

## INTEGRIERTE ORTSENTWICKLUNGSPLANUNG MIT POSITIONIERUNGSKONZEPT

### AUFTAKT PHASE 2

Sitzung des Gemeinderats am 02. März 2015

Ausgangslage

Rückblick auf den Planungsprozess

Ergebnisse der Phase 1 – Bürger- und Gästebeteiligung, Stadt- und landschaftsplanerische Bestandsanalyse, Positionierungsprozess

Mögliche Schlüsselprojekte

Geplante Vorgehensweise in Phase 2

## Ausgangslage

## Ausgangslage

- Bad Füssing ist Deutschlands **fünftgrößter Hotelstandort**
- Die Gemeinde verfügt über die **größte Bäderlandschaft** im europäischen Raum
- Bad Füssing ist bereits zu einer **Marke** im Kontext der Bäder- und Kurorte geworden
- Standort liegt in seiner **Bekanntheit** deutlich über dem der nahegelegenen direkten Wettbewerber Bad Griesbach und Bad Birnbach



## Ausgangslage

### **ABER**

- Feststellbarer **rückläufiger Bekanntheitsgrad** von Bad Füssing
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen sowie die **Übernachtungszahlen gehen seit Jahren zurück**
- Die **Reformen im Gesundheitswesen** haben insbesondere seit Mitte der 1990er Jahre die gesetzlichen Möglichkeiten zu sozialkassengetragenen Kuraufenthalten stark, z.T. radikal eingeschränkt und auf ein **Minimum an finanzieller Bezuschussung** reduziert
- Die **Demografie** zu den Gästen und Besuchern lässt einen deutlichen Trend zu immer älteren Bevölkerungsschichten erkennen – **89 % der Gäste sind über 60** Jahre (CenTouris 2013)
- Die Besuchsfrequenz wird dominiert von Stammgästen und Wiederholungsbesuchern. 2013 waren lediglich **5 % Erstbesucher** (CenTouris 2013)

## Rückblick auf den Planungsprozess

## Planungsprozess

- Zusammenstellung eines **interdisziplinären Planungsteams** aus Büros für Stadtplanung, Landschaftsarchitektur, Stadt- und Regionalmanagement mit Experten zu den Bereichen Gesundheit, Kurwesen und Tourismus

**DRAGOMIR**  
STADTPLANUNG 

- Großräumige Planungen
- Struktur- und Rahmenplanungen
- Stadt- und Ortsplanung

**FREIRAUMSTUDIO\***  
Landschaftsarchitektur

- Landschaftsplanung
- Grünordnungsplanung
- Gestaltung des öffentlichen Raumes

**isr** institut für stadt- und regionalmanagement

- Ökonomie
- Positionierungskonzept

**widmer + partner**

- Strategie- und Qualitätsmanagement-Beratung
- Situationsanalyse und Perspektiven Hotellerie und Gesundheitstourismus

**FOGS**

Gesellschaft für Forschung und Beratung im Gesundheits- und Sozialbereich mbH

- Analyse von gesundheitsbezogenen Entwicklungen und Trends
- Analyse von Trends bei Sozialkassen

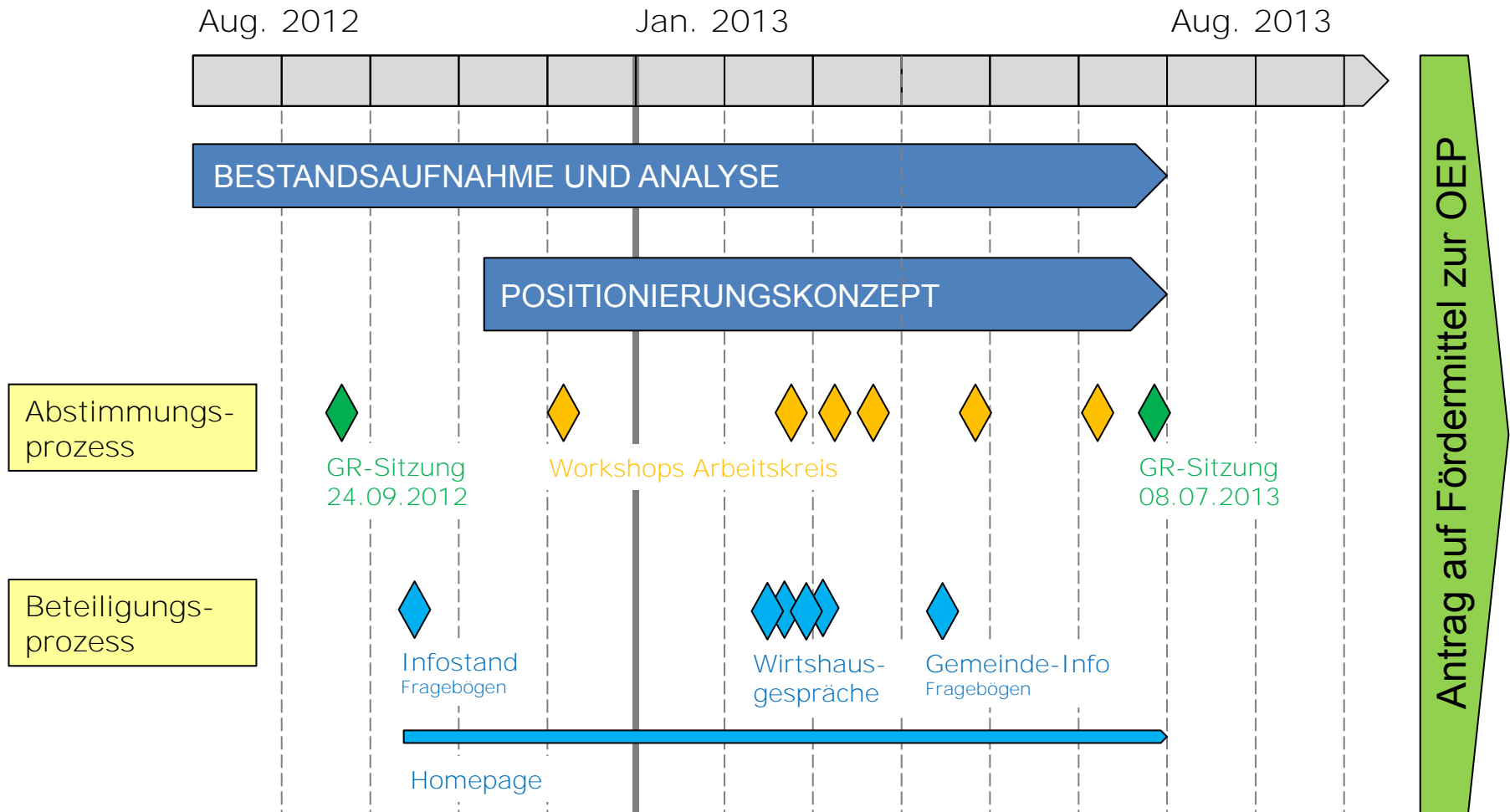
## Planungsprozess

- **Interdisziplinäre Bestandsanalyse**, laufende Abstimmung zwischen den Fachbereichen, Marken- und Trendanalyse, Konzept zur Neupositionierung
- Begleitender **Arbeitskreis** aus Bürgermeister, Vertretern des Gemeinderats, der Gemeinde- und Kurverwaltung, des Hotel- und Gaststättenverbands, der Thermen, der Klinik Niederbayern, des Kur- und Gewerbevereins, des Seniorenwohnheims und der Grundschule
- **Öffentlichkeitsbeteiligung**
- Zeitraum: ca. 1 Jahr für die Analysephase





Planungsprozess Phase 1



# Ergebnisse der Phase 1 – Bürger- und Gästebeteiligung

## Bürger- und Gästebeteiligung | Homepage

← → www.zukunftbadfuessing.de/mitmachen/

Für weitere Fragen? Rufen Sie uns an: 08531 / 975 460

Zukunft ✓  
Bad Füssing

Bad Füssing gemeinsam gestalten.  
Integrierte Ortsentwicklungsplanung mit Positionierungskonzept

WILLKOMMEN AKTUELL BEOBACHTEN MITMACHEN

### Mitmachen

Die Zukunft von Bad Füssing gemeinsam gestalten

Sie möchten eigene Ideen, Wünsche und Anregungen zur Zukunftsgestaltung der Gemeinde in den Planungsprozess mit einbringen? Hier haben Sie die Möglichkeit dazu. Gestalten Sie die Zukunft von Bad Füssing mit – als Bewohner/In oder als Gast. Senden Sie uns Ihre Anregungen. Wir freuen uns über Ihre Beteiligung und bedanken uns ganz herzlich für Ihr Interesse.

