und wie viele..

B: Naja, ungefähr... 70% ungefähr Touristen..

A: Mhm.

B: .. dann 20% vom Bezirk, von der Umgebung und 10% vom Dorf selbst.

A: Ok. Ah, wie glauben Sie würde es Ihrem Betrieb hier ohne die Kur- und Wellness tourismus gehen, welche Bedeutung haben sie für Sie?

B: Dann wären wir sicher nicht hier.

A: Ok, also auch als Standort..

B: Für den Standort wurde das gezielt ausgesucht.

A: Ok. Wie sind so im Allgemeinen die Ansprüche von Kurgästen und Wellnessurlaubern?

B: ...

A: Sind die in irgendeiner Form anders als bei den Einheimischen oder.. kann man das nicht sagen?

B: Nein, das kann man nicht sagen.

A: Ok.

B: Finde ich nicht, nein.

A: Ja?! Welche Erwartungen gibt es ans Preis- Leistungsverhältnis?

B: Ah, die Kurgäste sind eher die Stadtpreise gewohnt, die sagen es ist eher günstiger..

A: Ja..

B: ..die Einheimischen sagen es ist eher hochpreisiger.

A: Ja, welche Ansprüche werden dann in Punkto Service, Freundlichkeit und Höflichkeit erhoben?

B: ..schon hohe, also darauf wird sehr großer Wert gelegt.

A: Mhm, dann, ah.. was können Sie zu den Erwartungen in Sachen Vielfalt des Angebots sagen, also so auf Mehlspeisenauswahl bezogen in Ihrem Betrieb?

B: Mh... Unsere Gäste sind gewohnt, dass wir sehr viel Auswahl haben..

A: Mhm.

B: ..sehr viele verschiedene Mehlspeisen haben, das ist unsere Hauptstärke.

A: Wird das auch gefordert?

B: Mittlerweile ja..

A: Weil man es so gewohnt ist.

B: Weil wir damit begonnen haben, und das eigentlich unsere Stärke ist.

A: Ok, was können Sie zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen und Wellnessurlaubern sagen? Ist da jemand zahlungsfreudiger als der andere, oder gönnt sich der eine oder andere mehr als der andere?

B: Ja, ich denke schon, dass wenn man auf Kur ist schon ein bisschen mehr gönnt.

A: Der Wellnessurlauber weniger, oder?

B: Der Wellnessurlauber eher mehr als der Kurgast.

A: Ok. Welches Bild haben Sie vom typischen Kurgast?

B: ...Das ist jetzt schwierig.

A: Haben Sie eines?

B: Ich habe eigentlich... Nein, ich glaube zu uns kommen eher die Wellnessurlauber, das sind eher die Jüngeren, so.. bis zu 50, 55.. bezeichne ich noch als die Jüngeren, die eher auf Wellness und Rad fahren und Golfen.. und die älteren Kurgäste... kommen eher weniger vielleicht.

A: Mhm. Also für Sie hat der typische Kurgast keine speziellen Charaktermerkmale oder...

B: Nein, ich kann das nicht... Nein, nein, nein.

A: Und der typische Wellnessgast? Haben Sie davon ein Bild?

B: ... Der typische Wellnessgast ist vielleicht.. der kommt auf ein Gläschen Sekt oder ein wenig.. oder eher am Abend.. oder wenn die Eissaison ist, ein bisschen etwas anderes genießen.

A: Mhm. Ok. Inwiefern haben Sie außerhalb Ihres beruflichen Umfeldes Berührungspunkte mit Gästen?

B: Weniger, weil ich nicht in Tatzmannsdorf wohne.

A. Ok.

B: Der Sohn eigentlich mit Kurgästen auch weniger.

A: Ok. Wie verhält sich der Kurgast in Bezug auf Trinkgeld, wie der Wellnessurlauber?

B: ..Der Wellnessurlauber ist glaube ich ein wenig Trinkgeld- freudiger als der typische Kurgast.

A: Mhm, ah, wie viel Toleranz zeigt der typische Kurgast bei Wartezeiten, wie viel der Wellnessgast?

B: ..Ha, das ist jetzt schwer zu sagen..

A: ...eil man es nicht genau festmachen kann, wer Kurgast oder Wellnessurlauber ist?

B: Das kann man schwer sagen. Es ist nur wenn jemand eine Kur macht, hat er Behandlungstermine..

A: mhm.

B: ..also die muss er dann einhalten, also da will er dann schon rechtzeitig fertig werden, weil dort muss er pünktlich sein.

A: Das heißt also der Wellnessurlauber hat mehr Zeit?

B: .. hat eher mehr Zeit, ja.

A: Ok. Gut, wie oft äußern Gäste Beschwerden? Gibt es da einen Unterschied zwischen Kurgästen und Wellnessurlaubern?

B: Nein, finde ich nicht, also da gibt es.. nein.

A: Ok, was können Sie zur Präsenz von Kurgästen und Wellnessurlaubern im Ortszentrum sagen? Ist irgendeine Kategorie stärker vertreten als eine andere?

B: Das kann ich nicht sagen.

A: Ok. Inwieweit haben Einheimische Ihrer Meinung nach einen Vorteil durch den Fremdenverkehr?

B: ... Einheimische? Natürlich, es gibt auch viele Privatquartiere..

A: Mhm.

B: ..und auch das Angebot ist natürlich mehr, das Kulturangebot, Unterhaltungsangebot, das, das..

A: Ja, da kommen wir noch dazu!

B: Also ich denke schon, dass dadurch profitiert wird, und natürlich auch die Arbeitsplätze.

A: Mhm, ok. Inwiefern profitiert Ihrer Meinung nach die Bevölkerung vom Freizeitangebot?

B: Ja, eben dadurch dass die Therme da ist... und ich denke schon, dass das auch die Einheimischen... benutzen.

A: Ja. In Sachen Kulturangebot?

B: ..Glaube ich das Gleiche.

A: Vom kulinarischen Angebot?

B: ..kulinarisches Angebot weiß ich nicht, weil die Kurgäste und Wellness- die haben meistens Vollpension.

A: Nein, aber von den Einheimischen her gesehen?

B: Ach so! Naja, natürlich, es gibt schon mehrere Restaurants glaube ich, oder Lokale.

A: Ja. Inwiefern profitiert der Einheimische vom vorhandenen Sportangebot Ihrer Meinung nach?

B: ...Das kann ich schwer sagen, ich mache keinen Sport, also da bin ich nicht so...

A: Und trotzdem so eine tolle Figur!

B: Nein, ich bin keine Sportlerin.

A: Ah, welche Angebote nutzen Sie und wie oft- das kommt dann wahrscheinlich in diesem Fall nicht in Frage, weil Sie ja nicht in Tatzmannsdorf wohnen..

B: Also für.. das kann ich für meinen Sohn sagen- er geht in die Therme..

A: Ja?

B: Ja, die nutzt er schon, die Schwiegertochter und die Kinder..

A: Können Sie sagen, wie oft in der Woche etwas genutzt wird- ungefähr?

B: In der Woche eher... sagen wir zwei Mal im Monat.

A: Ok. Gut, was können Sie zu Kurwesen und Wellnessangebote sagen? Welche Anwendungen und Therapien gibt es Ihres Wissens nach?

B: Es gibt die Moorbäder, es gibt Kohlensäure, also...

A: Mhm.

B: ..so genau kann ich das nicht.. ich war noch nie auf Kur.

A: Macht nichts. Ahm, was können Sie zu Nächtigungszahlen pro Jahr für gesamt Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Die weiß ich nicht auswendig.

A: Macht nichts. Was können Sie in Bezug auf die Anzahl der Arbeitsplätze in Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Kann ich auch nichts sagen.

A: Welche Auswirkungen hat der Kur- und Wellnesstourismus Ihrer Meinung nach auf die Dorfgemeinschaft? Haben Sie da vielleicht ein wenig Einblick durch Ihren Sohn?

B: Das kann ich Ihnen nicht sagen.. Dorfgemeinschaft ist eher sehr reserviert...

A: Mhm.

B: ..glaube ich.

A: Ja, ok. Also wie würden Sie den Zusammenhalt unter den Einheimischen beschreiben?

B: Die Einheimischen selbst halten glaube ich schon zusammen..

A: Ja, ok. Was können Sie zum Verhältnis Einheimische und Gäste bei Dorffesten oder Veranstaltungen sagen?

B: Das kann ich nicht sagen, das weiß ich nicht.

A: Ok. Ah, beschreiben Sie bitte die Häufigkeit von reinen Dorffesten, die wirklich nur für Tatzmannsdorfer gedacht sind im Vergleich mit Veranstaltungen für Gäste! Gibt es überhaupt reine Dorffeste?

