

INTEGRIERTE ORTSENTWICKLUNGSPLANUNG MIT POSITIONIERUNGSKONZEPT

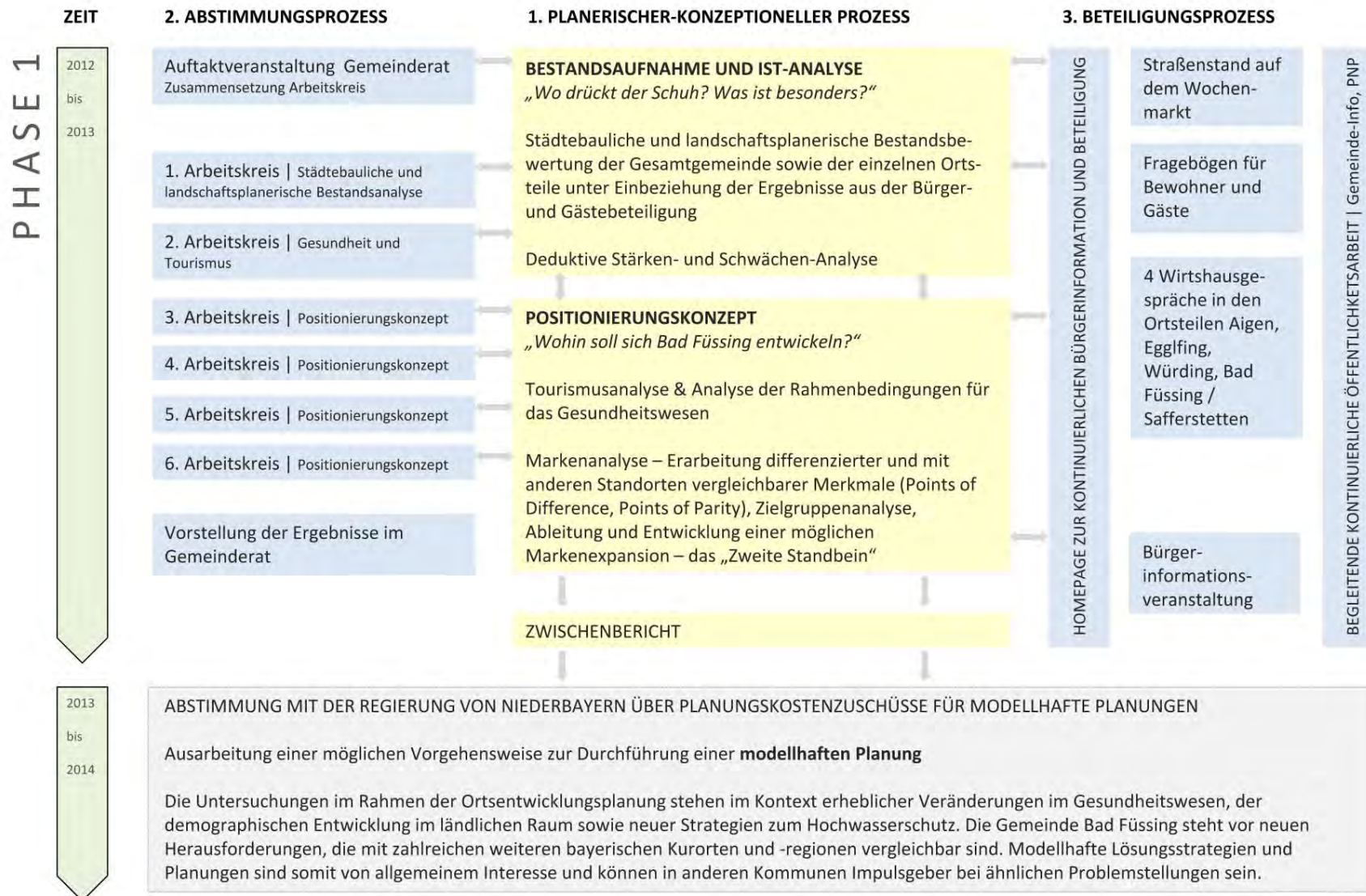
Abschlusspräsentation im Gemeinderat am 27. Juni 2016

Inhalt der Präsentation

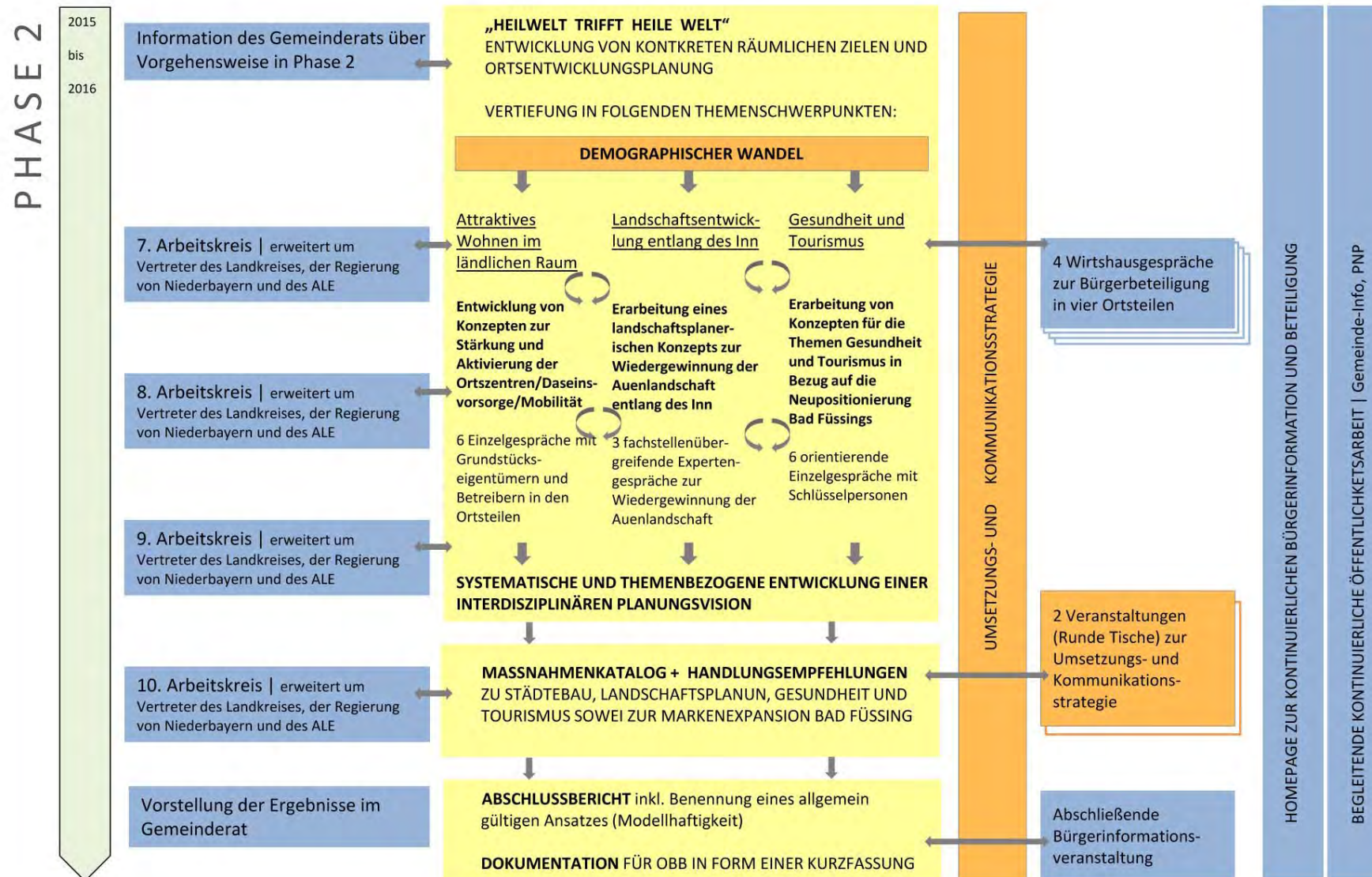
- Phase II der OEP - Ablauf und Inhalte des Planungsprozesses
- Profilierung, Rahmenpläne und Maßnahmen für die Ortsteile Bad Füssing, Würding, Eggfing und Aigen
- Profilierung, Konzept und Maßnahmen für die Landschaftsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung des Wassers
- Zielaussagen und Maßnahmen für das Thema Wohnen im ländlichen Raum
- Ziele und Maßnahmen für die Bereiche Gesundheit und Tourismus
- Ausblick