Name \*

E-Mail \*

Anschrift

Ich bin ...

Status \*  Einwohner/In der Gemeinde Bad Füssing  Gast

Anregungen und Wünsche \*

Mit dem Senden dieses Formulars stimme ich der sachbezogenen Speicherung und Verwendung meiner Daten zu. Alle Angaben werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Ich kann diese Zustimmung jederzeit formlos widerrufen.

\* Pflichtangaben

Angaben senden

### Kontaktdaten

📍 Gemeinde Bad Füssing  
Ortsentwicklungsplanung  
Rathausstraße 6 - 8  
94072 Bad Füssing

✉ E-Mail  
[paul@zukunftbadfuessing.de](mailto:paul@zukunftbadfuessing.de)

☎ Telefon und Fax  
Telefon: 08531 / 975-460  
Telefax: 08531 / 975-469

👤 Ihr Ansprechpartner  
Josef Flock, Bauamtsleiter

🕒 Öffnungszeiten  
Montag - Donnerstag  
08.00 - 12.00 Uhr  
Freitag  
08.00 - 12.00 Uhr

Quelle: www.zukunftbadfuessing.de



## Bürger- und Gästebefragung | wesentliche Ergebnisse

- **„Normaler“ Wohnraum** fehlt, alles auf Kurbetrieb ausgerichtet
- Alternative zum reinen Kurbetrieb entwickeln, 2. Standbein, **Imagewandel**
- Mehr **Anreize für Familien** schaffen, Verjüngung anstreben, Kulturprogramm für jüngere Leute, mehr Einrichtungen für **Jugendliche**
- **Thermenkonzept** überdenken, Angebot für jüngere Zielgruppen ausbauen, neues Konzept für Therme 1
- Gemeinde muss Außenbereich beachten, mehr auf die **Ortsteile** schauen und diese in Gesamtentwicklung mit einbinden
- Konzept zum **Einzelhandel** fehlt
- Maßnahmen für eine intakte, ursprüngliche, **erlebbare Naturlandschaft** entwickeln, Zugänglichkeit der **Aubereiche** verbessern, Renaturierung
- Lösungsansätze für **Konflikt** zwischen Landwirtschaft und Radtourismus

## Bürgerbeteiligung | Wirtshausgespräche | Querschnitt aus den Ortsteilen



Bad Füssing  
Safferstetten

- **viel Grün**, Kurpark, Naturnähe
- hoher **Altersdurchschnitt**
- trauriges Dorfleben, leere Geschäfte, **Dorfplatz stirbt aus** (Safferstetten)
- Aktivierung des Dorfgeschehens
- **Jugendtreff**
- Stärkung des Einzelhandels



Würding

- Würding hat noch einen Ortskern, Dorfplatz
- **Nähe zur Natur** und Bad Füssing
- **Monostruktur** – nur auf Kurbetrieb ausgerichtet
- Hohes **Verkehrsaufkommen**
- Bebauung bestehender Bauplätze vor Neuausweisung
- Fuß- und **Radwegelücken** schließen



Egglfing

- Versorgung für den täglichen Bedarf noch vorhanden
- **Naherholung** (Inn-Auen) im direkten Umfeld
- Kein ausgeprägter Dorfplatz, **fehlende Ortsmitte**
- Kein Angebot für Jugendliche
- **Dörflicher Charakter** soll bei der baulichen Entwicklung berücksichtigt werden

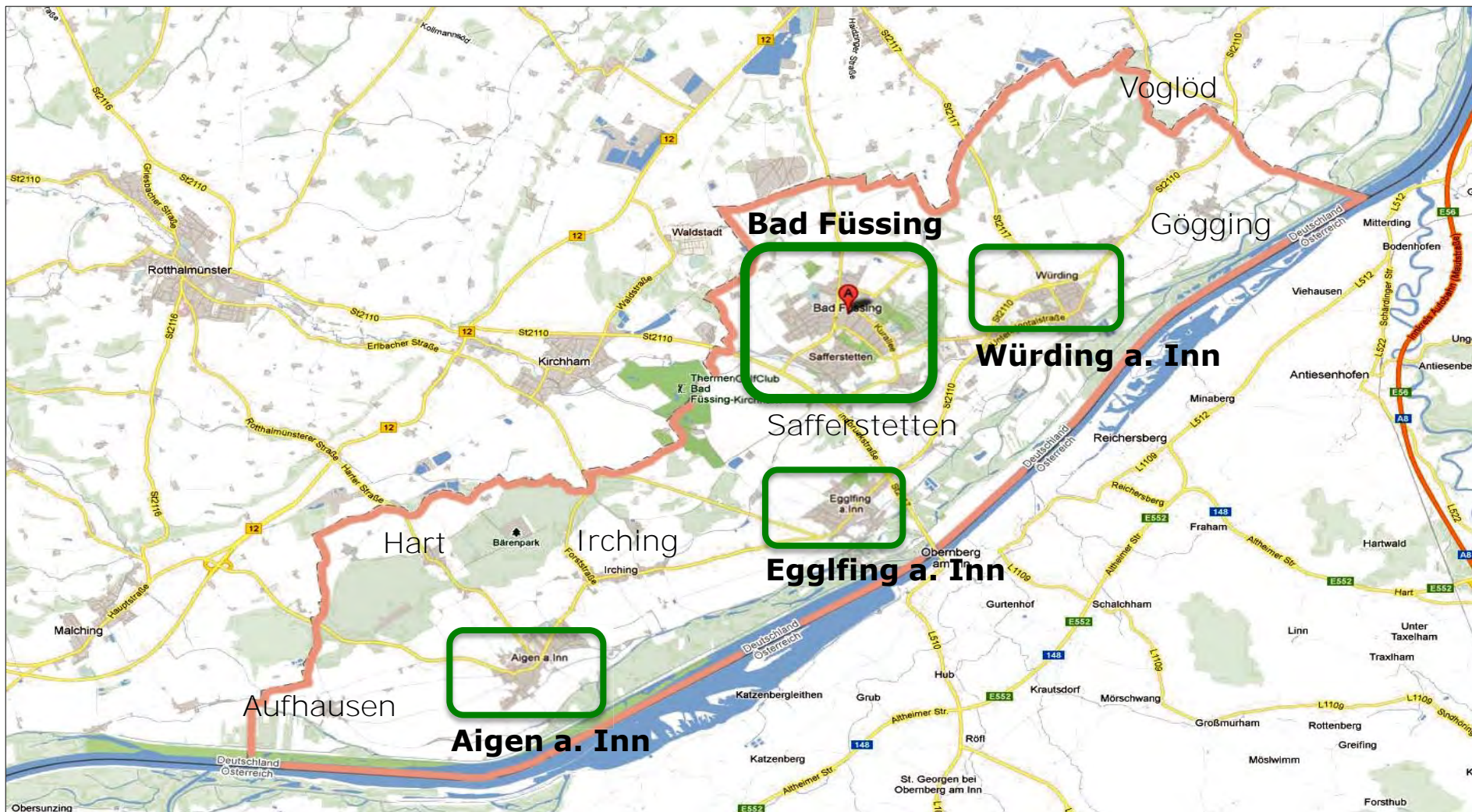


Aigen

- **historische Gebäude** als Potential
- Gastronomie, Kindergarten und Schule vorhanden
- Kein Bürgerhaus, kein Treffpunkt für **Jugendliche**
- Konzept für die **Wiederbelebung** der alten leerstehenden Gebäude
- **Vielfältigkeit der Landschaft** fördern, Umgang mit Hochspannungsleitungen

