

KURZ NACHGEFRAGT ...

... bei Christian Mitzam von der Filmgalerie Bad Füssing

In der aktuellen Ausgabe des ZEIT-Magazins sind in der Rubrik „Deutschlandkarte“ 29 Städte verzeichnet, in denen wöchentlich seit mindestens sechs Monaten derselbe Film im selben Kino gezeigt wird. Mit dabei: die Filmgalerie Bad Füssing mit „Das finstere Tal“, „Wir sind die Neuen“ und „Monsieur Claude und seine Töchter“. Kino-Betreiber **Christian Mitzam** (54) freut sich, in dem renommierten Blatt genannt zu sein.



Herr Mitzam, wie kam's dass Bad Füssing in einer Reihe von Städten wie Berlin, München, Nürnberg oder Mannheim in der ZEIT aufgeführt wird?

Mitzam: Es ist schon über zwei Monate her, als ein Redakteur vom ZEIT-Magazin bei mir angerufen und nachgefragt hat, um sich nach unseren Dauerläufern zu erkundigen. Aufmerksam auf Bad Füssing wurde er durch eine Umfrage des Kinoverbandes AG-Kino.

Das ist doch ein Grund, stolz zu sein!?

Wir freuen uns, weil das die Qualität der Filmgalerie unterstreicht. Die Nennung zeigt: Das Kinoprogramm in Bad Füssing hat Großstadt-Qualität. Jährlich wird die Filmauswahl dreifach ausgezeichnet – landes- und bundesweit sowie durch das europäische Filmtheater-Netzwerk „Europa Cinemas“.

„Das finstere Tal“ läuft seit über einem Jahr, die beiden anderen Filme seit Juli 2014. Sind die Streifen auch weiter zu sehen?

Ja. Für alle drei gilt: Das Ende ist nicht absehbar. Die Filme laufen ein Mal in der Woche zu unterschiedlichen Zeiten.

Welcher ist Ihr Favorit?

„Das finstere Tal“, eine Mischung aus Heimatfilm und Western, ist ein außergewöhnlicher Film, der neben der neben der Oscar-Nominierung sowohl acht Mal mit dem Deutschen als auch mit dem Österreichischen Filmpreis ausgezeichnet wurde.

Die Fragen stellte Carmen Keller

Pocking: Redaktion: ☎ 0 85 31/90 29 21, Fax 0 85 31/90 29 42, E-Mail: red.pocking@pnp.de

Geschäftsstelle: ☎ 0 85 31/90 29 0, Fax: 0 85 31/90 29 41

Öffnungszeiten: Mo. bis Do. 8–12.30 u. 13–16 Uhr,

Fr. 8–13 Uhr

Wasser erlebbar machen – das ist die Zukunft

Planungsteam stellt Phase II des Zukunftskonzepts für Bad Füssing vor – Neue Marke „Der ganze Mensch“

Von *Monika Bormeth*

Bad Füssing. „Bad Füssing wirkt und wirkt und wirkt“: Dieser Slogan könnte schon bald Geschichte sein. Denn eine neue Marke soll her. Ein interdisziplinäres Team aus Städteplanern, Architekten und Landschaftsarchitekten arbeitet seit 2012 an einem Zukunftskonzept für den Kurort. Demnächst soll es in Phase II gehen. Die Vision: Der Zugang zur Natur soll neben der Gesundheit zur zweiten Kernkompetenz des Orts werden. Eine wesentliche Rolle spielt dabei das Wasser.

Die gute Nachricht offenbarte Bürgermeister Alois Brundobler seinen Gemeinderäten gleich vorneweg: „Die Förderung durch den Freistaat Bayern ist endlich zugesagt.“ Lange hat es gedauert, diese durchzubringen. Die erste Phase des Zukunftskonzepts ist mittlerweile durch: Von Mai 2012 bis Januar 2013 haben die Planer analysiert, was Sache ist. Und auch in vielerlei Hinsicht den Bürgern Gelegenheit zur Mitsprache gegeben. Normaler Wohnraum fehlt, beklagten diese, alles ist auf den Kurbetrieb ausgerichtet. Ein Konzept für den Einzelhandel vermisste man und mehr Anreize für Kinder, Jugendliche und Familien. Der Ort sei zu überaltert. Die Erlebbarkeit des Inns könne man noch verbessern.