Phase II der OEP - Ablauf und Inhalte des Planungsprozesses

Ortsentwicklungsplanung Phase 1



Ortsentwicklungsplanung Phase 2

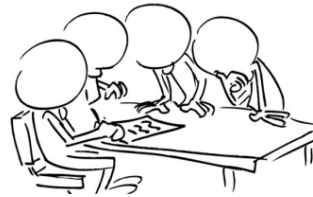


Erarbeitung einer Positionierung

Arbeitskreis

Öffentlichkeit

Planungsteam

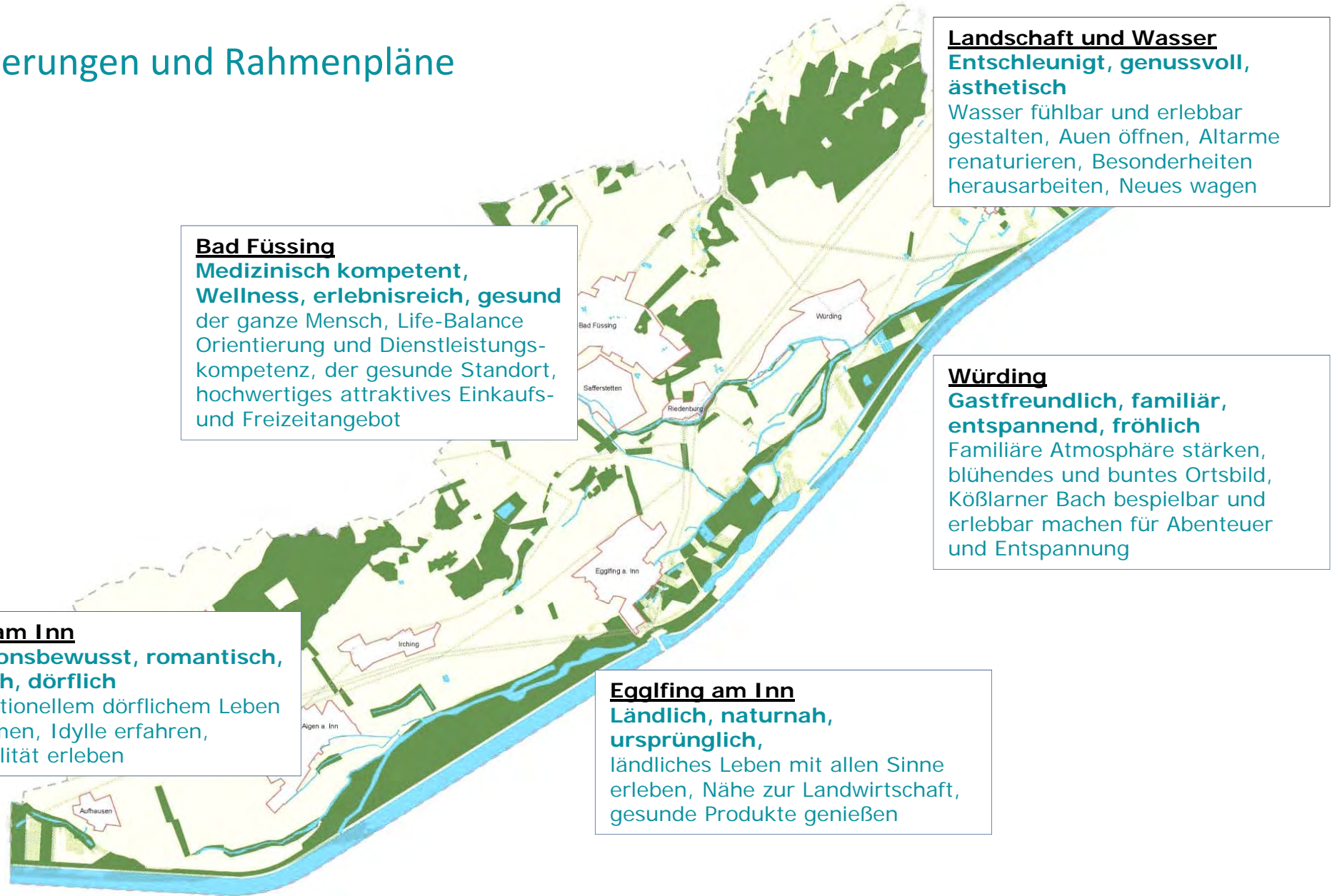


Gemeindeverwaltung,
Regierung



Positionierung „HEILWELT TRIFFT HEILE WELT“

Profilierungen und Rahmenpläne



Bad Füssing
Medizinisch kompetent,
Wellness, erlebnisreich, gesund
der ganze Mensch, Life-Balance
Orientierung und Dienstleistungs-
kompetenz, der gesunde Standort,
hochwertiges attraktives Einkaufs-
und Freizeitangebot

Landschaft und Wasser
Entschleunigt, genussvoll,
ästhetisch
Wasser fühlbar und erlebbar
gestalten, Auen öffnen, Altarme
renaturieren, Besonderheiten
herausarbeiten, Neues wagen

Würding
Gastfreundlich, familiär,
entspannend, fröhlich
Familiäre Atmosphäre stärken,
blühendes und buntes Ortsbild,
Köblarner Bach beispielbar und
erlebbarmachen für Abenteuer
und Entspannung

Aigen am Inn
Traditionsbewusst, romantisch,
idyllisch, dörflich
an traditionellem dörflichem Leben
teilnehmen, Idylle erfahren,
Spiritualität erleben

Egglfing am Inn
Ländlich, naturnah,
ursprünglich,
ländliches Leben mit allen Sinne
erleben, Nähe zur Landwirtschaft,
gesunde Produkte genießen

Profilierung, Rahmenpläne und Maßnahmen für die Ortsteile Bad Füssing, Würding, Eggfing und Aigen

Profilierung Bad Füssing

Dachbotschaft

Standort mit **hoher medizinischer Qualifikation**, mit attraktivem **Wellnessangebot** und **Lebensstilkompetenz/Life Balance**. Bad Füssing mit Stil erleben.

Diskussionspunkt: „healthy-City“

Kommentar

Der Standort unterscheidet sich durch seine herausragende **medizinische Kompetenz** im Kontext der Bäderthematik. Dabei wird jedoch nicht nur auf die „medizinisch-technische“ Versorgung abgehoben, sondern schon hier **der „Ganze Mensch“** berücksichtigt. Psychosomatik und Life-Balance-Fragen fließen verstärkt in eine ganzheitliche Betrachtung des Menschen ein. Die hohe medizinische Kompetenz findet seinen Widerhall im **räumlichen Qualitäten** sowie im **Dienstleistungsangebot**.