B: Das weiß ich nicht, ich nehme an, es gibt ein Feuerwehrfest, Frühschoppen, dass das eher für die Einheimische ist, aber.. die Programme liegen überall auf, also ich nehme an, dass schon auch die Kurgäste.. daran teilnehmen.

A: Ok. Inwieweit herrscht ein Konkurrenzdenken unter den einzelnen Betrieben? Haben Sie ein wenig Einblick?

B: Ja, es gibt... Also von mir aus gesehen, betrachte ich das eher nicht als Konkurrenz, sondern als Mitbewerber, weil ich denke, je mehr Angebot da ist, umso mehr Gäste kommen.

A: Mhm.

B: Meine Meinung, aber...

A: Mhm, ok. Als was für einen Ort würden Sie Bad Tatzmannsdorf definieren?

B: ...Als Kurort.

A: Ja, was können Sie in Bezug auf die Preise in Bad Tatzmannsdorf verglichen mit anderen Orten in der Region sagen? Das haben wir eh vorher schon ein wenig besprochen..

B: Ja, also ich glaube nicht, dass die Preise höher sind als in Oberwart..

A: Mhm.

B: ..glaube ich nicht.

A: Was können Sie noch abschließend in Bezug auf die Altersschichten der Gäste von Bad Tatzmannsdorf sagen? Ist da irgendeine Kategorie...

B: Ah... ich glaube, dass eher... den typische Kurgast stellt man sich eher älter vor- 60 aufwärts. Und ich glaube, dass durch die Wellnessbewegung schon auch jüngere Leute kommen- ab 35.. 50 herum..

A: Mhm.. Also mittlerweile eigentlich alle.

B: ..die jetzt nicht nur Kur machen, sondern wirklich das Gesundheitsbewusste ist glaube ich in dieser Mittel-... in diesem mittleren Alter sehr gestiegen und dadurch kommen schon auch mehr diese Leute.

A: Also kann man das nicht mehr sagen, dass nur mehr eine ältere Gästesicht vorhanden ist?

B: Nein, nein, nein..

A: Also schon breit gefächert?

B: Ja, ja, das finde ich schon.

A: Gut, dann herzlichen Dank, damit sind wir schon fertig!

B: Bitte sehr!

INTERVIEW 8

A: Was für eine Art Betrieb führen Sie?

B: Also wir haben einen.. ein Dreisterne- Hotel, Pralinenmanufaktur und ein Restaurant.

A: Ok, inwiefern würden Sie sagen profitiert Ihr Betrieb vom Kur- und Wellnesstourismus?

B: Also mehr vom Wellnesstourismus als vom Kurtourismus.

A: Mhm. Was können Sie bezüglich der Anzahl der Gäste und Kunden aus dem Bereich Tourismus sagen- so im Vergleich zu Einheimischen? Wie viele kommen aus dem Bereich

Tourismus?

B: Sicher 80%.

A: Ok. Das heißt bezüglich des Umsatzes bedeutet das für Sie?

B: 80%..

A: sind Touristen.

B: sind Touristen.

A: Mhm. Was können Sie bezüglich Umsatzschwankungen über ein Jahr gesehen sagen?

Gibt es so etwas wie eine saisonale Abhängigkeit- spüren Sie das?

B: Nein, nein, wir sind ein Ganzjahresbetrieb.

A: Und ist eher gleichmäßig stark?

B: Ja, das ist gleichmäßig.

A: Ok. Ah, Inwieweit profitieren aus Ihrer Sicht regionale Lieferanten vom Fremdenverkehr in Tatzmannsdorf?

B: Sehr.. Sicher 100%, also..

A: Ja, wie schätzen Sie das Verhältnis zwischen Einheimischen und Gästen in Ihrem Betrieb in Prozent ein? Das haben wir eigentlich eh mit den 80% beantwortet..

B: Ja.

A: Wie glauben Sie würde es Ihrem Betrieb ohne die Kur- und Wellnessgäste gehen?

Welche Bedeutung haben sie für Ihren Betrieb?

B: Naja, dadurch, dass Bad Tatzmannsdorf ja auf die Kur und auf Wellness aufgebaut hat... natürlich eine große Bedeutung, wenn man sagt, das würde man wegschneiden..

A: Bleibt nicht viel?

B: dann bleibt nicht viel übrig, aber, weil es eine gewachsene Struktur ist.

A: Mhm. Ok, wie sind im Allgemeinen die Ansprüche von Kurgästen und Wellnessurlaubern? Kann man dazu etwas sagen- gibt es Besonderheiten?

B: ...Also sie lieben sicher regionale Produkte oder wenn etwas von der Region.. oder typisches Einheimisches ist.

A: Aha.

B: ..das haben sie schon gerne.

A: Welche Erwartungen gibt es ans Preis- Leistungsverhältnis?

B: ..Naja, es ist schon so, dass der Gast immer mehr auf den Euro schaut...

A: Also das muss passen?

B: Das muss passen. Qualität und Preis- Leistung muss passen.

A: Ok. Welche Ansprüche werden in Punkto Service, Freundlichkeit und Höflichkeit erhoben?

B: ...Also die Kurgäste haben natürlich sehr gerne einheimische Mitarbeiter, die erstens sehr freundlich sind, aber in einem Dienstleistungsbetrieb setze ich das sowieso voraus..

A: Mhm.

B: ..ahm, und vielleicht so ein wenig der Mehrwert, wenn man sich mit ihnen unterhält.

A: Mhm, ok. Was können Sie zu den Erwartungen in Sachen Vielfalt des Angebots sagen, wollen die eine besonders breite Palette, aus der sie auswählen können, oder.. ist das eher nebensächlich?

B: Also die Auswahl sollte schon sehr groß sein.

A: Wird gefordert auch?

B: Oja, ja schon.

A: Ja, ah.. Was können Sie zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen und Wellnessurlaubern sagen? Gönnen sie sich mehr während des Aufenthalts hier?

B: Erstens gönnen sie sich mehr und wir sehen das auch in der Manufaktur, sie nehmen gerne etwas aus der Region mit.

A: Mhm, ok. Welches Bild haben Sie vom typischen Kurgast?

B: ...Also der typische Kurgast, sage ich jetzt einmal so, ist schon Genießer geworden. Der sagt,

so jetzt komme ich in eine Region und ich möchte gerne einen einheimischen Wein, oder ein einheimisches Produkt und..

A: Und so in Bezug auf typische Charaktermerkmale oder wie sieht ein typischer Kurgast aus, oder..? Gibt es so ein klassisches Bild?

B: Nein, das gibt es glaub ich nicht mehr. Nein, ich finde das gibt es nicht mehr. Der Kurgast wird immer jünger..

A: Ja.

B: ..zum Teil, oder Wellnessgast eben... Ja, ich meine wenn man sagt Jogginganzug... ist man nicht ganz verkehrt.. und Nordic Walking- Stöcke.. glaube ich ist in Tatzmannsdorf auch schon ein allgemeines Bild!

A: Ja. Beschreiben Sie bitte noch Ihr Bild vom typischen Wellnessurlauber!

B: Wellnessurlauber.. ah.. wird immer jünger, und auch immer stylischer.. also das merken wir, gerade jetzt- die Therme hat umgebaut, das merkt man schon.

A: Ok. Inwiefern haben Sie außerhalb Ihres beruflichen Umfeldes Berührungspunkte und Kontakt mit Gästen und Urlaubern hier im Ort?

B: Gar nicht.

A: Überhaupt nicht? Nicht beim Einkaufen oder sonst irgendwo?

B: Nein.

A: Ok. Wie verhält sich der Kurgast in Bezug auf Trinkgeld, wie der Wellnessurlauber?

B: ...

A: Kann man das kategorisieren?

B: ... Nein.. Nein..

A: Gibt es keine Unterschiede?

B: Nein, da gibt es keine Unterschiede, also bei uns im Haus nicht.

A: Ok. Wie viel Toleranz zeigt der typische Kurgast bei Wartezeiten, wie viel der Wellnessurlauber?

B: Also der Wellnessurlauber hat sicher mehr Zeit als der Kurgast, der hat immer seinen Terminplan- der nächste Termin.. der ist sehr gestresst..

A: Ja. Ok- wie oft äußern Kurgäste dann Beschwerden, wenn etwas zu lange dauert oder irgendetwas nicht passt?

B: .. Sicher öfter als der Wellnessgast, von dem hört man das gar nicht, der hat eher die Relax-Phase.