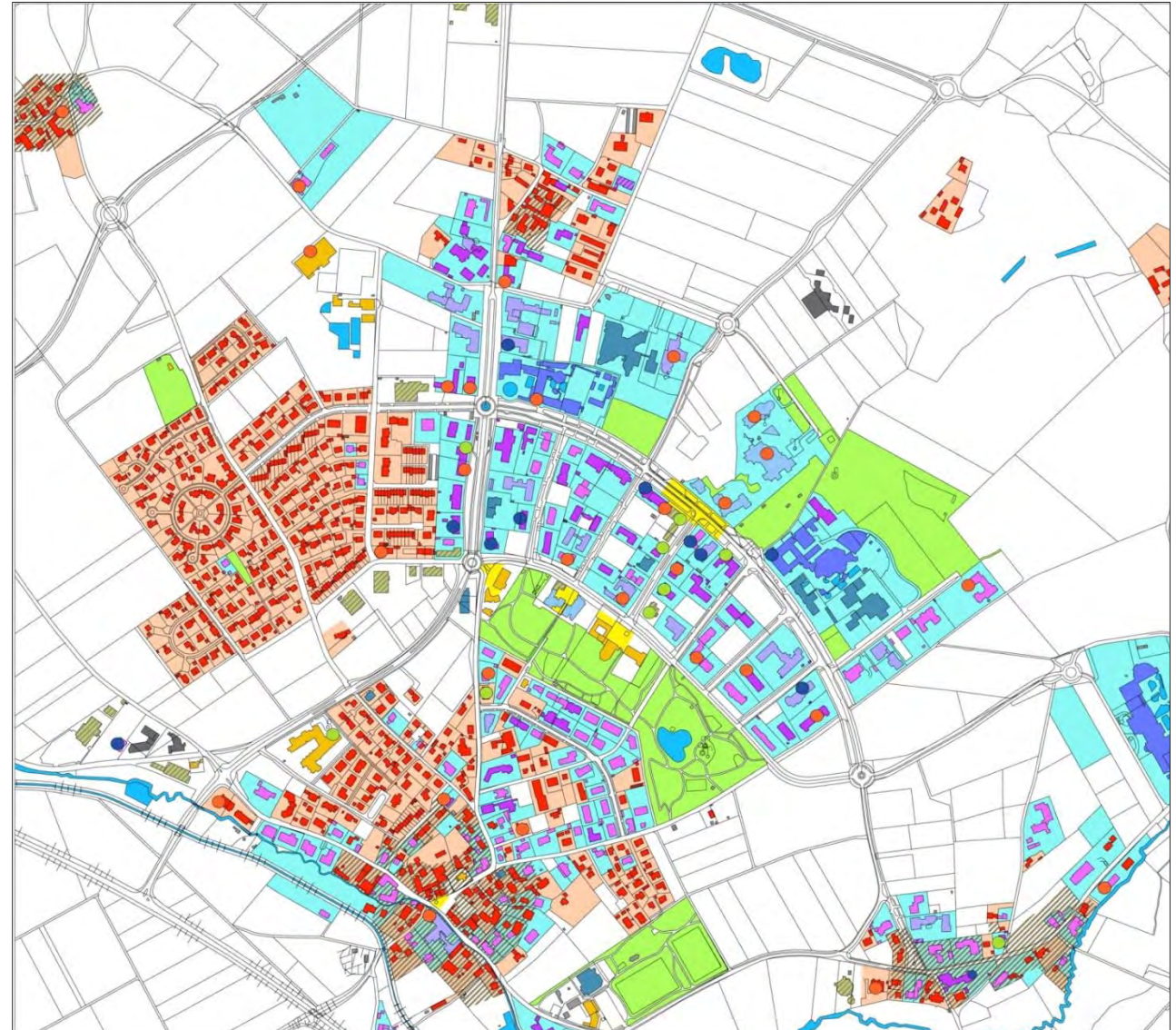
# Ergebnisse der Phase 1 – Stadt- und landschaftsplanerische Analyse

## Ortsentwicklungsplanung Bad Füssing | Gesamtes Gemeindegebiet





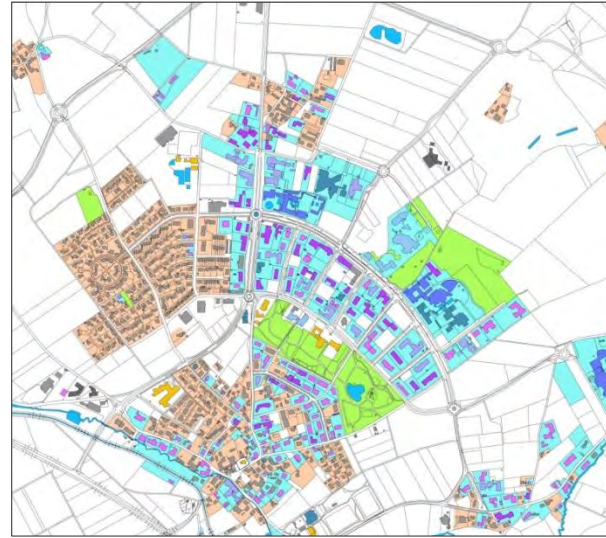
Bad Füssing  
Nutzungen



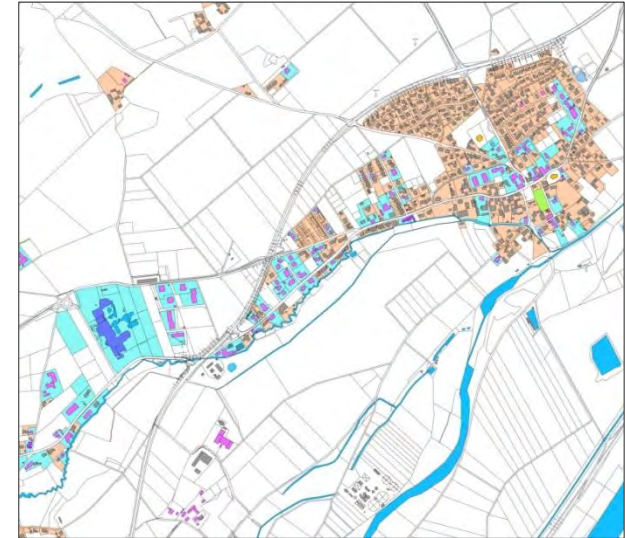
Bad Füssing mit  
Safferstetten

Gemeinde Bad Füssing  
**Flächennutzung** durch  
Kur-, Gesundheits- &  
Beherbergungsbetriebe