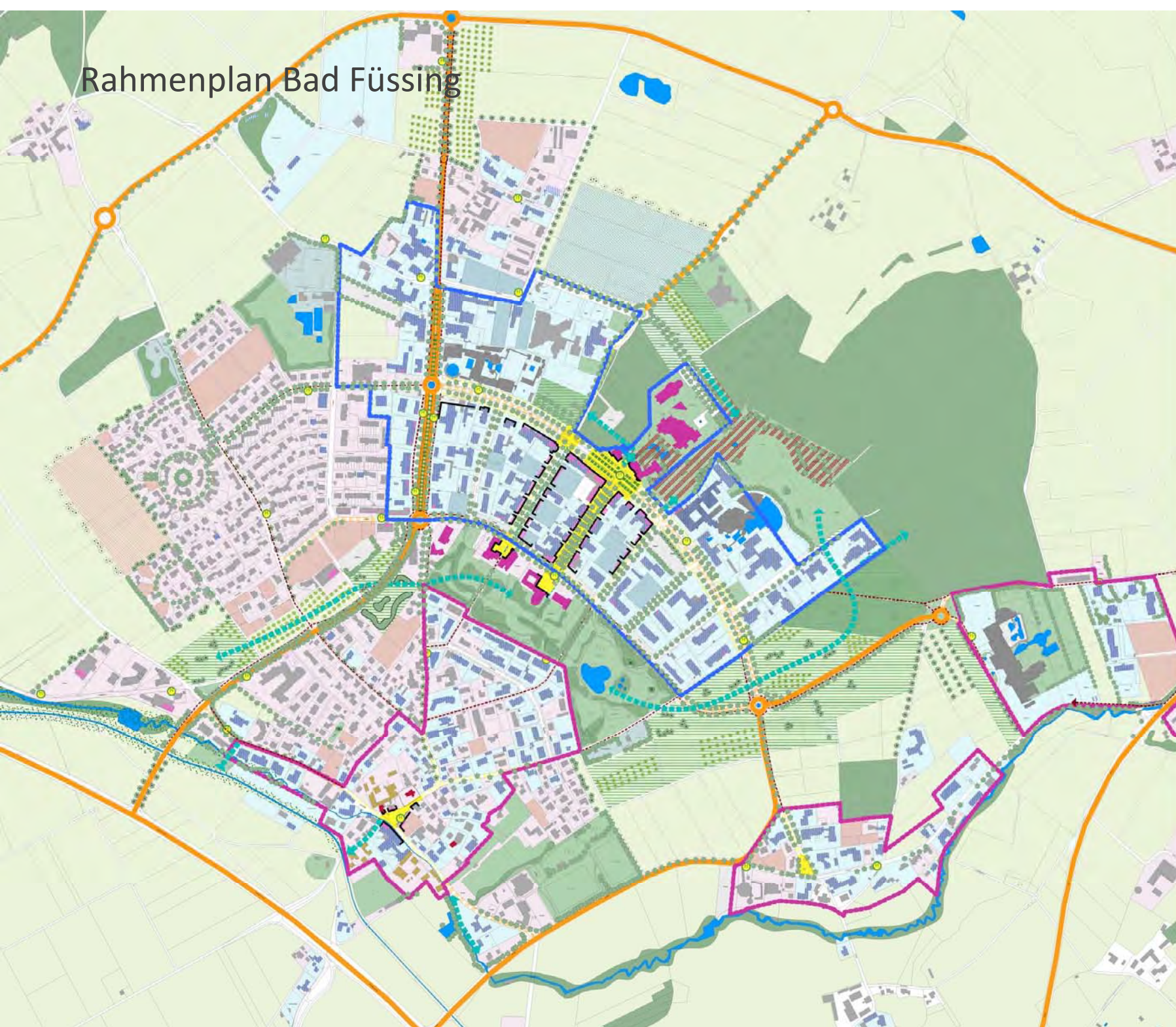
Profilierung Bad Füssing

Angebote

Belebter **Einzelhandelskern**, Cafés, Lebensmittel -
Gesund einkaufen, **Regionale Küche** in der
Gastronomie, Bio Hotels, Bio Pensionen, Spa,
Bewegen und sich fit halten im Freiraum,
Treffpunkte, **üppiges Grün** und attraktive
Parkanlagen, **Wasser** im Ort



Rahmenplan Bad Füssing



- LEGENDE**
- Gebäude mit Denkmalschutz
 - Zentrale und soziale Nutzungen
 - Erhaltene landwirtschaftliche Hotelkern
 - Potenziellflächen für Nachverdichtung / Wohnbauflächen
 - Vorhandene Beherbergungsbetriebe / kuratline Nutzungen
 - Zone 1: Ausschließlich Nutzungen von EZH / Gastronomie / Hotellerie und Beherbergung / Kur- und Bädertreib
 - Zone 2: Vornehmlich Nutzungen von EZH / Gastronomie / Hotellerie & Beherbergung
 - Kernbereich mit dem Ziel des Erhalts der historischen und für die Profilierung prägenden Siedlungsstruktur
 - Aktivierung der traditionellen Hote gemäß Profilierung d. Ortsteils
 - Erhalt prägender, ortstypischer Gebäudekanten
 - Flächen mit platzartigem Charakter zur Schaffung hoher Aufenthaltsqualität und Identitätsbildung im Sinne der Profilierung
 - Wichtige innerörtliche Wegeverbindungen zentraler Punkte
 - Wegeverbindungen in die umliegende Landschaft und Verbindung von wichtigen Freiräumen / Parkanlagen untereinander
 - Bereiche mit einer hohen Verkehrssicherheit für Fußgänger und Radfahrer und einer visuellen Verknüpfung der für die Profilierung zentralen Bereiche
 - wichtige innerörtliche Erschließungsstraßen
 - Haupterschließungsstraße
 - Neugestaltung des Freiraums, je nach Standort z. B. neue Parkanlagen zur intensiven Nutzung, extensive Blühflächen zur Verschönerung des Ortsbilds, Fläche für Interventionen im Sinne der Profilierung
 - Sanierung und Neugestaltung zentraler Bereiche des Kurparks - vor allem Eingangssituationen und Themengärten
 - Gewässer zugänglich gestalten, Wasser erlebbar machen, je nach Standort naturnah oder inszeniert
 - Obstbäume Bestand / Planung
 - Einzelbäume und Gehölzgruppen Bestand / Planung



Exemplarische Darstellung | „Einzelhandelskernzone“



Exemplarische Darstellung | „Grünes Band Bad Füssing“



Maßnahmenkatalog - Auszüge

Handlungsfeld/-raum: BAD FÜSSING / SAFFERSTETTEN				
B.1	ZIEL: Schaffung einer belebten Einzelhandelskernzone	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
B.1.1	<p>Feinuntersuchung oder Plangutachten zur Neuordnung und Neugestaltung der Goethe- und Schillerstraße inkl. intensiver Einbindung der Anlieger und Betreiber der Geschäfte zur Aktivierung der beiden Straßen als zentrale prominente Shopping Runde und aktives Ortszentrum für Bad Füssing mit Verknüpfung zwischen Kurplatz, Kurpark, Gesundheit ServiceCenter, Rathaus, der Kirchen und der Einzelhandelszone Kurstraße bis zur Therme 1.</p> <p>Erweiterung der Gehwege zu den Geschäften</p> <ul style="list-style-type: none"> • Höhengleiche Gestaltung zwischen Gehweg und Fahrbahn mit Einbindung des Elements Wasser als Verbindung zwischen Kurplatz und Gesundheit ServiceCenter (Wasserband, Ortsbächlein o.ä.) • Durchfahrtsbeschränkte Zone zur Reduzierung des motorisierten Verkehrs zu bestimmten Zeiten für Anlieferung und für Hotelgäste • Einheitliche Gestaltung der Vorbereiche mit durchgängiger Möglichkeit zum Flanieren • Erweiterung der Erdgeschoss in den Straßenraum zur Schaffung einer umlaufenden Geschäftsfrent • ggf. mit Arkaden oder Vordächern für ein wetterunabhängiges Flanieren • Erhalt des vorhandenen raumprägenden Baumbestandes in den Straßenräumen • Entwicklung einer rahmengebenden und zugänglichen Grünfläche mit Aufenthaltsqualität für „Flaneure“ • Ergänzung der Möblierung, z.B. mit Bänken und Stühlen im öffentlichen Raum <p>Einbindung der Rathausstraße in das Ringkonzept inkl. Bushaltestelle sowie Einbindung Rathausvorplatz und Kirchenumfeld zur verbesserten und optisch klar wahrnehmbaren Wegeführung in die Goethe- und Schillerstraße.</p>	1	ca. 30.000,- €	Gemeinde + StBauF
B.1.2	<p>Einzelhandelskonzept für den Hauptort (Gesamtkonzept) in Verbindung mit M. 1.1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sicherstellung der Nahversorgung (z. B. Lindenstraße) • Konzeptionierung der Einzelhandelskernzone mit höherwertigem Einzelhandel • Realisierung eines attraktiven Branchenmix mit Gesundheitsbezug • Branchen in Bezug auf Positionierung Heilwelt und Heile Welt und Die Gesunde Stadt (Gesunde Ernährung - Frische, Gesunde Textilien, Fair Trade, Bewegung + Sport • Dienstleister + Gastronomie • Trend Internet, Multichannel und Sozialer Treffpunkt 	1	ca. 20.000 €	Gemeinde + StBauF