A: Mhm, der ist schon entspannter..

B: Ja.. ja, das merkt man schon.

A: Ok. Was können Sie zur Präsenz von Kurgästen und Wellnessurlaubern im Ortszentrum sagen? ... Ist da vielleicht der Kurgast präsenter als der Wellnessurlauber oder umgekehrt?

B: Es ist sicher so, dass der Wellnessurlauber das Haus oder die Therme kaum verlässt..

A: Mhm.

B: ..es liegt dann an der Aufenthaltskurze, aber der Kurgast, der frequentiert den Ort, der will ja etwas erleben und etwas sehen.

A: Mhm, ok. Inwieweit haben Einheimische Ihrer Meinung nach einen Vorteil vom Fremdenverkehr ganz allgemein?

B: Also der Einheimische hat gerade in Bad Tatzmannsdorf einen großen Vorteil, weil.. wir haben.. wir bieten dem Kur- und Wellnessgast ein großes Spektrum an Programm, an Freizeitgestaltungsmöglichkeiten, ah.. was der Einheimische natürlich auch nutzen kann- ob das Konzerte sind am Hauptplatz oder Lesungen..

A: Mhm, das kommt eigentlich noch- also inwiefern profitiert die Bevölkerung vom Freizeitangebot?

B: Also das ist das, und das nächste ist, wir haben ja den City- Bus..

A: Ja.

B: ..den sowohl die Einheimischen wie die Schüler und die Kindergartenkinder nutzen können, also

würde es keinen Kurgast geben, hätten wir den City- Bus nicht- der ist gratis..

A: Mhm.

B: Ich sage einmal, wo hast du das? Oder wo hast du diese Infrastruktur? In jedem anderen vergleichbaren 1.400- Seelen- Dorf mit einer großen Anzahl von Ärzten... ah, du kannst die Kur, wenn du willst fast von zu Hause aus machen.. kannst mit dem City- Bus hinfahren und...

A: Ok. Inwiefern profitiert die Bevölkerung vom Freizeitangebot, das vorhanden ist, das geboten wird?

B: Also ich glaube kein anderes Dorf hat einen Golfplatz, ich weiß nicht wie viele Tennisplätze, eine Therme, und dann.. weiß ich nicht Fußballarena, Lauf- und Walkingarena...

A: In Sachen Kulturangebot?

B: Das.. habe ich glaube ich eh schon ausführlich..

A: Ja. Vom kulinarischen Angebot?

B: Das natürlich auch, wir haben ja doch vom Heurigen über den guten mittelständigen Betrieb bis zum Haubenlokal im Ort wirklich alles.

A: Ok. Vom vorhandenen Sportangebot- das haben wir eh auch schon angeschnitten mit Golf, Tennis und so weiter.. Welche Angebote nutzen Sie und wie oft ca. in der Woche?

B: Also ich muss ehrlich sagen... Ich bin da ein schlechtes Beispiel, ich bin ein Workaholic...

A: Nur im Betrieb?

B: Ja.

A: Also kaum etwas?

B: Kaum.

A: Ok. Was können Sie bezüglich Kurwesen und Wellnessangebote sagen? Welche Therapien und Anwendungen gibt es Ihres Wissens nach in Tatzmannsdorf?

B: Naja, wir haben.. unser Kurort beruht auf den drei Säulen Moor, natürliche Kohlensäure und das Thermalwasser.. und von daher haben wir so ziemlich alles.. über Physiotherapie und.. ahm, die ganzen Masseure von chinesisch oder Wellness und Steine oder nicht Steine, also ich glaube es gibt kein Massage, die wir nicht haben und.. ob das asiatisch ist genauso..

A: Ok.

B: Kur- und Wellnessbereich und von den Therapien sind wir glaube ich auch ziemlich führend.

A: Ok. Was können Sie zu den Nächtigungszahlen pro Jahr für gesamt Tatzmannsdorf sagen?

B: 560.000 und hoffen heuer 600.000 zu machen.

A: Ok. Was können Sie in Bezug auf die Anzahl der Arbeitsplätze in Tatzmannsdorf sagen?

B: Also wir haben so viele Arbeitsplätze wie Einwohner in etwa, also zwischen 1.300 und 1.400 schwankt das immer.

A: Mhm. Welche Auswirkungen hat der Kur- und Wellnesstourismus Ihrer Meinung nach auf die Dorfgemeinschaft?

B: .. Es ist sicher eher schwieriger, weil der ...ich sage einmal, weil der Gast also der ... der, der hier wohnt, der Einheimische fühlt sich immer ein wenig vernachlässigt und vertrieben.. und ich glaube der Kurgast ist immer eher hinter dem Einheimische her... und... von daher... ja, wir haben drei Feuerwehren und somit drei Feuerwehrfeste und sämtliche Vereine in dreifacher Ausführung und da treibt sich natürlich der Kurgast auch herum, was einerseits für die Kassa gewollt und andererseits für das Dorfleben oft ein bisschen so... mh... wo der eine oder andere einmal sagt, jetzt kann ich sie dann bald nicht mehr sehen... Wir haben ja vor Jahren einmal erhoben, was der Einheimische tatsächlich befragt, was der Einheimische vom Ort hat... und da haben alle gemeint, nichts... also auch die, die hier arbeiten... das war ein sehr schlechtes Ergebnis, ich hoffe, dass das mittlerweile schon besser ist.

A: Ein bisschen kurzsichtig.

B: Ja, manche sehen das nicht so..

A: Das kann schon sein.

B: Der, der wo anders hinfahren müssen arbeiten und dann wieder im Ort einen Job bekommt, der

sieht das wahrscheinlich anders als der, der vielleicht hineingeboren wird in das ganze Kur..

A: Ja. Wie würden Sie den Zusammenhalt unter den Einheimischen beschreiben?

B: ... Ja... Also ich glaube, der ist schon ziemlich gut.. So.. dadurch, dass wir eine Streusiedlung haben, gibt es eher so das "Grätzel" Sulzriegel, Tatzmannsdorf, Jormannsdorf, aber da gibt es auch Burschenschaft und Sonstiges, also da wird das Brauchtum auch noch aufrechterhalten.

A: Ok, was können Sie zum Verhältnis Einheimische und quasi Fremde bei Dorffesten sagen? Also, wie mischt sich das in Prozent ungefähr?

B: Das kommt auf das Fest an; wenn das jetzt am Hauptplatz ist... glaube ich ist es.. sicher 60 Einheimische und 40 Tourist..

A: Mhm.

B: ..Könnte ich mir schon vorstellen. Wenn es jetzt eher mehr so... Ich weiß nicht... am Sulzriegel ist, ist es sicher 90- 10.

A: Ok. Ah, beschreiben Sie bitte noch die Häufigkeit von reinen Dorffesten, die wirklich nur für Tatzmannsdorfer gedacht sind, verglichen mit Veranstaltungen für Gäste!

B: Also dadurch, dass wir in Bad Tatzmannsdorf jeden Tag Programm haben.. jetzt nicht unbedingt immer ein Fest... ahm.. ist es bisschen schwierig. Würde man reine Feste zählen, wäre es glaube ich 50: 50, weil... ich sage einmal es gibt dieses Stammgästeprogramm und sonst ein paar Highlights, aber... die reinen Programme und von den Festen... ist es 70 für den Gast sicher, maximal 30... dadurch, dass wir alles in dreifacher Ausfertigung haben mit den drei Ortsteilen...

A: Mhm, ok. Inwieweit herrscht Konkurrenzdenken unter den einzelnen Betrieben? Ist das für Sie spürbar oder eher weniger?

B: ..also ich glaube, dass gerade unter den Kleinen.. funktioniert das sehr gut.

A: Ok.

B: Also eher bei den Größeren- kann man nicht so sagen...

A: Als was für einen Ort würden Sie Bad Tatzmannsdorf definieren?

B: ... Naja, sehr interessant vor allem, dadurch dass es so gewachsene Strukturen sind... mit ihren Schwierigkeiten auch, mit ihren drei Ortsteilen... ahm... glaube ich... in dieser Hinsicht vielleicht ein bisschen schwierig, aber zum Wohnen mit der Infrastruktur- ich meine es gibt viele Gäste, die aus der Stadt wirklich herziehen oder auch in der Pension wieder herziehen, es ist sicher schön.

A: Mhm, aber würden Sie Tatzmannsdorf eher als traditionellen Kurort sehen oder schon eher in Richtung Gesundheits- und Wellnessort auch definieren?