Franziska Becker, Landschaftsarchitektin bei der Firma Freiraumstudio, zeigte die Ergebnisse auf. Gemeinsam mit Professor Joachim Vossen (Institut für Stadt- und Regionalmanagement), Stadtplaner Martin Birgel, Landschaftsarchitektin Clara Berger und Architekt Ralf Grundel vom Büro Dragomir Stadtplanung präsentierte sie dem Gemeinderat die Ideen für Phase II, die da lauten: Noch mehr Erstbesucher, noch mehr Gäste ab 55 Jahren anwerben und neben der Gesundheit eine weitere Kernkompetenz etablieren. „Bad Füssing ist den anderen Kurorten im Bäderdreieck



Noch mehr Wasser im Ortsbild, nicht nur in Form von Brunnen, das wünschen sich die Zukunftsplaner.

– Fotos: Archiv Schlegel



Den Inn noch mehr zur Attraktion machen, das ist ein Zukunftsziel.

an Bekanntheit weit voraus“, lobte Professor Vossen. „Aber diese Bekanntheit ist rückläufig, und da muss man ansetzen.“

Eine gute Marke brauche es: „Denn sie ist ein strategisches Steuerungsinstrument“, betonte Vossen. „Bad Füssing wirkt und wirkt“ könnte daher

bald ausgedient haben. Neben der Kernkompetenz Gesundheit, die man auf jeden Fall erhalten will, könnte der Zugang zur Natur als neue Kernkompetenz dienen: „Die Natur als Möglichkeit der Entschleunigung in einer hektischen Welt – das gewinnt immer mehr an Be-

deutung“, betonte Experte Vossen. „Die Sehnsucht nach der heilen Welt lässt sich vermarkten.“ Heilwelt trifft auf heile Welt, so könnte man Bad Füssing erleben. Das ganzheitliche Wohlbefinden rücke dadurch in den Fokus: „Bad Füssing – Der ganze Mensch. So könnte die neue Marke lauten.“

Wesentliche Idee zur Umsetzung dieser Ziele: Noch mehr Wasser für den Kurort. „Wasser sollte als Element im öffentlichen Raum spürbar gemacht werden“, betonte Martin Birgel. „Dazu gehört auch, dass man den Zugang zu den Innauen stärkt.“ In diesem Bereich sehen die Planer noch viel Luft nach oben. Sei es, durch das Anlegen von Spazier- oder Erlebniswegen am Inn, einer besseren Ausschilderung zu den Innauen oder der landschaftsplanerischen Einbeziehung von Wasser im Ortskern.

Brigitte Steidele zeigte sich

wenig überrascht: „Dass die Natur unsere zweite Kernkompetenz ist, ist nichts Neues. Traurig ist nur, dass zwei Kilometer von hier eine Transit-Autobahn gebaut wird. Da hört kein Mensch mehr die Grillen zirpen, wenn erstmal der Verkehr vorbeirauscht.“ Franz Roidner macht etwas anderes stutzig: „Ich kann mir schwer vorstellen, wie man die Generation 60 Plus mit jungen Familien zusammenbringt. Gerade in den Thermen.“ Steidele verwies darauf, dass man auch das Freibad und die Eisbahn stärken müsse. Franz-Xaver Dullinger vermisste in puncto Wasser das Thema Innfähre im Zukunftskonzept. Planerin Franziska Becker beeilte sich zu sagen: „Der Punkt ist enthalten, war nur in der Kürze der Darstellung nicht möglich zu erwähnen.“ Auch die Bürger können ihre Wünsche wieder einbringen. Es wird Wirtshausgespräche und Befragungen geben.