Maßnahmenkatalog - Auszüge

B.2	ZIEL: Etablierung von Hotels im Wellnessbereich (Wellness Light, Ganzheitliches Wellness, Medical Wellness)	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
B.2.1	<p>Angebote im Bereich „Future Hotel“ realisieren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gute Architektur und Innenarchitektur (Interieur Design) als adäquates Umfeld etablieren (Beispiel – Das Mühlbach) • Ökologische Nachhaltigkeit • Barrierefreiheit • Social Wellness • Digitainment <p>Themenhotels etablieren (Sport, Design, Digital Detox – Offline Hotel, Gourmet, Natur)</p>	2	siehe B.1.9	Handlungsempfehlung an Hoteliers
B.2.2	<p>Hotelangebote im Bereich Wellness Light – Low-Function Hotels (modern, zeitgemäß, qualitäts- aber preisbewusst)</p> <p>Angebote im Themenbereich Entspannung, Erholung und Wohlbefinden (ehr passive Wellnessgäste). Hotels mit Wellness-Infrastruktur (Bäder, Nasszonen)</p>	2	siehe B.1.9	Handlungsempfehlung an Hoteliers
B.2.3	<p>Hotelangebote im Bereich Ganzheitliche Wellness</p> <p>Gesundheit erhalten, aktive Erholung und Prävention (aktive Wellnessgäste). Hotels mit Wellness-Infrastruktur und Wellness-Anwendungen</p>	2	siehe B.1.9	Handlungsempfehlung an Hoteliers
B.2.4	<p>Hotelangebote im Bereich Medical Wellness</p> <p>Gesundheitsförderung, Prävention (gesundheitsorientierte Wellnessgäste). Hotels mit Wellness-Infrastruktur, Wellness-Anwendungen und professioneller Betreuung sowie ärztlicher und psychologischer Betreuung zur umfassenden Gesundheitsförderung und -prävention</p>	2	siehe B.1.9	Handlungsempfehlung an Hoteliers

Maßnahmenkatalog - Auszüge

B.4	ZIEL: Aufwertung Kurpark	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
B.4.1	Umfassende Modernisierung des Kurparks: Erstellung eines Gesamtkonzepts, Freianlagenplanung zur Neugestaltung der Kurpark-Zugänge, Sanierung der Themengärten sowie Neugestaltung der zentralen Plätze im Kurpark inkl. Wege- und Beleuchtungskonzept	1	ca. 5 Mio €	Gemeinde, RÖFE, Bayernwerk AG
B.5	ZIEL: Verknüpfung der Parkanlagen zu einem „Grünen Band“	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
B.5.1	Rahmenplanung/Übergeordnetes Freiraumkonzept für die Bereiche Ortseingang am Kurpark, Kurpark, neuer Park am östlichen Ortsrand, Bürger- und Freizeitpark und grüne Verbindung entlang der Münchener Straße zum Ortseingang / Kößlarner Bach / Erlbach	1	ca. 10.000,- €	Gemeinde
B.5.2	Gestaltung des neuen Parks am östlichen Ortsrand als Übergang in die Landschaft und Verbindung der bestehenden Parkanlagen	2	ca. 800.000,- €	Gemeinde + StBauF
B.5.3	Gestaltungskonzept für die grüne Verbindung zwischen Bürger-/ Freizeitpark und südwestlichem Ortseingang unter Berücksichtigung der bestehenden Grünstrukturen und Streuobstwiesen	2	ca. 10.000,- €	Gemeinde
B.5.4	Modernisierung des Bürger- und Freizeitparks unter Berücksichtigung der Bedarfe von Familien, Kindern und Jugendlichen, gestalterische Einbindung des Birkenwegs	1	ca. 1 Mio €	Gemeinde + StBauF

Profilierung Würding

Dachbotschaft

der familiäre Standort, aktiv, kinder- und **familienfreundlich**,
Entschleunigung und Wellness in der Natur

Kommentar

In Würding wird vor allem das **Thema Wasser** mit dem Kößlaner Bach thematisiert. Der Bach sollte hierfür schrittweise ausgebaut werden und **Angebote für Kinder und Familien** bieten. Das Thema zeichnet sich durch eine erlebnisreiche, **fröhliche und aktive Stimmung** aus.

Das Thema Wasser bietet **Entspannung und Kontemplation** z. B. beim Angeln in den Fischteichen.

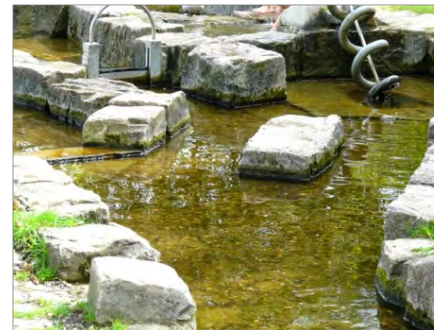


Profilierung Würding

Angebote

Grillplatz, Angeln, **Wassererlebnispfad** - Kößlaner Bach, naturnahes Wassererlebnis, **Staudämme**, **Wasserpumpen**, Kneipp, Barfußpfad, Brücken und (Rund-)Wege etc.

Angeln, Entspannung, **Entschleunigung**, Kräutergarten

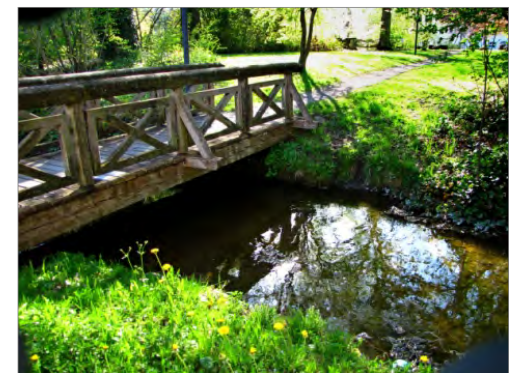


Rahmenplan Würding



- LEGENDE**
- Gebäude mit Denkmalschutz
 - Zentrale und soziale Nutzungen
 - Erhaltene landwirtschaftliche Hofstellen
 - Potentialflächen für Nachverdichtung / Wohnbauflächen
 - Vorhandene Beherbergungsbetriebe / kuratline Nutzungen
 - Zone 1: Ausschließlich Nutzungen von EZH / Gastronomie / Hotellerie und Beherbergung/ Kur- und Bäderbetrieb
 - Zone 2: Vorwiegend Nutzungen von EZH / Gastronomie / Hotellerie & Beherbergung
 - Kernbereich mit dem Ziel des Erhalts der historischen und für die Profilierung prägenden Siedlungsstruktur
 - Aktivierung der traditionellen Höfe gemäß Profilierung d. Ortsteils
 - Erhalt prägender, ortstypischer Gebäudekanten
 - Flächen mit platzartigem Charakter zur Schaffung hoher Aufenthaltsqualität und Identitätsbildung im Sinne der Profilierung
 - Wichtige innerörtliche Wegeverbindungen zentraler Punkte
 - Wegeverbindungen in die umliegende Landschaft und Verbindung von wichtigen Freiräumen / Parkanlagen untereinander
 - Bereiche mit einer hohen Verkehrssicherheit für Fußgänger und Radfahrer und einer visuellen Verknüpfung der für die Profilierung zentralen Bereiche
 - wichtige innerörtliche Erschließungsstraßen
 - Haupterschließungsstraße
 - Neugestaltung des Freiraums, je nach Standort z. B. neue Parkanlagen zur intensiven Nutzung, extensive Blühflächen zur Verschönerung des Ortsbilds, Fläche für Interventionen im Sinne der Profilierung
 - Sanierung und Neugestaltung zentraler Bereiche des Kurparks - vor allem Eingangssituationen und Themengärten
 - Gewässer zugänglich gestalten, Wasser erlebbar machen, je nach Standort naturnah oder inszeniert
 - Obstbäume Bestand / Planung
 - Einzelbäume und Gehölzgruppen Bestand / Planung

Exemplarische Darstellung | Kößlarner Bach



Maßnahmenkatalog - Auszüge

Handlungsfeld/-raum: WÜRDING				
W.1	ZIEL: Renaturierung des Kößlarner Bachs	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
W.1.1.	Abstimmung mit der Gesellschaft zur Förderung der bayerischen Landesgartenschauen mbH bzgl. möglicher Durchführung einer kleinen Gartenschau „Natur in Würding“, Entwicklung eines Rahmenkonzeptes zur Renaturierung und zum Erlebarmachen des Kößlarner Bachs in Abstimmung mit dem WWA, der UNB und dem Zweckverband zur Unterhaltung von Gewässern III. Ordnung im LKR PA-FRG	1	ca. 25.000,- €	Gemeinde, LGS, WWA, Zweckverband zur Unterhaltung Gewässer III. Ordnung, Landratsamt UNB
W.1.2.	Renaturierung Bachlauf und Anlegen eines naturnahen Parks mit Spiel-, Erholungs- und Aktivitätsbereichen mit qualitativvollen Ausstattungselementen, Neubau von Wegen, Stegen und Brücken, Steinstufen und Holzdecks, Rahmenbildende Pflanzmaßnahmen mit heimischen Gehölzen und Stauden	1	Kosten stark abhängig von Flächenverfügbarkeit und Konzept	Gemeinde + StBauf + ggf. LGS, WWA, Zweckverband zur Unterhaltung Gewässer III. Ordnung, Landratsamt UNB
W.2	Ziel: Erlebnis Kößlarner Bach	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
W.2.1	Wettbewerbe und Erlebnisse rund um den Kößlarner Bach <ul style="list-style-type: none"> • Staudammwettbewerb • Modellschiffe • Didaktisches Programm – Fließgeschwindigkeit, Sedimente etc. • Zielwerfen Wasserballons, Wasserpingpong, Tellerdusche, mit Gummistiefeln Wasser holen, Schubkarrentransport, Schlamm ist gesund ... 	2	10.000,- €	Gemeinde + StBauf