B: Also ich glaube da findet gerade dieser Umbruch statt... So traditionell sind vielleicht gerade noch das Moor und die Kohlensäure und... ah, Heilwasser, aber sonst schwappt das schon eher um, dass wir uns schon ein bisschen moderner und ich sage immer im neuen Kleid umstrukturieren- alles wird neu umgebaut oder weggerissen und neu gebaut, damit wir das verstaubte Image loswerden und eben dadurch auch jüngere Gäste ansprechen.

A: Mhm. Ok, dann, was können Sie in Bezug auf die Preise in Bad Tatzmannsdorf sagen im Vergleich zu anderen Orten in der Region, oder im Vergleich zu anderen Touristenorten?

B: Also das Burgenland ist sicher in Punkto Preise eher günstig anzusehen.. ah, gegenüber dem Rest von Österreich sind wir preislich sicher eher günstig. Jetzt so in anderen Gemeinden... ich glaube, die sind schon ziemlich alle gleich- die haben sich schon alle angepasst an Tatzmannsdorf. Also ich glaube nicht, dass Tatzmannsdorf besonders teuer ist. Weil auch Punkto Essen gehen, wenn man da.. oft in ein Dorf fährt, zahlt man dort oft mehr als bei uns.

A: Mhm.

B: Die Konkurrenz ist auch viel größer im Ort.

A: Ok, dann abschließend, was können Sie in Bezug auf die Altersschichten der Gäste sagen?

B: Also wir haben wirklich von bis, also wir haben 100- jährige Kurgäste wie mittlerweile auch ganz, ganz Junge...ah, gerade in den Rehabzentren werden sie immer jünger mit den Herzinfarkten, also... prinzipiell wird der Gast jünger in Tatzmannsdorf, das sagen auch unsere Statistiken... aber natürlich, die noch drei Wochen auf Kur gehen, das sind schon größtenteils auch noch ältere Gäste.

A: Ok, gut, das war es schon! Herzlichen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben!
B: Bitte!

INTERVIEW 9

A: Ok, was für eine Art von Betrieb führen Sie?

B: Einen Spezialitätenladen... und Buschenschank.

A: Ok. Inwiefern würden Sie sagen profitiert Ihr Betrieb vom Kur- und Wellnesstourismus in Bad Tatzmannsdorf?

B: Mh... von Touristen schon, aber von den Kurgästen eher weniger.

A: Also hauptsächlich von den Wellnessurlaubern? Oder Gesundheitsurlauber?

B: ..Auch nicht unbedingt von den Wellnessurlaubern, zumindest nicht von denen, die im Hotel sind.

A: Ok. Was können Sie bezüglich der Anzahl der Gäste und Kunden aus diesem Tourismus sagen? Also wie viel Umsatz machen Sie mit den Touristen im Vergleich zu den Einheimischen? Wie viele Urlauber und Touristen kommen zu ihnen? Ganz grob geschätzt in Prozent!

B: ...20- 30% vielleicht von Kurgästen und Urlaubern.

A: Und der Rest sind Einheimische?

B: Leute aus der Umgebung, ja.

A: Ok. Was können Sie zu Umsatzschwankungen über ein Jahr gesehen sagen- gibt es so etwas wie eine saisonale Abhängigkeit? Also merken Sie das im Winter, das weniger los ist oder...

B: Nicht unbedingt.

A: Ist es eher gleichmäßig?

B: Ja.

A: Mhm. Inwieweit profitieren aus Ihrer Sicht regionale Lieferanten vom Fremdenverkehr?

B: ... von den... Naja, bei mir profitieren sie, bei den Großbetrieben und Hotels nicht.

A: Ok.

B: ...weil dort ist der Großlieferant der AGM.

A: Aha, also die haben keine regionalen Lieferanten?

B: Nur.. Ich habe nur... und Eigenproduktion.

A: Ja, die nächste Frage haben wir eigentlich eh schon beantwortet mit dem Verhältnis zwischen Urlaubern und Einheimischen in Prozent- da bleiben Sie bei 20- 30% Urlaubern?

B: Ja.

A: Ok. Was glauben Sie, wie würde es Ihrem Betrieb ohne die Kur- und Wellnessgäste gehen, welche Bedeutung haben sie für Ihren Betrieb?

B: ..Mh.. Es zumindest so, dass Bad Tatzmannsdorf dadurch bekannt wird und ahm.. dass die Leute herkommen und wenn sie aus den Hotels hinausgehen, wenn sie in den Hotels nicht eingesperrt sind mit all inklusive und, und, und, dann macht es natürlich einen Sinn.

A: Das heißt also, Sie machen schon relativ viel Geschäft mit denen auch?

B: ...

A: Also ist das jetzt so, dass es...

B: Es, ah.. von den Leuten, die hier sind und hinausgehen, die eher... naja, wie soll ich das jetzt sagen...die eher privat wohnen, die in Pensionen wohnen und, und, und, weil in den Hotels sind sie viel beschäftigt.

A: Ja, ok. Aber sind die Urlauber ein wichtiges Standbein für Ihren Betrieb? Also könnten Sie ohne sie auch überleben oder nicht?

B: Ja.

A: Ok. Das heißt Sie sind nicht unbedingt auf sie angewiesen?

B: Nein.

A: Ok. Wie sind so im Allgemeinen die Ansprüche von Kurgästen und Wellnessurlaubern, die zu Ihnen kommen?

B: ...

A: Sind die sehr anspruchsvoll oder ganz normal, wie alle anderen?

B: Ganz normal.

A: Ok, sie könnten keine Unterschiede feststellen?

B: ..Nein, würde ich nicht sagen, es kommt halt immer darauf an, wie man mit den Leuten umgeht!

A: Ok. Welche Erwartungen gibt es ans Preis- Leistungsverhältnis?

B: Ah.. Es kommt darauf an, woher die Leute kommen, also wenn das Wiener sind- denen ist alles zu teuer und die vom Westen freuen sich, dass es billiger ist..

A: Ok, welche Ansprüche werden in Punkto Service, Freundlichkeit und Höflichkeit erhoben?

B: ...die gleichen, die die Einheimischen auch haben.

A: Ok, sehr gut.

B: Dass man freundlich ist, ist einfach die Voraussetzung.

A: Ok. Was können Sie zu den Erwartungen in Sachen Vielfalt des Angebots sagen? Also wollen sie eine besonders breite Palette an Angebot haben?

B: .. Mh.. Das kann ich schwer sagen, bei uns gibt es das Angebot und es gibt nicht mehr und nicht weniger...

A: Mhm.

B: ..kann ich schwer sagen.

A: Ok. Macht nichts. Was können Sie zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen und Wellnessurlaubern sagen? Sind die besonders zahlungsfreudig, geben die gerne etwas aus, gönnen sie sich mehr, weil sie hier auf Urlaub sind, vielleicht?

B: Mh, das ist jetzt...

Kurze Unterbrechung.

A: Wir waren bei der Zahlungsfreudigkeit, also würde es Ihnen vielleicht auffallen, dass Kurgäste, die hier sind..

Kurze Unterbrechung.

A: Gut, Zahlungsfreudigkeit. Also sind die in irgendeiner Form spendabler, fällt Ihnen auf, dass sie sich mehr gönnen, wenn sie hier sind? Oder kann man das nicht sagen?

B: Mh...teils, teils sage ich jetzt einmal. Bestimmt nicht alle.. und wenn, dann wird darauf geachtet, hier im Geschäft zumindest, im Buschenschank ist das hinfällig, weil wir dort ohnehin nur die eigenen Produkte haben, aber hier im Geschäft wirklich, was hier aus der Region kommt.

A: Ok. Und dafür wird auch bezahlt, also da sagt niemand, dass es zu teuer wäre?

B: Irgendwie zu teuer, nein.

A: Ok. Das bezahlt er dann gerne?

B: Ja.

A: Ok. Welches Bild haben Sie vom typischen Kurgast?

B: Wovon?

A: Vom typischen Kurgast! Gibt es für Sie den typischen Kurgast, der irgendwelche speziellen Charaktermerkmale hat, oder nur im Bademantel oder Trainingsanzug herumläuft?

B: Nein nicht unbedingt, manchmal, wenn man es nicht weiß, ist gar kein Unterschied.

A: Ok.

Kurze Unterbrechung.

A: Ok, dann beschreiben Sie bitte Ihr Bild vom typischen Wellnessgast! Gibt es den typischen Wellnessgast? Wie sieht er aus, was tut er, wie verhält er sich?