Bad Füssing mit  
Safferstetten



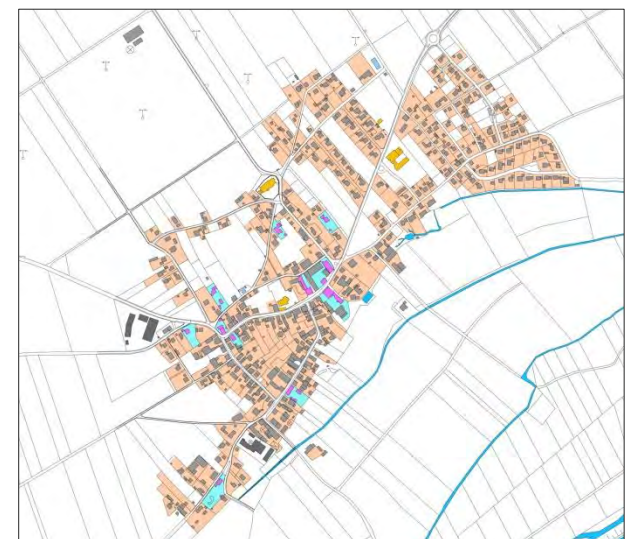
Würding



Eggfing am Inn

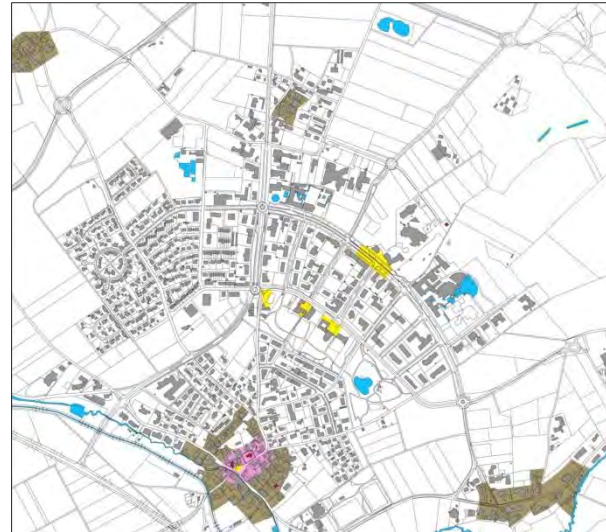


Aigen  
am Inn

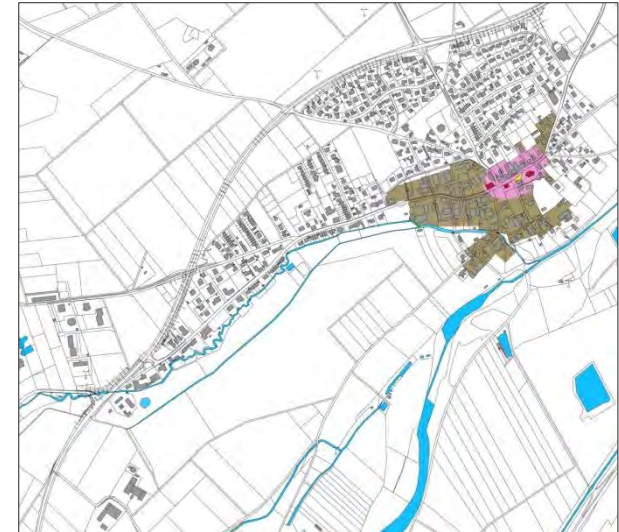


Gemeinde Bad Füssing  
Stärkung der Ortskerne

Bad Füssing mit  
Safferstetten



Würding



Eggfing am Inn



Aigen  
am Inn



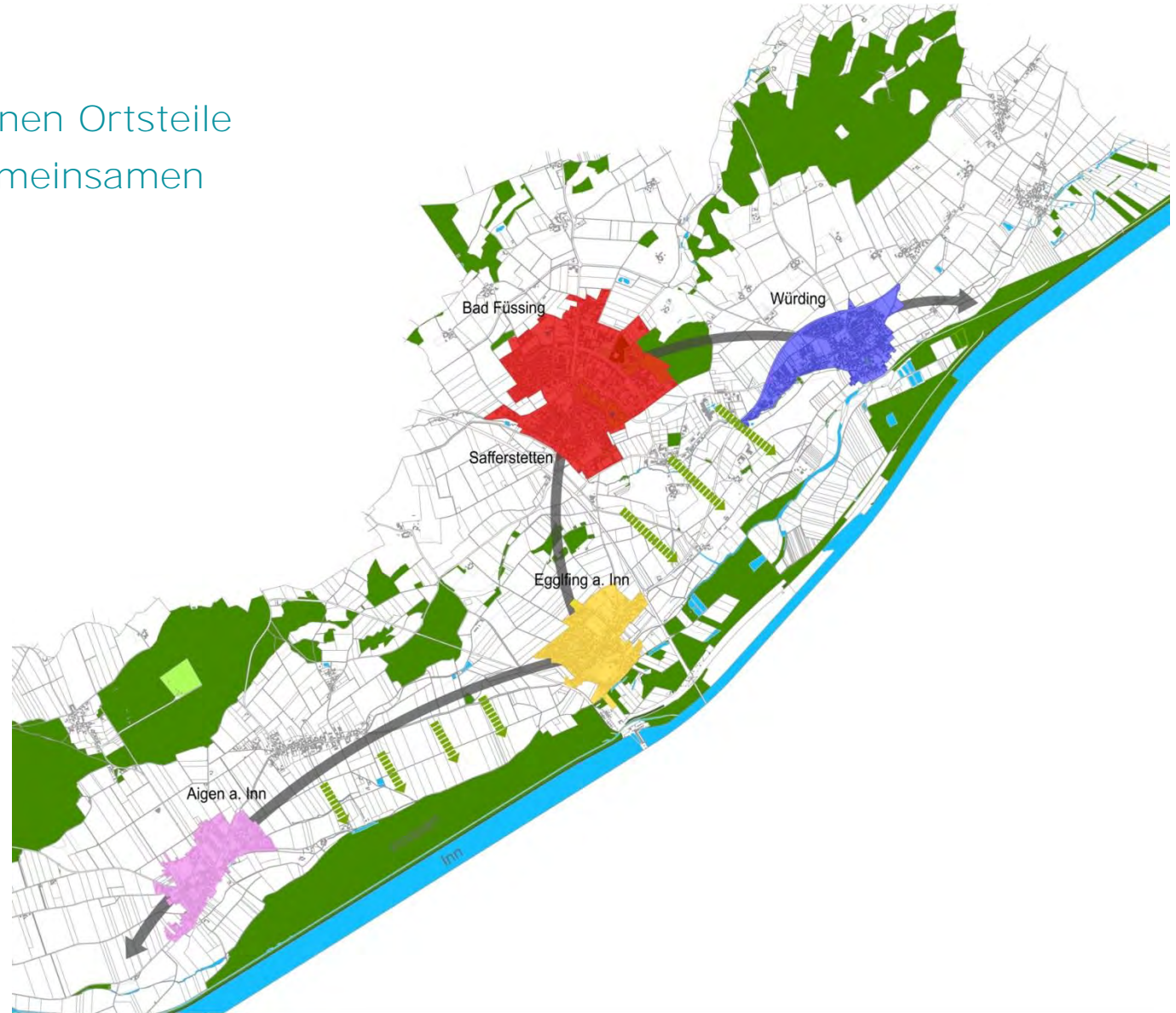
Bad Füssing  
Querschnittsbezogene  
Bewertung



Bad Füssing mit  
Safferstetten

Gemeinde Bad Füssing

**Profilierung** der einzelnen Ortsteile  
und Ausnutzung des gemeinsamen  
Naturraums



## Natur und Landschaft | Zustandsbeschreibung

- Gewässer: **Inn, Inn-Auen**, Bachläufe
- **Landwirtschaft**, überwiegend intensiv genutzt
- Wälder, teils stark fichtenbetont
- Prägende **Gehölzstrukturen**
- **Schutzgebiete**: FFH-/Vogelschutzgebiet, NSG, LSG
- Hochspannungsleitungen