Maßnahmenkatalog - Auszüge

W.3	ZIEL: Neugestaltung der Unteren Inntalstraße als zentrales verbindendes Element und prägenden Straßenraum für die Attraktivität Würdings	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
W.3.1	Neugestaltung und Aufwertung des Knotenpunkts zwischen Hochrainstraße und Unterer Inntalstraße mit dem Ziel der Schaffung einer kleinen Platzfläche mit Aufenthaltsqualität für Fußgänger und Radfahrer (Bänke, Orientierungsmöglichkeit,....etc.)	2	ca. 300.000,- €	Gemeinde + StBauF
W.3.2	Erlebbarere Verknüpfungen zwischen Unterer Inntalstraße und neuer Parkanlage am Kößlamer Bach durch neue Wege und Brücken sowie Gestaltung der Eingangsbereiche zum Park	1	ca. 100.000,- €	Gemeinde + StBauF, Grundstückseigentümer
W.3.3	Neugestaltung der Unteren Inntalstraße unter Einbeziehung der angrenzenden Vorgartenzone und Schaffung von „Nischen“, Begegnungsräumen zur Rast und zum Aufenthalt, Sitzgelegenheiten an Orten mit Sicht auf markante Gebäude, blühende Wiesen, den Kößlamer Bach etc., Beleuchtungs- und Bepflanzungskonzept (Leitbaumart)	2	Kosten stark abhängig von Flächengröße und Ausstattung	Gemeinde + StBauF + ALE, Grundstückseigentümer
W.3.5	Entwicklung von Gestaltungsleitlinien für Vorgärten, Vorbereiche, Freischankbereiche und Einfriedungen im Sinne eines attraktiven, wiedererkennbaren, familiären und vertrauten Ortsbildes. <ul style="list-style-type: none"> • Unter Einbeziehung und intensiver Information der Grundstückseigentümer • als Grundlage für eine Förderung von Maßnahmen zur Aufwertung der privaten Vorgartenbereiche 	2	ca. 15.000,- €	Gemeinde + ALE, Grundstückseigentümer

Profilierung Eggfing

Dachbotschaft

Landwirtschaft und landwirtschaftliche Themen erleben und den **Zusammenhang von Ursprung, Produktion** und Produkt erfahren.

Kommentar

Bedürfnis nach **Einfachheit, Echtheit, regionaler Nähe, Gesundheit und Genuss** – kurz nach guten Produkten für ein gutes „normales“ Leben. Natürlichkeit und Nachvollziehbarkeit will erlebt werden.

Eggfing knüpft hier an und bietet das **Erlebnis regionaler Produktion und Produkte, traditionelle Herstellungstechniken und Handwerk**. Frischemärkte, Kartoffelfeste oder **Scheunengastronomie** und **Urlaub auf dem Bauernhof** intensivieren den unverfälschten Genuss. Sehnsucht nach **frischem, authentischen und natürlichen unbelasteten Leben**. Leben auf dem Land.



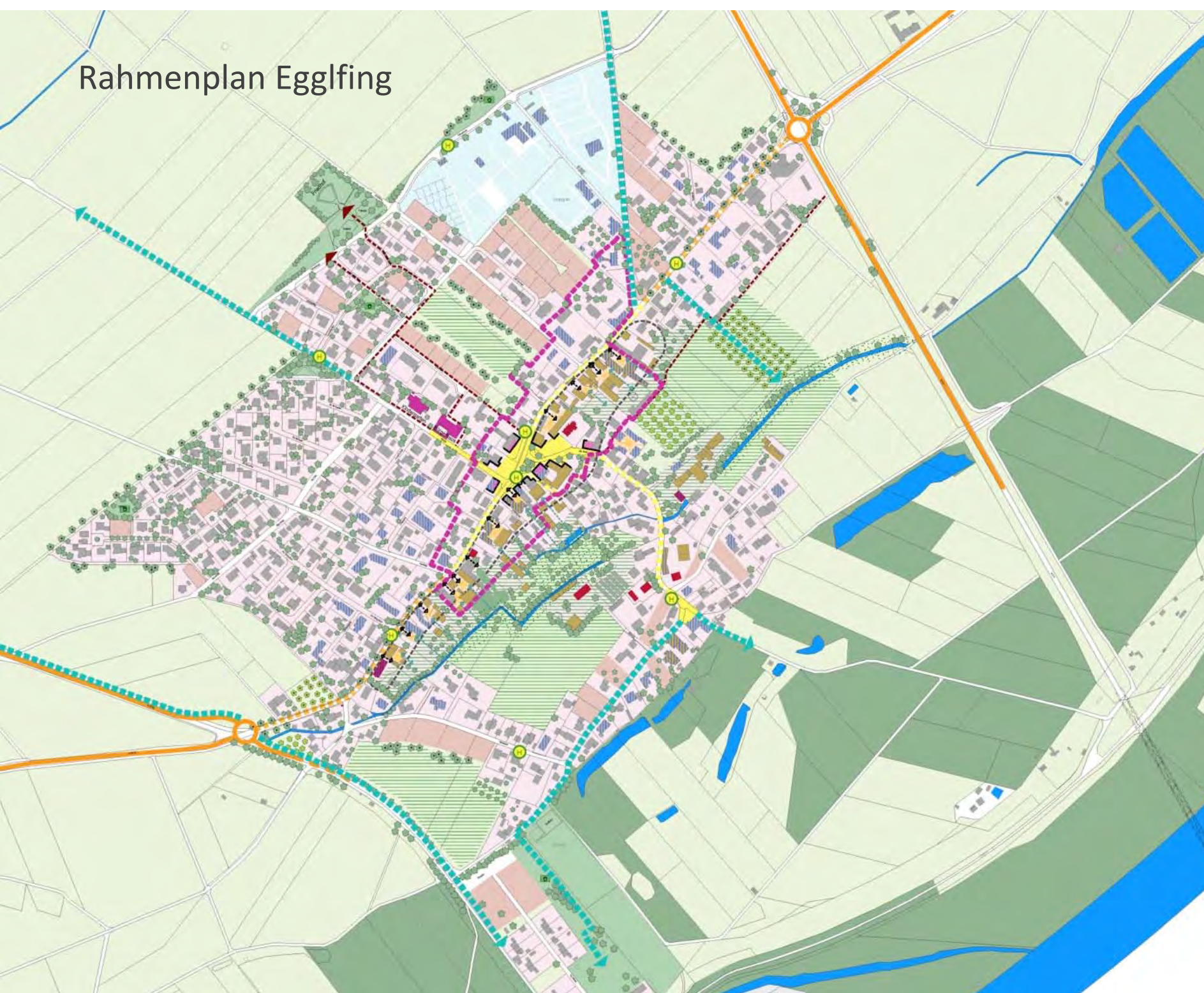
Profilierung Eggfing

Angebote:

Kartoffelfest, Gemeinsame Kartoffelernte, Honigbienen, Frischemarkt, Erntefeste, Antikstadl, historische Landwirtschaftsmaschinen und ursprüngliche Techniken Sägwerk mit Geschichte der Auwaldbewirtschaftung, Haflinger Hof mit Reiten, Kutschfahrten etc.