B: ... Keine Ahnung, ich schätze einfach ganz normal.. Also bei uns ist das zumindest so, dass da nicht irgendwer.. in den Hotels ist es vielleicht anders dann oder unten jetzt am Hauptplatz, wenn sie in einen Betrieb hineingehen, zu den Anwendungen, gehen sie vielleicht im Jogginganzug herum, aber bei uns im Buschenschank und im Geschäft muss ich sagen, dass das Erscheinen ganz normal ist.

A: Ok, also das kann man nicht unterscheiden, ist das ein Einheimischer oder ein Wellnessurlauber, weil es quasi eh...

B: Naja, einmal abgesehen davon, dass ich glaube, dass ich die meisten Einheimischen kenne...

A: Ja, aber ansonsten.. kommen die ganz normal.

Kurze Unterbrechung.

A: Inwiefern haben Sie außerhalb Ihres beruflichen Umfeldes Kontakt und Berührungspunkte mit Gästen und Urlaubern?

B: (schüttelt den Kopf)

A: Gar nichts?

B: Ich bin in Tatzmannsdorf zu Hause!

A: Ja, also ja?

B: Ja, sicher, weil wenn man irgendwo hinget, auf der Straße trifft man die Leute, die unterwegs sind, wenn man irgendwo in ein Lokal geht, trifft man sie ebenso.

A: Ah, wie verhält sich der Kurgast in Bezug auf Trinkgeld, wie der Wellnessurlauber? Kann man dazu etwas sagen? Kann man das kategorisieren?

B: Nein, kann man nicht.

A: Ok.

B: So wie bei den Einheimischen- es gibt solche und solche.

A: Ja, ok. Wie viel Toleranz zeigt der typische Kurgast bei Wartezeiten, wie viel der Wellnessgast?

B: Wobei?

A: Bei Wartezeiten, wenn er zum Beispiel im Buschenschank nicht sofort das Essen bekommt, oder so etwas? Ist der ungehaltener, also beschwert sich der öfter oder nicht?

B: ...Naja, also ich muss sagen, das ist gleich, also wenn es lange dauert, dann dauert es für die Einheimischen genauso lange wie die für die Urlauber und für die Wellnessgäste..

A: Ok.

B: Ich würde sagen, da ist kein Unterschied.

A: Ok. Wie oft äußern die im Schnitt Beschwerden- die Kurgäste und Wellnessurlauber, wenn etwas nicht passt oder wenn etwas nicht den Wünschen entspricht?

B: .. Das ist genauso bei den Einheimischen, also wenn etwas nicht passt, dann passt es nicht!

A: Ok. Dann ist da kein Unterschied zwischen denen?

B: Nein.

A: Ok. Ah, was können Sie zur Präsenz von Kurgästen und Wellnessurlaubern im Ortszentrum sagen? Also, sind vielleicht Kurgäste öfter zu sehen als Wellnessurlauber im Ort oder umgekehrt?

B: ...

A: Oder sind gar keine Gäste zu sehen?

B: Nein.. Im Winter sind generell weniger Leute auf der Straße, das ist eh klar, im Sommer natürlich mehr. Dann zu unterscheiden, ob das jetzt Urlauber oder Wellnessgäste sind geht leider nicht.

A: Das ist schwer, ja ok. Inwieweit haben Einheimische Ihrer Meinung nach einen Vorteil vom Fremdenverkehr in Tatzmannsdorf?

B: ... Kommt immer darauf an, wie man es sieht. Von den Betrieben her, hat man insofern einen dass mit Wellness und Kur Bad Tatzmannsdorf bekannt wird und dass dadurch Leute herkommen. Inwiefern diese Leute dann zu diesen Betrieben hinkommen ist fraglich, weil die meisten dann in den großen Hotels sind bzw. in den Kurbetrieben einquartiert, wo dann ziemlich alles dort selbst

vorhanden ist, wodurch sie dann weniger hinausgehen.

A: Ok. Inwiefern profitiert Ihrer Meinung nach die Bevölkerung vom Freizeitangebot, das es hier in Tatzmannsdorf gibt?

B: ... Was für ein Freizeitangebot?

A: Gibt es Ihrer Meinung nach keines?

B: Mh.. Naja.. Das Schwimmbad gibt es ja noch..

A: Und sonst? Sind wir damit schon fertig?

B: Naja.. Spielplatz... So zum Weggehen nicht wirklich.

A: Ok.

B: Also am Abend...

A: Ok. Inwieweit haben Einheimische einen Vorteil in Sachen Kulturangebot? Also Veranstaltungen, Vorträge und dergleichen..

B: Äh.. Es wird gemacht, die die sich dafür interessieren, die können auch jederzeit hingehen.. Also so gesehen, gemacht wird so etwas, wer Interesse hat kann hingehen.

A: Ok. Inwieweit profitieren die Tatzmannsdorfer vom kulinarischen Angebot, also von Vielfalt von Restaurants oder Sonstigem?

Kurze Unterbrechung

A: Ok, also wir waren bei inwiefern profitieren die Tatzmannsdorfer vom kulinarischen Angebot, also von Restaurantauswahl und dergleichen?

B: ... Ja... Dass man selber auch hingehen kann, aber ansonsten... sage ich einmal nicht viel.

A: Ok. Inwieweit profitiert die Bevölkerung vom vorhandenen Sportangebot?

B: ...

A: Also mit Lauf- und Walkingarena, Fußballarena, Golfplatz, Radwege... würden Sie sagen profitiert...

B: Mh.. der, der diese Sportarten betreibt, kann das bestimmt optimal nutzen, genauso die Fußballarena, die Fußballspieler bzw. die können... geht das natürlich.

A: Ok, welche Angebote nutzen Sie und wie oft ca. in der Woche?

B: ... Gar keine.

A: Überhaupt nichts, ok. Was können Sie bezüglich Kurwesen und Wellnessangebote sagen? Welche Therapien und Anwendungen gibt es Ihres Wissens nach?

B: ... Ah.. Was für Kuranwendungen es gibt... Ja, Moor gibt es... Ja, Massagen und so etwas gibt es natürlich auch... Sonst eigentlich nicht viel, ich war selbst noch nicht auf Kur in Bad Tatzmannsdorf.

A: Ja, das ist ja kein Problem. Was können Sie zu den Nächtigungszahlen pro Jahr für gesamt Tatzmannsdorf sagen? Wissen Sie da etwas?

B: Genau leider nicht.

A: Ok. Ah, in Bezug auf die Anzahl der Arbeitsplätze in Tatzmannsdorf? Wissen Sie dazu etwas?

B: ... Keine genauen Zahlen.

A: Passt. Welche Auswirkungen hat der Kur- und Wellnesstourismus Ihrer Meinung nach auf die Dorfgemeinschaft?

B: ... Auswirkungen...auf die Dorfgemeinschaft? ...

A: Keine?

B: Wüsste ich nicht, was für welche das sein könnten... Nein, ich glaube gar keine.

A: Ok. Wie würden Sie dann den Zusammenhalt unter den Einheimischen beschreiben?

B: ...

A: Ist der besonders gut, oder gibt es den eigentlich gar nicht?

B: ...den gibt es auf alle Fälle, also ich schätze einmal von den Betrieben her... da gibt es dann vielleicht ein paar Klassen, die zusammenhalten, ein paar verschiedene Gruppen, aber den gibt es sowohl unter den Betrieben als auch unter den Einheimischen selbst.

A: Ok. Was können Sie zum Verhältnis Einheimische und unter Anführungszeichen Fremde

bei Dorffesten sagen? Wie mischt sich das? Wie viele sind Fremde, wie viele Einheimische ca.?

B: ..Kann ich nur sagen, was ich von Gästen weiß, von Kurgästen, Urlaubern und, und, und oder auch Leute aus der Umgebung, die nicht immer in Tatzmannsdorf sind, also... also ich kenne niemanden, der ein Problem gehabt hat sich hier irgendwie einzugliedern, also es ist auch nicht so, dass die Tatzmannsdorfer irgendwie abweisend sind, sondern die sind für alles offen, auch vom reden her...

A: Und so grob in Prozent eingeschätzt, wie viel würden Sie schätzen sind bei solchen Festen- wie viel Prozent sind da Einheimische und wie viel Prozent sind Urlauber und Gäste und Fremde? Ganz grob geschätzt?

B: ... Ich sage einmal 10% vielleicht Kurgäste und Urlauber, maximal.

A: Mhm, passt. Beschreiben Sie bitte die Häufigkeit von reinen Dorffesten, die wirklich nur für Einheimische gedacht sind, verglichen mit Veranstaltungen für Gäste! Auch ungefähr in Prozent- wie teilt sich das auf?

B: Noch einmal!