## Natur und Landschaft | Bewertung | Landwirtschaft

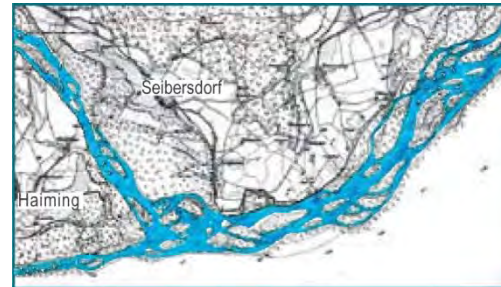
- **Monokultur** in der Landwirtschaft (Vermaisung)
- Kein abwechslungsreiches Landschaftsbild
- Monoton und „einfarbig“
- **Beeinträchtigung des Landschaftsbildes** durch dominierende Hochspannungsleitungen
- **Nutzungskonflikt** zwischen Radfahrern und landwirtschaftlichen Nutzfahrzeugen



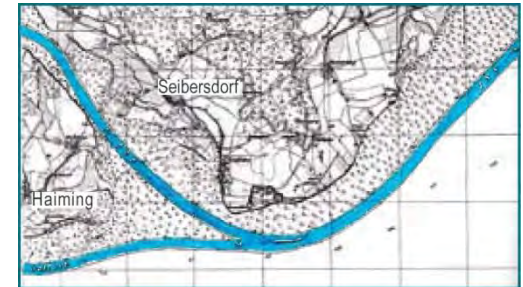
## Natur und Landschaft | Bewertung | Wasser

- **Wasser nicht spürbar** und kaum erlebbar, **Zugänglichkeit zum Inn** fehlt
- Fortbewegung am Inn zwischen „grünen Wänden“, hohe Vertikalstrukturen aus Gehölzen, **keine abwechslungsreichen Strukturen**, ermüdend, **unnatürlich linear**
- **Inn-Auen** sind ohne Beschilderung schwer zu verorten, **im Landschaftsbild kaum ablesbar**, Alt-Arme oft unzugänglich, teils starke Verbuschung
- Verrohrte Gewässer, verlandete Bachläufe

Quelle: topographisches  
Archiv des Bayerischen  
Landesvermessungsamtes



Der Inn um 1900



Der Inn um 1945





## Natur und Landschaft | Querschnittsbezogene Bewertung

- **Wasser** als landschaftliches und gestalterisches Potential
- Stärkung der **Zugänglichkeit zum Inn**, Wahrnehmung in der umliegenden Landschaft
- Erlebbarmachen der **Inn-Auen**, Vernetzungspotential
- Potential der **Biotopvernetzung**, Landschaftserlebnis
- Entwicklung der kleinen **Bäche** und Bachauen zu funktionsfähigen Lebensräumen
- Neuschaffung magerer **Wiesen**, Entwicklung von Feldgehölzen
- **Konfliktbewältigung** Radler – Landwirtschaft durch Schaffung von „Pufferzonen“, z.B. durch **Ackerrandstreifen**
- Umbau der **Wälder** zur potentiell natürlichen Vegetation



## Ergebnisse der Phase 1 – Positionierungsprozess

## Positionierungsprozess | Die Marke Bad Füssing

- Der **Wettbewerb** wandelt sich zunehmend vom Standort- zum Kommunikationswettbewerb.
- Zukünftig werden gut geführte Marken zum entscheidenden **Erfolgsfaktor** für Standorte und Regionen.
- Marken gewinnen!

## Was ist eine Marke und was leistet Sie?

WIR SIND DARAUFGETRIMMT VOR ALLEM DAS WAHRZUNEHMEN, WAS UNTERSCHIEDLICH IST.

- ... wird wahrgenommen
- ... ist erfolgreich im Kommunikationswettbewerb
- ... führt zu einer Entscheidung
- ... ist ein strategisches Steuerungsinstrument



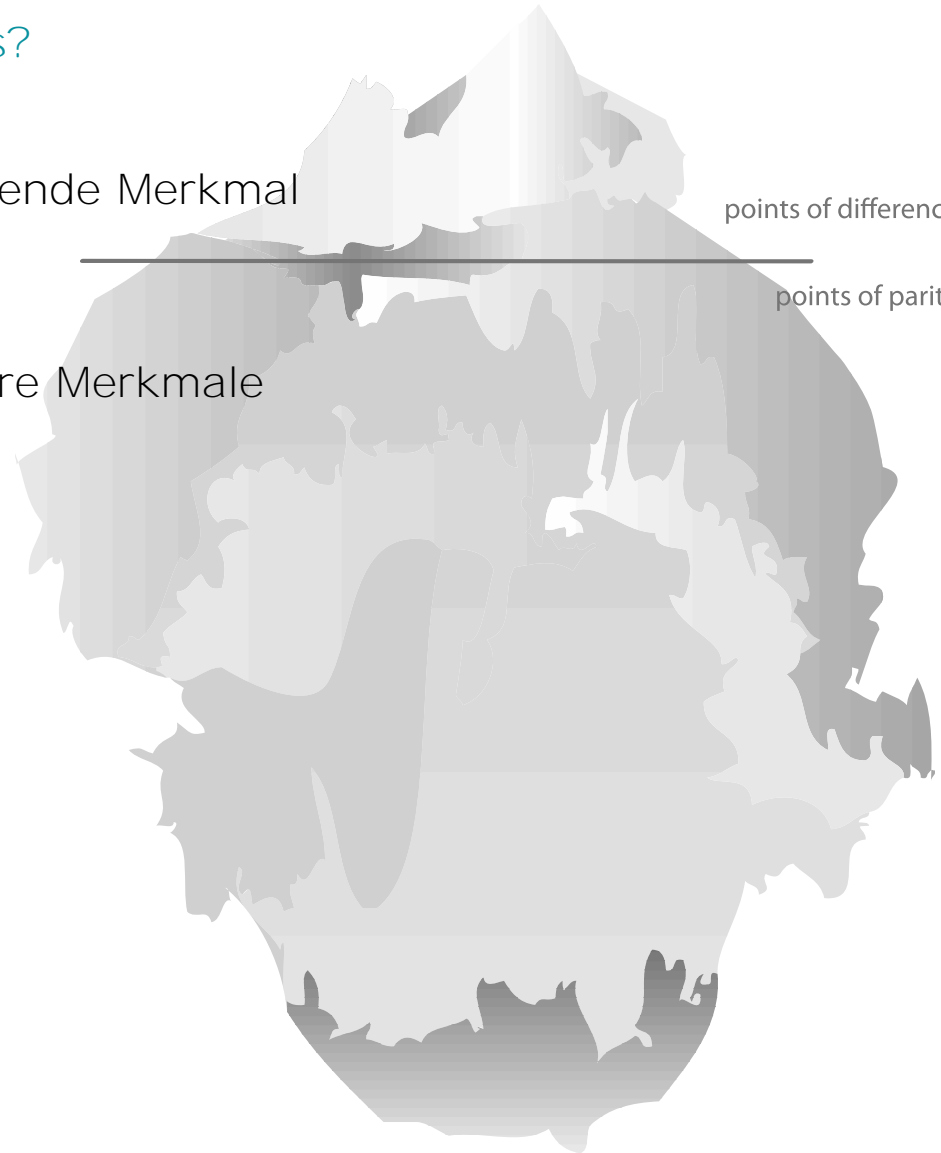
## Wie sieht der Eisberg für Bad Füssing aus?