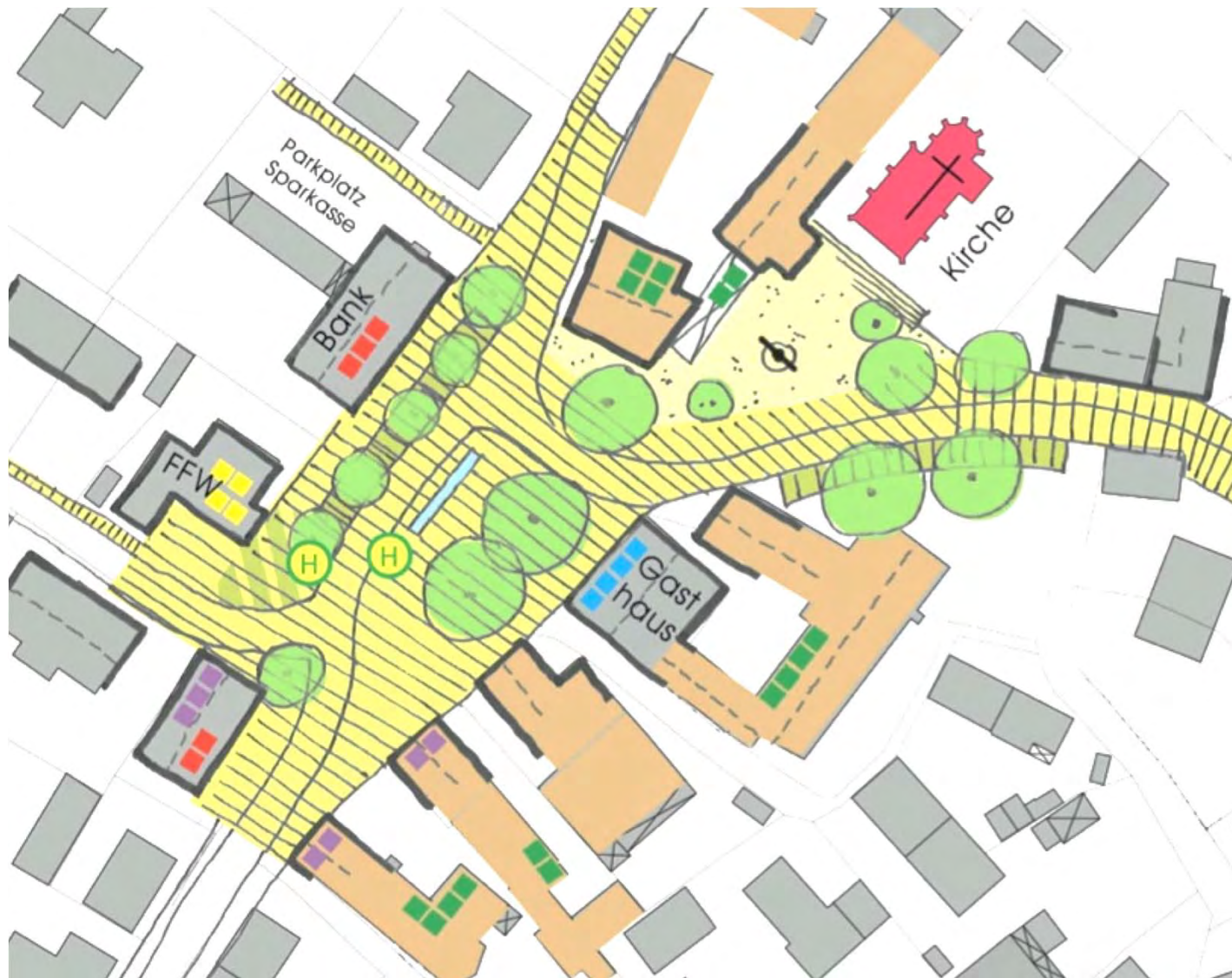
Rahmenplan Egglfing



- LEGENDE**
- Gebäude mit Denkmalschutz
 - Zentrale und soziale Nutzungen
 - Erhaltene landwirtschaftliche Hotelien
 - Potentialflächen für Nachverdichtung / Wohnbauflächen
 - Vorhandene Beherbergungsbetriebe / kuratline Nutzungen
 - Zone 1: Ausschließlich Nutzungen von EZH / Gastronomie / Hotelierie und Beherbergung/ Kur- und Bäderbetrieb
 - Zone 2: Vornehmlich Nutzungen von EZH / Gastronomie / Hotelierie & Beherbergung
 - Kernbereich mit dem Ziel des Erhalts der historischen und für die Profilierung prägenden Siedlungsstruktur
 - Aktivierung der traditionellen Hote gemäß Profilierung d. Ortsteils
 - Erhalt prägender, ortstypischer Gebäudefakten
 - Flächen mit platzartigem Charakter zur Schaffung hoher Aufenthaltsqualität und Identitätsbildung im Sinne der Profilierung
 - Wichtige innerörtliche Wegeverbindungen zentraler Punkte
 - Wegeverbindungen in die umliegende Landschaft und Verbindung von wichtigen Freiräumen / Parkanlagen untereinander
 - Bereiche mit einer hohen Verkehrssicherheit für Fußgänger und Radfahrer und einer visuellen Verknüpfung der für die Profilierung zentralen Bereiche
 - wichtige innerörtliche Erschließungsstraßen
 - Haupterschließungsstraße
 - Neugestaltung des Freiraums, je nach Standort z. B. neue Parkanlagen zur intensiven Nutzung, extensive Blühflächen zur Verschönerung des Ortsbilds, Fläche für Interventionen im Sinne der Profilierung
 - Sanierung und Neugestaltung zentraler Bereiche des Kurparks - vor allem Eingangssituationen und Themengärten
 - Gewässer zugänglich gestalten, Wasser erlebbar machen, je nach Standort naturnah oder inszeniert
 - Obstbäume Bestand / Planung
 - Einzelbäume und Gehölzgruppen Bestand / Planung



Exemplarische Darstellung | „Umgestaltung Ortsmitte“



Maßnahmenkatalog - Auszüge

E.3	ZIEL: Bewahren / Schützen der ursprünglichen landwirtschaftlichen Strukturen und Aktivierung einzelner Gebäude und Hofstellen im Sinne der Profilierung	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
E.3.1	Reaktivierung und Umbau bestehender ehemaliger landwirtschaftlicher Nebengebäude für neue Nutzungen zur Erlebarmachung der Landwirtschaft im Ort für Gäste <ul style="list-style-type: none"> • Etablierung einer Ausstellung ehemaliger landwirtschaftlicher Geräte und historischer Techniken im alten Stadl am Dorfplatz • Verknüpfung mit den örtlichen Nutzungen/Aktivitäten sowie mit den bestehenden landwirtschaftlichen Betrieben im Ortskern • Unterstützung von Initiativen zur Aktivierung der Grundstückseigentümer (vgl. M... Regionalmanagement) 	1	Kommunales Förderprogramm zur Unterstützung von Initiativen ca. 10.000 €/Jahr	Aktivierung durch Gemeinde + Initiative über lokale Akteure und Vereine; Einbindung privater Grundstückseigentümer
E.3.2	Aufstellung eines Bebauungsplans für den Erhalt des historischen Charakters des Ortskerns mit den ortsbildprägenden ostseitigen Hofstellen und deren Bauformen.	2	ca. 40.000,- €	Gemeinde

Maßnahmenkatalog - Auszüge

E.4	ZIEL: Erlebarmachung der landwirtschaftlichen Elemente und Verknüpfung mit dem dörflichen Straßenraum zur Identitätsentwicklung	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
E.4.1	Erstellung eines Tourismuskonzepts entsprechend der Dachbotschaft u.a. mit <ul style="list-style-type: none"> • Regionale Anbauprodukte erleben, be- und verarbeiten und Einweckprodukte anbieten (Honigbienen, Kartoffeln, Brot, Kräuter, Käse,...) mit Vermarktung • Regelmäßig Frische- /Bauernmarkt im Ortszentrum realisieren • Hofgarten erleben und bewirtschaften • Antike landwirtschaftliche Gerätschaften präsentieren • Sägewerk für Touristen attraktiv machen (auch Holzbearbeitung und Holzprodukte) • Haflinger Pferde erleben (Kutschfahrten, geführte Reitstrecken, Feldbearbeitung ...) • Hofstreichelzoo, Tier- und Spielpark (Hunde, Katzen, Hasen, Schafe, Pony, Esel, Hängebauchschweine, Hühner , Meerschweinchen ...) 	2	15.000,- €	Gemeinde + StBauF
E.4.2	Initiierung von Events zur Erlebarmachung der Landwirtschaft mit Einbeziehung der Gäste <ul style="list-style-type: none"> • Erntedank • Kartoffelfest • Handwerker- und Trödelmarkt • Hofflohmarkt • Verkostungsabende • Heimatabend, Singabend (Scheune) • Ostereiersuche 	2	10.000,-	Gemeinde + StBauF
E.4.3	Internetauftritt und Multichanneling	2	8.000,- €	Gemeinde + StBauF