A: Wie viele Feste gibt es wirklich, die nur für Einheimische gedacht sind und wie viele Feste gibt es, die eher für Gäste gedacht sind?

B: Feste, die nur für Einheimische gedacht sind?

A: Ja.

B: Wüsste ich eigentlich gar nichts, weil die ganzen Vereine machen die Feste nämlich, damit sie auch ein Geschäft machen dabei, da ist jeder willkommen.. Die, die nur für Gäste gedacht sind, keine Ahnung, wie das dort ist.

A: Mhm. Inwieweit herrscht Konkurrenzdenken unter der einzelnen Betrieben in Tatzmannsdorf? Spüren Sie so etwas, oder würden Sie sagen, so etwas gibt es hier überhaupt nicht?

B: ... Ein Konkurrenzdenken gibt es bestimmt, aber .. bestimmt nicht so, dass es böswillig wäre oder in der Art, es ist eher mehr Zusammenarbeit als Konkurrenzdenken würde ich sagen.

A: Ok. Als was für einen Ort würden Sie Bad Tatzmannsdorf definieren? Wie würden Sie Bad Tatzmannsdorf beschreiben? Ist das ein reiner Kurort, ist das eine Wellnessoase, ist es ein Gesundheitstourismusort?

B: ... Ich würde sagen eine Mischung aus allem.

A: Mhm, ok. Was können Sie in Bezug auf die Preise in Tatzmannsdorf verglichen mit anderen Tourismusorten und verglichen mit anderen Orten in der Region sagen? Also hier im Bezirk Oberwart, ist da Bad Tatzmannsdorf besonders teuer, besonders günstig?

B: In Bezug auf das Geschäft, das wir haben?

A: Ja, oder allgemein was Sie von Tatzmannsdorf wissen.

B: Ich würde sagen ganz normal wie in der Umgebung, also.. egal ob jetzt Buschenschank oder Wirtshaus oder Geschäfte.. ich sage einmal alles ganz normal.

A: Ok. Dann, letzte Frage, was können Sie in Bezug auf die Altersschichten der Gäste sagen? Welche Alterskategorie ist besonders häufig zu Gast in Tatzmannsdorf?

B: ...besonders häufig zu Gast? ... Durch die Bank, ich sage einmal durch die Bank, also ich kenne genug junge Kurgäste, die immer kommen, ich kenne genug, die so 40, 50, 60 sind und dann von den älteren natürlich auch und von den Urlaubern genauso, also...

A: Sehr gut.

B: ..durch die Bank!

A: Sehr gut, dann sind wir schon fertig! Herzlichen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben!

B: Bitte gerne!

A: Also, was für eine Art von Betrieb führen Sie?

B: Ahm, wir sind ein landwirtschaftlicher Betrieb mit ahm, ein paar Betriebszweigen, das heißt Ackerbau, Obstbau und Direktvermarktung mit Urlaub am Bauernhof und Bauernladen.

A: Ok. Ah.. und den Heurigen.

B: Und einen Buschenschank, genau.

A: Gut. Inwiefern würden Sie sagen profitiert Ihr Betrieb vom Kur- und Wellness tourismus?

B: Ah, sehr, sehr, also.. wir wären lange nicht so weit gekommen, wenn es das so nicht gäbe im Ort.

A: Also was können Sie dann bezüglich Anzahl von Gästen und Kunden aus dem Tourismus sagen? Was heißt das für Sie bezüglich Umsatz.. ungefähr?

B: Ah.. Mh, ich würde sagen 70% sogar sind Fremde.

A: Mhm.

B: 70, so Buschenschank speziell und auch der Bauernladen- 70% bestimmt.

A: Ok. Was können Sie zu Umsatzschwankungen über ein Jahr gesehen sagen? Gibt es so etwas wie eine saisonale Abhängigkeit?

B: Ja, freilich. Über den Winter ist es ruhiger bzw. haben wir über den Winter den Buschenschank zu.. ah, von Oktober bis März, Ende März ist geschlossen, der Bauernladen läuft weiter, über den Winter ist es einfach ruhiger.. Ja, und die Saison beginnt so richtig mit Ostern bis Ende Oktober.

A: Ok. Inwieweit profitieren aus Ihrer Sicht regionale Lieferanten vom Fremdenverkehr in Tatzmannsdorf?

B: Sehr, keine Frage.

A: Mhm. Wie schätzen Sie das Verhältnis in Ihrem Betrieb zwischen Urlaubern und Einheimischen grob in Prozent ein? Das haben wir eh schon..

B: Die Urlauber?

A: Haben wir eh quasi angeschnitten mit..

B: Ja.

A: Nein, da für den Buschenschank.

B: Achso ja, ja.

A: Bei 70%?

B: Ja, bestimmt. Würde ich so vom Gefühl her sagen, also Hälfte- Hälfte ist es nicht, es sind sicher mehr Fremde.

A: Mhm. Ok. Wie glauben Sie würde es Ihrem Betrieb dann ohne die Kur- und Wellnessgäste gehen?

B: Ich glaube nicht so gut, dann könnten wir das nicht so weitermachen, da müssten wir wahrscheinlich irgendwo umdisponieren, wieder irgendetwas anderes machen.

A: Mhm. Wie sind im Allgemeinen die Ansprüche von Kurgästen und Wellnessurlaubern?

B: Ansprüche...sind nicht so hoch, die suchen ja das Regionale, das Typische, was es bei uns gibt, das.. ah.. die sind manchmal eher einfacher, weil sie zufrieden sind mit dem, was da ist, nicht? Das ist schon..

A: Ok. Welche Erwartungen gibt es dann ans Preis- Leistungsverhältnis?

B: Ah, da sind wir sicher.. dass sie überrascht sind, weil wir so günstig sind.

A: Mhm, ok.

B: Auf alle Fälle.

A: Ok. Welche Ansprüche werden in Punkto Service, Freundlichkeit und Höflichkeit erhoben?

B: ..Von.. Wie meinst du, von den Gästen her?

A: Von den Gästen her, ja.

B: Ja, das muss schon passen, also... Ansprüche weiß ich nicht, weiß ich nicht, was für Ansprüche sie haben, aber es ist schon ganz wichtig, dass man freundlich zu ihnen ist und, und dass man ihre Wünsche erfüllt, so weit es geht, nicht?! Was möglich ist.

A: Ja. Was können Sie zu den Erwartungen in Sachen Vielfalt des Angebots sagen? Also wie groß muss Ihre Karte sein, dass das genügt?

B: ...Ja... Momentan sage ich sie ist zu groß, ja. Weil man immer wieder etwas dazunimmt, aber nichts weglässt- müsste gar nicht so sein. Also wenn sie einfacher wäre...

A: Mhm. Also wird gar nicht so viel gefordert?

B: Nein, nein, nein. Wenn sie einfacher wäre.. wäre es vielleicht noch... wäre es besser.

A: Mhm. Also die fordern gar nicht viel Auswahl.

B: Nein, nein, nein. Nein, die sind zufrieden mit einem Schmalzbrot, ein Grammelschmalzbrot ist ein Genuss.. für solche Leute, oder überhaupt das hauseigene Brot... mh, das ist manchmal herrlich, manche zelebrieren das so richtig- "Bitte nur eine Scheibe Brot"- jetzt auf Kur oder nicht oder auf Urlaub und die brechen das dann, das ist ein selbst gebackenes Brot, das kennt der Städter nicht.

A: Ja...Ja. Ok. Was können Sie zur Zahlungsfreudigkeit von Kurgästen und Wellnessurlaubern sagen?

B: Ja, sie sind natürlich großzügig..

A: Gönnen sich die auch mehr?

B: Ja, ja, ja freilich. Also so.. es ist sowieso, unsere Preise sind ja nicht besonders hoch und die sind einfach auch beim Trinkgeld... einfach lockerer... Ist eh klar.

A: Ja. Ah, welches Bild haben Sie vom typischen Kurgast?

B: Hm.

A: Gibt es für Sie den typischen Kurgast.

B: Ja, eigentlich schon... Ah..

A: Wie sieht der aus, wie verhält er sich?

B: Er ist entspannt, ja, der ist einmal entspannt, der kommt meistens alleine oder eben so ein bisschen einer Gruppe..

A: Mhm.

B: ..die sind eigentlich auch gut aufgelegt, weil die haben ja alle Sorgen und alles zu Hause gelassen..

A: Ja.

B: ...selten Grantige, selten Grantige..

A: Aha, ok. Dann das Bild vom typischen Wellnessgast?

B: ...Ja... Der ist natürlich auch entspannt, der erhofft sich aber vielleicht mehr als der Kurgast...

A: Mhm.