unterscheidende Merkmal

points of difference

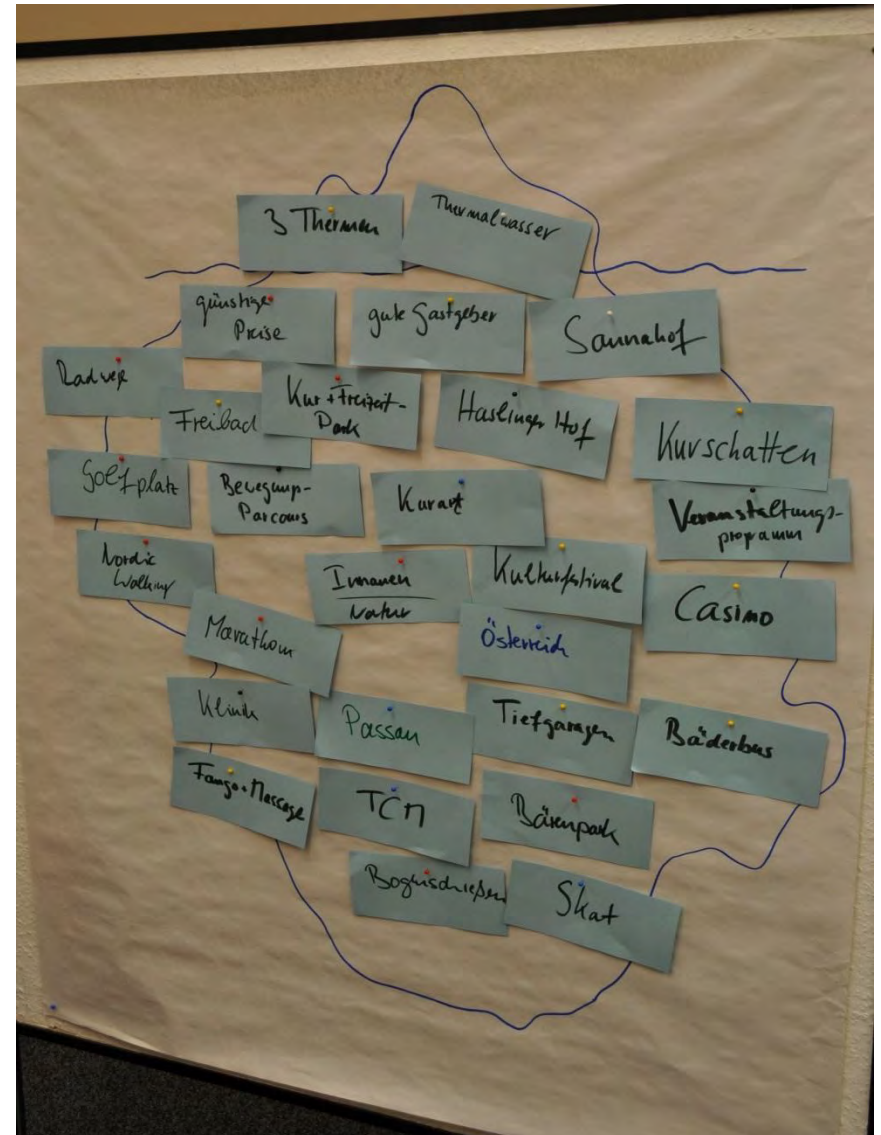
points of parity

vergleichbare Merkmale



Bad Füssing – Wo stehen wir?

IST



Für welche Zielgruppen/Gästesegmente? Prioritäten?

	Traditioneller, konservativer Lebensstil	Moderner Lebensstil
75+	<div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 10px; border-radius: 15px; display: inline-block;">                     Heutige Gäste halten                 </div>	
65+		
55+	<b>Neue Gäste gewinnen mit 1. Priorität:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehr Gäste ab 55 für BF begeistern</li> <li>• Gäste mit modernem Lebensstil</li> </ul>	
45+		
Familien	2. Priorität: Familien	
Jüngere Paare	<div style="border: 1px solid #0070C0; border-radius: 50%; padding: 5px; display: inline-block;">                         Jünger!                     </div>	<div style="border: 1px solid #0070C0; border-radius: 50%; padding: 5px; display: inline-block;">                         Moderner!                     </div>

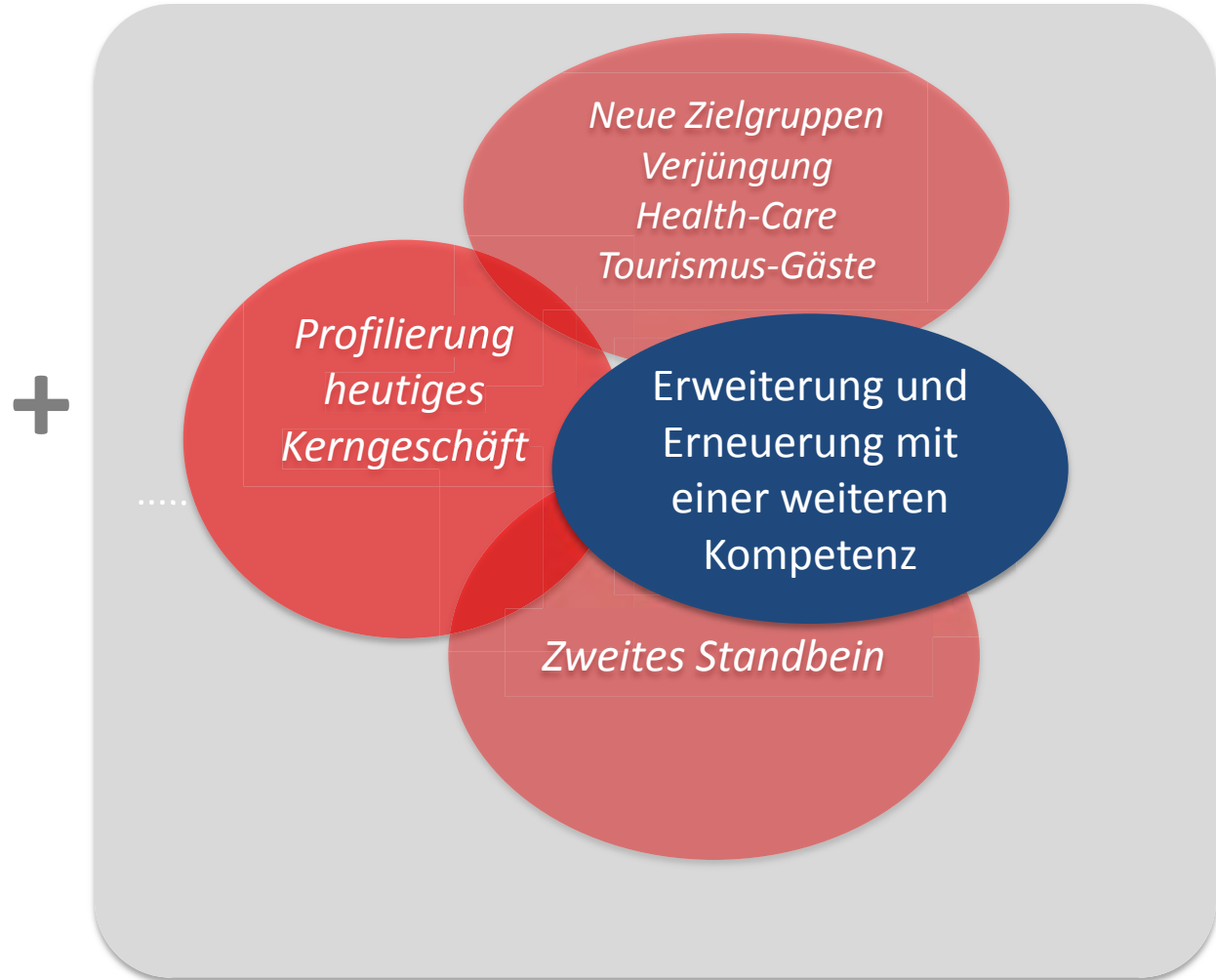
(Hinweis: Herleitung im Arbeitskreis: SINUS-Milieus)