Maßnahmenkatalog - Auszüge

E.5	ZIEL: Sicherung und behutsame Weiterentwicklung des historisch wertvollen Charakters der Innwerksiedlung	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
E.5.1	Aufstellung eines Bebauungsplans mit Grünordnungsplan zur Sicherung des historisch wertvollen Bestandes und Schutz vor weiterer Überformung mit behutsamer Ergänzung der Siedlung im ortsbildtypischen Baustil.	1	ca. 83.000,- €	Gemeinde
E.5.2	Neuanlage und attraktive Gestaltung des Parkplatzes für Sportplatz und Gäste der Innauen mit eindeutiger Beschilderung, um unnötigen Parksuchverkehr in der Siedlung zu vermeiden.	2	ca. 35.000,- €	Gemeinde
E.5.3	Entwicklung einer Gemeinschaftsgrünfläche als Übergang zwischen Siedlung und Sportplatz, Extensivierung von Teilflächen (Spenderfläche für Blühendes Passauer Land)	2	ca. 200.000,- €	Gemeinde
E.5.4	Erweiterung und Aufwertung des bestehenden Spielplatzes zu einem naturnah gestalteten Spielplatz mit vielfältigem Angebot als wichtiger Anlaufpunkt für Kinder aus Eggfing und für Gäste mit Kindern	2	ca. 30.000,- €	Gemeinde
E.5.5	Umbau und Umnutzung des ehem. Bauhofs für gemeinschaftliche Nutzungen durch die Vereine inkl. Infozentrum zu Innauen und Innwerk für Gäste	3	ca. 500.000,- € je nach baulichem Zustand des Gebäudes und Eigenleistung der Nutzer	Gemeinde + ggf. RÖFE; Eigenleistung der Vereine

Profilierung Aigen

Dachbotschaft:

Dorferlebnis, Dorfgemeinschaft, historische Bausubstanz, traditionelles Handwerk ländliche Idylle - ländliche Romantik

Kommentar:

In Aigen wird der historische Charakter mit dem entsprechenden Gebäudebestand thematisiert. Räumlich markant sind Freiflächen und Streuobstwiesen. Traditionelles dörfliches Leben und traditionelles ländliches Handwerk bzw. Handwerksprodukte stehen im Mittelpunkt. Leuchtturm - Leonhardi Ritt und Museum.



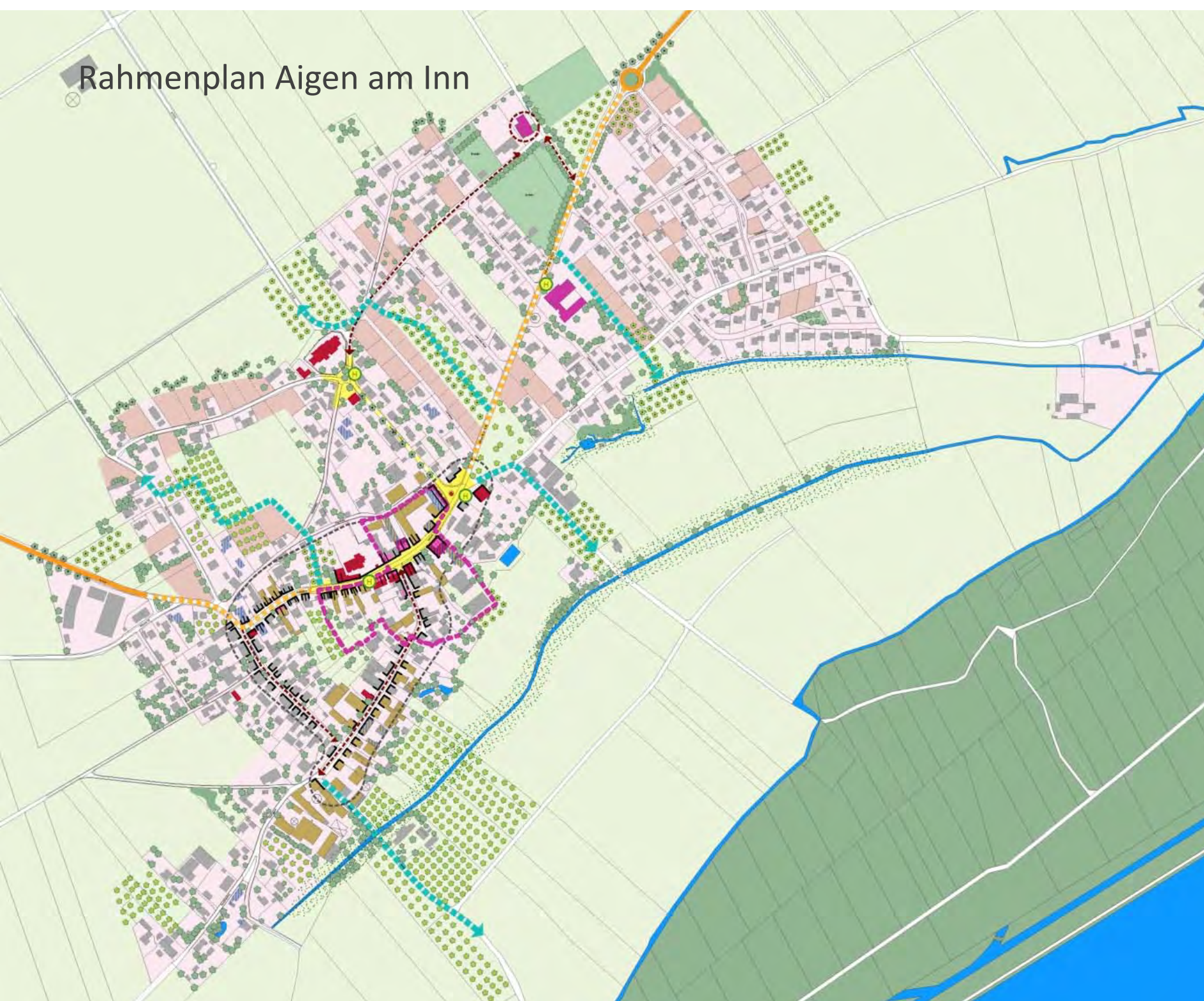
Profilierung Aigen

Angebote:

Vereinsleben und Vereinsfeste
(Maifest, Schützenfest, Leonhardi-Tag, Leonhardi Umzug, Sonnenwendfeier, Faschingsumzug etc.)
Wiesepicknick
(Streuobstwiesen),
Obstwiesenfeste,
Obstwiesenernte, **Gartenmusik,**
der **literarische Garten,**
traditionelles Handwerk,
Handwerkermarkt, Töpferei,
Hausbrennerei, offene Werkstatt



Rahmenplan Aigen am Inn



- LEGENDE**
- Gebäude mit Denkmalschutz
 - Zentrale und soziale Nutzungen
 - Erhaltene landwirtschaftliche Hotelteilen
 - Potentiellflächen für Nachverdichtung / Wohnbauflächen
 - Vorhandene Beherbergungsbetriebe / kuratline Nutzungen
 - Zone 1: Ausschließlich Nutzungen von EZH / Gastronomie / Hotellerie und Beherbergung/ Kur- und Bädetrieb
 - Zone 2: Vornehmlich Nutzungen von EZH / Gastronomie / Hotellerie & Beherbergung
 - Kernbereich mit dem Ziel des Erhalts der historischen und für die Profilierung prägenden Siedlungsstruktur
 - Aktivierung der traditionellen Höfe gemäß Profilierung d. Ortsteils
 - Erhalt prägender, ortstypischer Gebäudeformen
 - Flächen mit platzartigem Charakter zur Schaffung hoher Aufenthaltsqualität und Identitätsbildung im Sinne der Profilierung
 - Wichtige innerörtliche Wegeverbindungen zentraler Punkte
 - Wegeverbindungen in die umliegende Landschaft und Verbindung von wichtigen Freiräumen / Parkanlagen untereinander
 - Bereiche mit einer hohen Verkehrssicherheit für Fußgänger und Radfahrer und einer visuellen Verknüpfung der für die Profilierung zentralen Bereiche
 - wichtige innerörtliche Erschließungsstraßen
 - Haupterschließungsstraße
 - Neugestaltung des Freiraums, je nach Standort z. B. neue Parkanlagen zur intensiven Nutzung, extensive Blühflächen zur Verschönerung des Ortsbilds, Fläche für Interventionen im Sinne der Profilierung
 - Sanierung und Neugestaltung zentraler Bereiche des Kurparks - vor allem Eingangssituationen und Themengärten
 - Gewässer zugänglich gestalten, Wasser erlebbar machen, je nach Standort naturnah oder inszeniert
 - Obstbäume Bestand / Planung
 - Einzelbäume und Gehölzgruppen Bestand / Planung