B: ...weil die ja meistens in den...

A: Top- Häuser..

B: Sterne- Hotels untergebracht sind. Obwohl entspannt sind sie alle, die auf Urlaub kommen oder hier sind.

A: Ja, gut. Inwiefern haben Sie außerhalb Ihres beruflichen Umfeldes Berührungspunkte und Kontakt mit Gästen und Urlaubern hier im Ort?

B: Naja, wenn ich in den Ort hineingehe, oder wenn ich selber Kaffee trinken gehe oder, wenn wir selber wohin gehen, wenn wir zum **** hinübergehen, der hat gerade offen, nicht, man kennt die Leute, also auch die Kurgäste schon mittlerweile, nicht? So...ja.

A: Mhm, gut. Wie verhält sich der Kurgast in Bezug auf Trinkgeld, wie der Wellnessurlauber?

B: Ja, es sind beide eigentlich...ja, eher großzügig.

A: Kann man das aber nicht kategorisieren?

B: Mh, könnte ich nicht sagen, nein, nein.

A: Mhm. Wie viel Toleranz zeigt der typische Kurgast bei Wartezeiten, wie viel der Wellnessurlauber?

B: Der hat Zeit, also der Kurgast hat eigentlich Zeit.. und der Wellnessurlauber.. je nachdem, wenn er jetzt nur.. sagen wir, wenn jetzt nur ein Tagesgast herkommt, der in der Therme war und er

kommt hungrig her, das muss dann schnell gehen.. Und der Kurgast hat ja nicht wirklich so..

A: Einen Druck..

B: ..der darf eh nicht essen und dann essen sie halt zu fünft ein Brot und das ist nicht so tragisch, nein.

A: Ok. Wie oft äußern Kurgäste im Schnitt Beschwerden? Kommt so etwas vor?

B: Ja freilich. Immer wieder, ist eh klar.

A: Ja, aber ist das auffällig, dass das vielleicht öfter ist als beim Wellnessgast oder...

B: Das könnte ich jetzt nicht sagen.

A: Ok. Was können Sie zur Präsenz von Kurgästen und Wellnessurlaubern im Ortszentrum sagen? Wer ist da vielleicht öfter zu sehen?

B: Die Wellnessurlauber sind nicht so oft zu sehen..

A: Mhm.

B: Die sind eben in ihren Hotels oder in der Therme und die Kurgäste halt.. Ja, wenn.. wenn keine Therapien sind speziell am Nachmittag oder, dann ist natürlich, wenn Abendessen ist sind auch alle verschwunden.. Wir gehen da oft spazieren und da begegnet uns kein Mensch, da siehst du auch niemanden.

A: Mhm, ok. Inwieweit haben Ihrer Meinung nach die Einheimischen einen Vorteil vom Fremdenverkehr ganz allgemein?

B: Ja, natürlich Arbeitsplätze.

A: Mhm. Inwiefern profitiert die Bevölkerung vom Freizeitangebot?

B: Sehr. Viele rundherum beneiden uns darum, was wir alles haben. Schon.

A: Ja, in Sachen Kulturangebot?

B: Auch, würde ich auch sagen. Auf alle Fälle.

A: Vom kulinarischen Angebot?

B: Ja. Ja. Ja.

A: Dann vom Sportangebot?

B: Wir haben ja ziemlich alles.. viel halt hier.

A: Ja, welche Angebote nutzen Sie und wie oft ca. in der Woche?

B: Wir gehen gerne in die Therme, aber nicht jede Woche.. So ein Mal im Monat.

A: Mhm.

B: Ja und dann eben, was es kulturelles gibt, je nachdem, was uns anspricht, was im Kurmittelhaus ist, diese Veranstaltungen...

A: Können Sie grob eine Zahl abschätzen in der Woche wie oft?

B: Nein wöchentlich ist das gar nicht. Ich sage ein, zwei Mal im Monat.

A: Mhm, ok. Was können Sie bezüglich Kurwesen und Wellnessangebote sagen? Welche Therapien und Anwendungen gibt es Ihres Wissens nach hier in Tatzmannsdorf?

B: Ahm, von den Therapieanwendungen ist es Moor, Kohlensäure, ah, Fango, die ganzen Bewegungstherapien..

A: Mhm.

B: Ja. Wir machen selber auch dazwischen die ambulanten Kuren.

A: Mhm. Was können Sie zu den Nächtigunzsahlen pro Jahr für gesamt Tatzmannsdorf sagen?

B: ... 500.000? Haben wir die? Ich glaube.. ist schon drüber, gell?

A: Mhm. Ja, passt schon. Was können Sie in Bezug auf die Anzahl der Arbeitsplätze in ganz Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Ich glaube das sind über 2.000, was ich einmal gehört habe.

A: Welche Auswirkungen hat der Kur- und Wellness tourismus Ihrer Ansicht nach auf die Dorfgemeinschaft?

B: Das ist nicht immer positiv. Ah.. Wir haben immer wieder mit der Kirche zu tun und dergleichen und da ist es schon problematisch, dass sich Leute finden, die etwas für diese Gemeinschaft.. also Ortsleute, die bereit sind für diese Gemeinschaft etwas zu tun. Weil sie sagen, naja, da kommen

eigentlich ständig Fremde und andere her und also.. wir haben nicht diese Ortsgemeinschaft wie manche andere Ortschaften rundherum sie haben. Das ist jetzt nicht so... Wo anders halten die Leute mehr zusammen.

A: Ja, ich wollte gerade fragen, wie würden Sie den Zusammenhalt unter den Einheimischen beschreiben?

B: Naja..

A: Ist der dann nicht so?

B: Nein, nicht so.. Lange nicht so, ich finde lange nicht so. Feuerwehrfest zum Beispiel, wenn wir Feuerwehrfest haben, wenn wir die Kurgäste nicht hätten.. Ortsleute gehen kaum- ich weiß nicht, Oberschützen sind Sie, nicht?

A: Ja.

B: Wird es vielleicht besser sein?

A: Mh..

B: Aber bei uns ist das ein Wahnsinn.

A: Ich gehe zum Beispiel auch nicht.

B: Ok. Ja, aber..

A: Ich gehöre auch dazu..

B: Ich weiß nicht, woran das liegt.

A: Mhm.

B: Es ist schade irgendwo.

A: Ja, was können Sie dann zum Verhältnis Einheimische und unter Anführungszeichen Fremde bei Dorffesten sagen? Wie mischt sich das? Wie ist das Verhältnis in Prozent ca.?

B: Es mischt sich natürlich stark auch. Wir profitieren ja auch alle von ihnen, von den Fremden, das ist keine Frage... Das Verhältnis... Es sind sicher mehr Fremde da.

A: Mhm.

B: Als Einheimische bei solchen Festen.

A: Ah, beschreiben Sie bitte die Häufigkeit von reinen Dorffesten, die wirklich nur für Einheimische gedacht sind, verglichen mit Veranstaltungen für Gäste!

B: ...Welche Feste das sind, oder?

A: Wie viel ca.! Also im Verhältnis.

B: Naja, ganz reine, das gibt es nicht, dass sie nur für die Ortsleute... man will ja die Fremden eh auch haben, das ist ja.. sie bringen ja etwas!

A: Das heißt also wirklich so ein reines Dorffest...

B: ..gibt es nicht.

A: ..wo eigentlich wirklich nur Einheimische sind gibt es nicht.

B: Nein, nein, das gibt es nicht.

A: Ok, mhm. Inwieweit herrscht Konkurrenzdenken unter den einzelnen Betrieben in Tatzmannsdorf?

B: Ahm..

A: Ist das für Sie spürbar?

B: Wir, die Mostschenken verstehen uns wirklich sehr gut muss ich sagen, wir tauschen uns gegenseitig aus, wir stimmen teilweise sogar die Preise untereinander ab oder.. halt, dass nicht viel Unterschied ist.. Wir machen uns die Termine selbst aus, also auch zusammen, damit nicht mehrere offen haben, sondern immer einer offen hat. Und die anderen.. Ja, weiß ich nicht.

A: Also für Sie ist es nicht spürbar?

B: Nein, nein. Ich freue mich für jeden, der ein Geschäft macht.

A: Ja. Als was für einen Ort würden Sie Bad Tatzmannsdorf definieren?

B: ... Hm... Ah, als einen sehr lebenswerten Ort, wo ich froh bin, dass wir hier sind in diesem Ort und nicht, ich weiß nicht- ich komme aus einem Ort, der sehr klein ist, wo es überhaupt keine Perspektive gibt, wo alle eigentlich wegziehen müssen und das ist halt schon.. hier ist Potenzial vorhanden.. Das ist ja.. Und hat auch eine Zukunft für unsere Kinder.