## Wofür steht BF heute?



## Wofür steht BF in 10-15 Jahren?



## Positionierungsprozess | Die Marke Bad Füssing

### Schlüsselthema Natur als 2. Kompetenz

- Natur steht sowohl im Zusammenhang mit einem **aktiven Lebensstil** aber vor allem als Sehnsuchtsort (heile Welt) hoch im Kurs
- Je hektischer, komplexer und komplizierter die Anforderungen unseres Arbeitsalltags werden, umso stärker steigt die **Sehnsucht** nach einem beruhigenden, ausgleichenden und unkomplizierte Gegenlager. „Es gibt sie noch die guten Dinge“
- Das Schlüsselwort heißt **„Entschleunigung“** – Ruhe finden
- „Bäder + Heilwelt“ und „heile Welt“ ergänzen einander

# Heilwelt trifft heile Welt

# Der Fit - „Heilwelt“ und „Heile Welt“

## „Heile Welt

### „Heilwelt - Gesundheit“

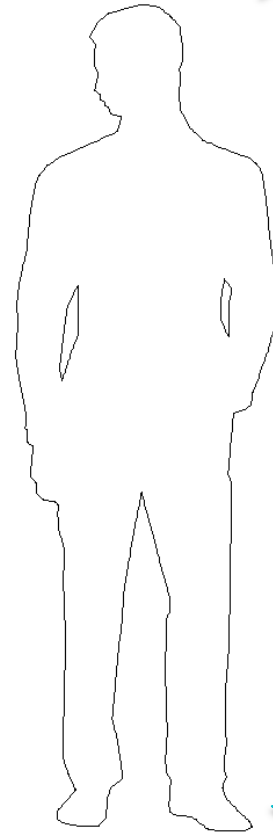
... hier lasse ich mich mit den aktuellen Behandlungsmethoden und bester medizinischer Technik versorgen

... hier werde ich medizinisch, therapeutisch in spezialisierten Heilbädern behandelt.

... hier lerne ich vorbeugende Maßnahmen kennen, die mir helfen, eine unerwünschte gesundheitliche Entwicklung zu vermeiden.

... hier treffe ich meinen Coach, mit dem ich regelmäßig am Abbau meiner Stressbelastung arbeite.

... hier finde ich jedes Jahr für meine „alten Knochen“ Erleichterung



der Mensch als Ganzes

... Ruhe und Abstand finden in einer attraktiven, reizvollen Natur, wo die Welt noch in Ordnung ist und ich wieder Kraft und Zuversicht tanken kann.

... Zerstreuung in einem „dezenten“ Erlebnisbad

... die Heilkraft von Pflanzen und Kräutern, schmackhafte, regionale, frische Küche nutzen.  
Abendliche Aufenthalte im idyllisch gelegenen Biergarten unter Bäumen.  
Am Morgen zum Ausgleich ein paar Runden auf den („Maisstegen“) drehen.

... „sporteln“ in der Natur, meditieren auf einer bunten Wiese, übernachten im stillen Baumhaus, lässt mich „Entschleunigen und macht mich wieder fit für den Arbeitsalltag.

... und in diesem Jahr habe ich auch meine Enkel für eine Woche mitgebracht, weil ich denen zeigen will dass man nicht nur mit Computerspielen seinen Spaß haben kann, sondern Staudämme bauen auch nicht übel sein ist.

B A D  F Ü S S I N G  
DER GANZE MENSCH

## Mögliche Schlüsselprojekte

Mögliche Schlüsselprojekte im Hauptort Bad Füssing



Belebung



Steigerung der Attraktivität



Anbindung an Freizeiträume



Anbindung an die Ortsteile



Gastronomie



Leerstände

Mögliche Schlüsselprojekte Ortskerne



Leerstände neu beleben



Attraktivitätssteigerung



Mobilität



Aufenthaltsqualität



Nahversorgung



Identität

Mögliche landschaftsplanerische Schlüsselprojekte

Bestand



Starke Verbuschung der Altarme

Potential



**Teile der Aubereiche öffnen**

Bestand



Wasser nicht erlebbar

Potential



**Wasser als spürbares Element**

Bestand



Erholungsmöglichkeiten eingeschränkt

Potential



**Erlebbarer Inn**



## Mögliche landschaftsplanerische Schlüsselprojekte

### Bestand



„Vermaischung“

### Potential



**Artenreiches Grünland**

### Bestand



Weite Kornfelder

### Potential



**Landwirtschaft als Teil eines erlebbaren Landschaftsraumes**

### Bestand



Obstbaumpflanzungen im Raster

### Potential

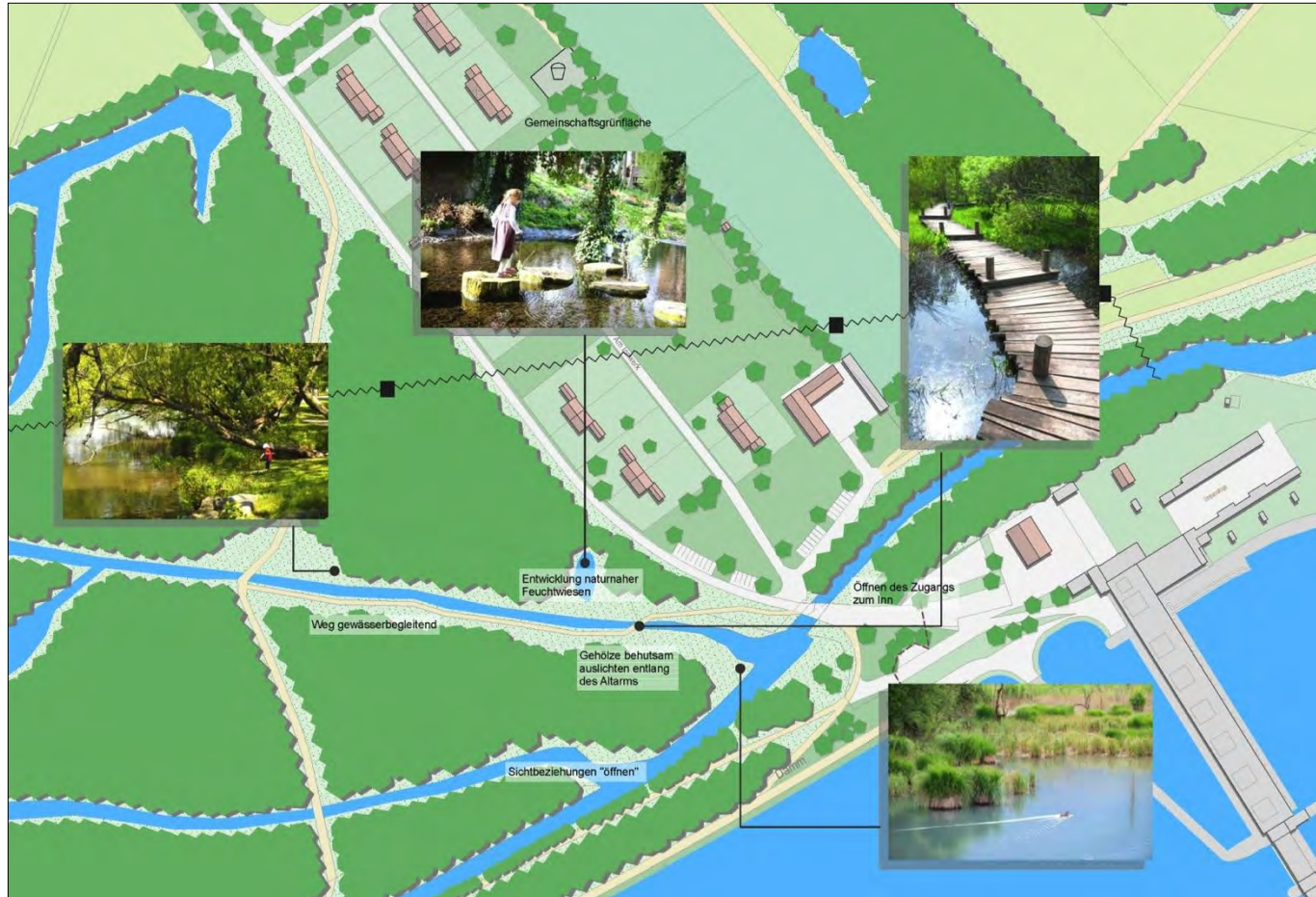


**Naturnahe Streuobstwiesen**

## Mögliche landschaftsplanerische Schlüsselprojekte

Gestaltung der Inn-Auen zu erlebbaren Naturbereichen

Schlüsselprojekt Nähe Siedlung Am Innwerk bereits in Planung





**grün | zeitgemäß**  
jung, innovativ, vegetativ,  
geplant, überraschend,  
experimentierfreudig



**natur | ländlich**  
bodenständig, einfach,  
erholsam, heilsam,  
authentisch, romantisch



**familiär**  
familienfreundlich, entspannt,  
kinderfreundlich



**health balance**  
professionell, präventiv,  
kompetent, technisch, aktiv,  
gesund

## Geplante Vorgehensweise in Phase 2

## Wie geht es weiter?

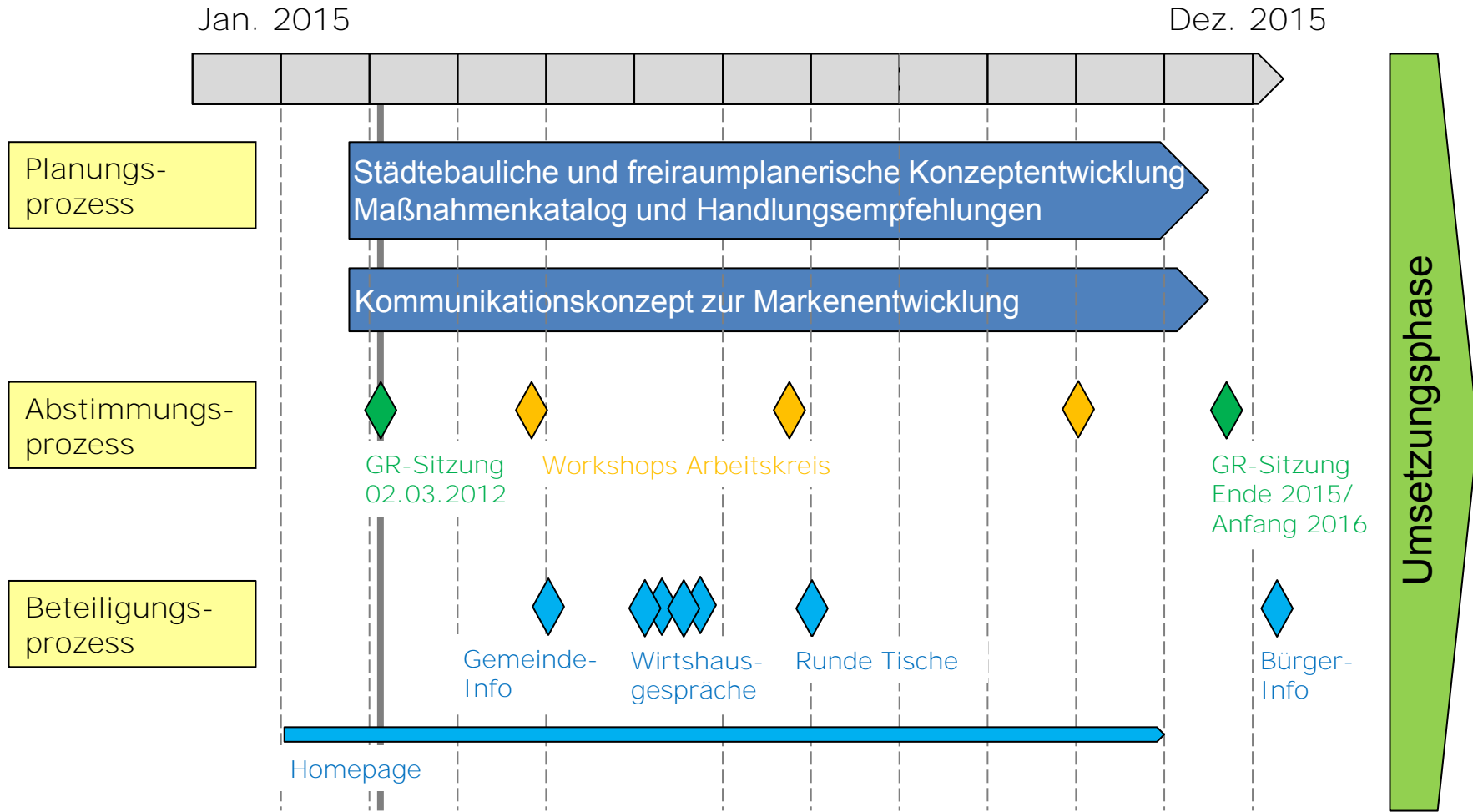
### Integrierte Ortsentwicklungsplanung – Phase 2

- **Städtebauliche und freiraumplanerische Konzeptentwicklung**, Profilierung und Stärkung der Ortsteile
- **Landschaftsplanerische Entwürfe**, Zugänglichkeit der Inn-Auen
- **Markenumsetzung** und Markenführung
- **Kommunikationskonzept**

### Weitere mögliche Entwicklungsfelder

- Medizinische Angebotspräzisierung
- Beherbergungsmix und -erneuerung

Integrierte Ortsentwicklungsplanung Phase 2



## Planungsprozess

### Wohnen im ländlichen Raum

- Entwicklung von Konzepten zur Stärkung und **Aktivierung der Ortszentren** / Daseinsvorsorge / Mobilität
- 6 Einzelgespräche mit Grundstückseigentümern und Betreibern in den Ortsteilen

### Landschaftsentwicklung entlang des Inn

- Erarbeitung eines landschaftsplanerischen Konzepts zur **Wiedergewinnung der Auenlandschaft** entlang des Inn
- 3 fachstellenübergreifende Expertengespräche mit WWA, LRA und AELF

### Gesundheit und Tourismus

- Entwicklung von Konzepten für den Bereich Gesundheit & Tourismus – **Kommunikationsstrategie**
- 6 orientierende Einzelgespräche mit Schlüsselpersonen

## Die nächsten Termine

### Termine Arbeitskreis

- Dienstag, **21. April 2015**, 14.00 Uhr
- Donnerstag, **16. Juli 2015**, 14.00 Uhr

### Wirtshausgespräche in den 4 Ortsteilen

- Mittwoch, **10. Juni 2015**, 19.00 Uhr
- Dienstag, **16. Juni 2015**, 19.00 Uhr



Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!