A: Ja. Ist Tatzmannsdorf für Sie aber noch so ein reiner Kurort oder ist das jetzt schon eher eine Wellnessoase oder Gesundheitsort?

B: Ja, es ist gemischt, aber hauptsächlich ist es, also.. wir haben heuer 20 Jahre das Geschäft hier, ah, hauptsächlich ist es schon auf den Kurgast abgestimmt.

A: Mhm.

B: Wir probieren praktisch ständig, alle anderen auch herzubringen und teilweise gelingt das auch ganz gut, aber der Mittelpunkt ist sicher die Kur. Und wir sind auch bekannt dafür. Also wir waren jetzt in Schladming- jeder kennt Bad Tatzmannsdorf: "Zu euch kommen wir erst, wenn wir älter sind!"

A: Ja.

B: Nicht?! Sagen die Leute, nicht jetzt mit 40 Jahren, sondern erst mit 60, dann kommen wir zu euch. Und viele haben dann auch das Problem.. was sollen sie am Abend machen? Um 10 ist alles dicht und junge Leute wollen ausgehen und ein bisschen wo zusammensitzen, nicht, und das kannst du nirgends.

A: Mhm. Was können Sie in Bezug auf die Preise in Bad Tatzmannsdorf sagen verglichen mit anderen Orten in der Region?

B: Ah.. Ist nicht viel teurer. Außer 4- Sterne, 5- Sterne, ist eh klar, die müssen, aber so, was die Gastronomie anbelangt, so die... angefangen beim ****, aber ist ja egal, aber der hat einfach etwas spezielles auch, und die anderen auch, es ist.. es ist in den anderen Ortschaften auch nicht..

A: Ok, dann sind wir schon bei der letzten Frage: Was können Sie in Bezug auf die Altersschichten der Gäste von Bad Tatzmannsdorf sagen?

B: Naja, es kommen schon immer wieder junge Leute auch her, speziell auf die Kur, auch zur Kur- da schaut man manchmal, da denkt man der kann erst 30 Jahre sein und ist schon auf Kur, nicht?!

A: Mhm.

B: Aber halt ja... 60, 70 sowieso auch. Bunt gemischt, aber mehr schon älteres Semester, das ist schon klar. Und die Wellnessurlauber sind halt jünger..

A: Ja.

B: ..und weniger, was mir auch auffällt, wenige Familien sind hier. Familie mit Kindern wird man bei uns nicht viele finden, außer halt ja.. im Avance vielleicht.

A: Ok, ja gut, danke, das war es schon!

B: War es schon, ok!

A: Vielen herzlichen Dank!

B: Ich hoffe ich konnte helfen!

A: Ja, vielen herzlichen Dank!

Anhang B: Abstract

Deutsch

Die vorliegende Arbeit unternimmt den Versuch die Entwicklung und die gegebene Situation im Kur- und Gesundheitsort Bad Tatzmannsdorf näher zu beleuchten. Im ersten Teil werden der geschichtliche und wirtschaftliche Aufstieg sowie der Status quo der südburgenländischen Gemeinde beschrieben. Schon seit prähistorischer Zeit sind die natürlichen Heilquellen bekannt und werden somit seit Jahrzehnten genutzt. Nach und nach ist daraus ein geregelter Kurbetrieb entstanden, der ständig ausgebaut und modernisiert wurde. Die Kur basiert heute auf der Kohlensäure, dem Thermalwasser und dem Moor. Die Marke Bad Tatzmannsdorf bietet seit einigen Jahren aber nicht mehr nur die Kur, sondern setzt verstärkt auf Investitionen im Wellness-, Gesundheits- und Sportbereich, um ein attraktives Angebot für alle Altersschichten bereitzustellen.

Im zweiten Teil der Arbeit wird anhand qualitativer Befragung nach Mayer mit einheimischen Betrieben wirtschaftlichen und soziokulturellen Fragen nachgegangen. Die Ergebnisse belegen, dass Unternehmen sämtlicher Sparten vom Kur- und Wellness tourismus aufgrund der hohen Gästezahlen in Bad Tatzmannsdorf profitieren. Der Großteil der Betriebe lukriert seinen Umsatz hauptsächlich mit Kurgästen und WellnessurlauberInnen und wäre ohne diese Einnahmen nicht lebensfähig. Insgesamt werden von den TouristInnen hohe Ansprüche in den Bereichen Preis-Leistung, Service, Freundlichkeit und Warenangebot gestellt. Überraschenderweise haben sowohl Kurgäste als auch WellnessurlauberInnen keinen schlechten Ruf unter Einheimischen. Im Gegenteil, sie sind gern gesehene KundInnen und bei sämtlichen Festen und Veranstaltungen im Ort willkommen. Ihre ständige Anwesenheit hat allerdings Auswirkungen auf die Dorfgemeinschaft von Bad Tatzmannsdorf. Die meisten der Befragten sagen zwar, dass ein Zusammenhalt durch die vielen Vereine gegeben ist, doch eine zusammengewachsene Dorfgemeinschaft wie es sie in vergleichbaren Orten in der Region gibt, fehlt hier. Dennoch profitieren auch die Einheimischen vom geschaffenen Angebot in den Bereichen Sport, Freizeit, Kulinarik und Kultur, das ihnen wie Gästen zur Verfügung steht. Bad Tatzmannsdorf ist ein reiner Touristenort, der sich im Wandel befindet.

Mittlerweile sind es nicht mehr nur ältere Gäste, die sich im Kur- und Wellnessort wohl fühlen, sondern auch immer mehr jüngere UrlauberInnen.

English

This paper aims at investigating the development as well as the present situation of the health resort Bad Tatzmannsdorf. Thus, it intends to give a survey of the historical and economic steps including an analysis of the status quo. The second part of the paper tries to explore the implications and effects tourism has on the village's economy but also on the domestic population and its coexistence with visitors.

The mineral springs are known for its healing power for decades in Bad Tatzmannsdorf as they have already been mentioned in a speech in the 17th century. Due to this fact a health spa business was needed from an early stage onwards which has been extended and modernised ever since. Today, mineral springs, geothermal water and moor are used for working therapeutically with. Bad Tatzmannsdorf does no longer only include a health spa business but reinvested in measurements as to sports, health and wellness in order to open up for a younger clientel.

The study investigates questions as to how beneficial the business with tourists and guests for local enterprises really is and what impacts this has on the domestic population of Bad Tatzmannsdorf. Thus, owners or business managers of regional companies have been interviewed. The key results show that numerous local businesses highly benefit from the health resort's tourism what already implies that many of them were not able to exist without the sales volume made with guests. All in all, these tourists make demands on good service, a high level of politeness and a wide range of products to choose from. Interestingly, all people interviewed described health resort visitors as well as wellness guests positively. Both do not seem to have a bad reputation although the constant presence of tourists has several negative implications on the local community. There is said to be solidarity due to various clubs but a real

community comparable villages have including each inhabitant is missing. Nevertheless, all offers concerning sports, recreation or culture can be used by guests as well as the local population. With regard to the age groups of Bad Tatzmannsdorf's clientel it can be said that there is a change going on at the moment since it is no longer only attractive for old people but also for increasingly many young visitors.

Anhang C: Lebenslauf

Vera Neubauer

Geboren am 26.11.1987 in Oberwart (Burgenland)

Eltern: Astrid Neubauer (Hausfrau, gelernte Kindergartenpädagogin)
Mag. Wilhelm Neubauer (AHS- Lehrer)

Schwester: Mag. Ursula Neubauer (AHS- Lehrerin, freie Mitarbeiterin ORF, freie Werbetexterin)

- *Schulische Ausbildung:*

- 1994-1998: Volksschule Oberschützen
- 1998-2002: Unterstufe des BG/ BRG Oberschützen
- 2002-2006: Oberstufe des BG/ BRG Oberschützen
- 2006: Matura mit Auszeichnung

- *Universitäre Ausbildung:*

- 2006: Beginn des Studiums der Architektur an der TU Wien
- 2006-2012: Studium der Anglistik und Geschichte, Sozialkunde und Polit. Bildung (LA)

- *Auslandsaufenthalte:*

- 2009: Beurlaubung vom Studium im WS aufgrund eines Sprachaufenthaltes in England (Au-Pair)
- Unzählige Reisen in englischsprachige Länder (USA, England, Irland)

- *Andere Tätigkeiten:*

- Mitglied des Vereins Dance2gether
- Nachwuchstrainerin beim Verein Dance2gether