Zukunft
Bad Füssing

GEMEINDE BAD FÜSSING
INTEGRIERTE ORTSENTWICKLUNGSPLANUNG
MIT POSITIONIERUNGSKONZEPT

Stand 30.03.2016



DRA GOMIR
STADTPLANUNG

FREIRAUMSTUDIO
Landschaftsarchitektur & Stadtplanung

Exemplarische Darstellung | „Öffnung Pfarrgarten“



Exemplarische Darstellung | „Umgestaltung Leonardstraße / Herrenstraße“



Maßnahmenkatalog - Auszüge

A.1	ZIEL: Neuordnung des Straßenraums zur klaren Definition des Eingangsbereichs zum historischen Ortskern, Verkehrsberuhigung + Schaffung einer übersichtlichen und verständlichen Kreuzungssituation + Erhöhung der Verkehrssicherheit im Kindergartenumfeld	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
A.1.1	<p>Neugestaltung des Knotenpunktes an der Irchinger Straße / Leonhardi Straße inkl. intensiver Abstimmung mit den Anliegern, Betroffenen (Kindergarten und Kriegerdenkmal) und den Fachbehörden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung eines identitätsstiftenden Ortseingangspunkts • Dorflinde als prägendes kulturelles und ortsbildprägendes Element • Erhöhung der Verkehrssicherheit für alle Verkehrsteilnehmer (inkl. Schaffung einer eindeutigen und verständlichen Verkehrsführung) und Entschleunigung des Verkehrs bei der Einfahrt in den historisch geprägten und belebten Teil Aigens • Einbindung der Anbindung an die Kirche St. Leonhard und des Leonhardimuseums und die Verknüpfung mit der Ortsmitte 	1	ca. 300.000,- €	Gemeinde + StBauF / ALE
A.2	ZIEL: Aufwertung der Verbindung zwischen Kirche St. Leonhard, Leonhardi-Museum und Ortskern	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
A.2.1	Neugestaltung und Begrünung der historisch und touristisch wichtigen Verbindung entlang der Leonhardstraße und Römergasse durch einheitliche Belagsgestaltung nach historischem Vorbild (in Anlehnung an die bereits erfolgte Neugestaltung der Herren Straße) und zusätzliche Begrünung durch Baumpflanzungen	2	ca. 200.000,- €	Gemeinde + StBauF / ALE
A.2.2	Aufwertung und Pflege von wichtigen Ruhepunkten entlang dieser Verbindungen (z.B. Denkmal am Römerweg) durch z.B. Erneuerung der Bänke, aufstellen von Mülleimern, Informationstafeln zur historischen Entwicklung und Geschichte Aigens a. Inn., etc.	2	ca. 10.000,- €	Gemeinde + StBauF / ALE

A.3	ZIEL: Schaffung einer deutlichen Ortsmitte mit Bezug zur Geschichte und Tradition Aigens	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
A.3.1	Schaffung eines überschaubaren attraktiven Dorfplatzes im Ortszentrum direkt in Anlehnung an die Kirche und die umliegende historische Bausubstanz mit direktem Übergang und Erlebbarkeit der angrenzenden Streuobstwiese im ehemaligen Pfarrgarten; in Abstimmung mit den Grundstückseigentümern und zukünftigen Nutzern (z.B. Dorffeste, Tanz + Musikveranstaltungen, Meditative + spirituelle Events);	1	ca. 150.000,- €	Gemeinde + StBauF / ALE
A.3.2	Integration von traditionellen Handwerkselementen und historischen Elementen in die Gestaltung des Dorfplatzes im Sinne einer kulturellen Ausstellung des ursprünglichen Aigen am Inn und zur Steigerung der Identifikationsmöglichkeiten mit dem Ort; Integration von meditativen und spirituellen Elementen	1	ca. 20.000,- €	Gemeinde + StBauF / ALE

A.4	ZIEL: Erlebarmachung der engen Verknüpfung zwischen historischem Ortskern und Kultur, Tradition und lokalem Handwerk im Sinne der Profilierung	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
A.4.1	<p>Erstellung eines Tourismuskonzepts entsprechend der Dachbotschaft u.a. mit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traditionelles Handwerk erleben durch Vorführungen und Ausstellungen • Verstärkte Etablierung einer traditions- historisch orientierten Ausrichtung der bereits stattfindend Dorffeste als attraktive Veranstaltungen für Gäste (Maifest, Schützenfest, Sonnenwendfeier, Faschingsumzug • Leonhardi-Tag/Ritt • Spirituelles Angebot aufbauen: Kontemplative, philosophische Veranstaltungen, Lebenskrise, Lebenssinn • Etablierung regelmäßiger kultureller (musischer und bildender Kunst) Events , auch in Verbindung mit der lokalen Gastronomie (z.B.: Verköstigungen traditioneller Spezialitäten, Kochevents) • OpenAir Haus- und Kammermusik unter Obstbäumen, • Tanz in den Mai bei Dorflinde mit Trachtenverein, • Ausstellungen von Kunst und Handwerkskunst, etc. • Kulturelle Landpartie • Offene Gartenpforten • Erntefest 	1	15.000,- €	Gemeinde + StBauF
A.4.2	Internetauftritt und Multichanneling	1	8.000,- €	Gemeinde + StBauF

Profilierung, Konzept und Maßnahmen für die Landschaftsentwicklung unter besonderer Berücksichtigung des Wassers

Profilierung Landschaft und Wasser

Dachbotschaft

Bewusstes **Erleben von Natur und Landschaft**, Sehnsuchterfüllung nach einem ursprünglichen Rückzugsort, Gestaltung von natürlichen und **ästhetischen Wohlfühloasen**. Landschaft als Entschleunigungs- und Erholungsraum. **Besondere Highlights** setzen Akzente.

Kommentar

Bad Füssing besitzt mit seinen verschiedenen Landschaftselementen und vor allem den **Inn-Auen** ein hohes **landschaftliches Potential**, das noch nicht voll ausgeschöpft wird. Ziel ist es, die „Gesundheitsressource“ Landschaft in Wert zu setzen, die Besonderheiten des Elementes **Wasser** sichtbar und erlebbar zu machen und Zugänglichkeiten zu schaffen.



Profilierung Landschaft und Wasser

Angebote

Blühstreifen und Baumreihen entlang von Wegen und an landwirtschaftlichen Flächen, Ergänzung bestehender **Streuobstwiesen**, Aussichtsplattform am Inn, **Renaturierung** der Altarme, Anlegen von **Augärten** und Auenpfaden, Entwicklung eines Naturbads



Die drei Leitthemen der Landschaftsentwicklung

Landschaftslinien Lieblingsorte Wasserlandschaften

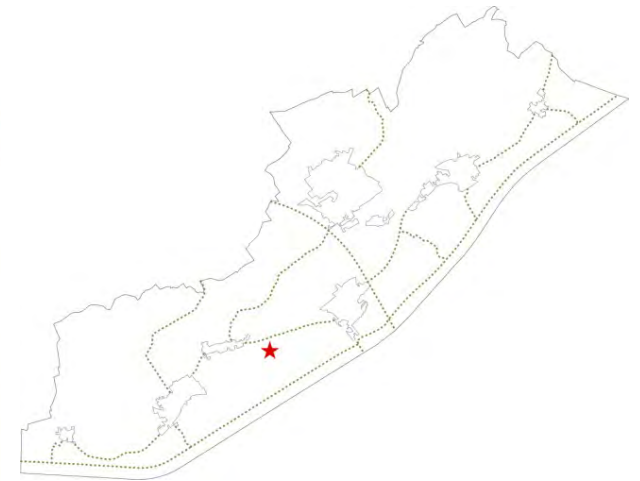
- Ein **Netz** aus verschiedenen Landschaftselementen
- Kombination aus **linearen und punktuellen** Landschaftselementen, die in Verbindung stehen
- Herausarbeiten der **spezifischen Eigenarten** der Landschaft
- Die „**Heile Welt**“ wird sichtbar
- Teil des Netzes: Straßen, Wege, **Plätze** und gestaltete Parkanlagen, **Bachläufe**, Innauen, **landwirtschaftlichen Flächen** und Wälder
- Umsetzung der Leitthemen als **behutsame Inszenierung** oder auch radikale Veränderung
- Neues Orientierungssystem soll Landschaftselemente vernetzen - „**Erlebnismei**len“
- Schaffung einer **neuen Identität**

Landschaftslinien

- Lineare Strukturen, in der Landschaft ablesbar, leitend, verbindend, abwechslungsreich, entschleunigend
- Beispiel: Blühstreifen, Baumreihen, eindeutige Wegeführung

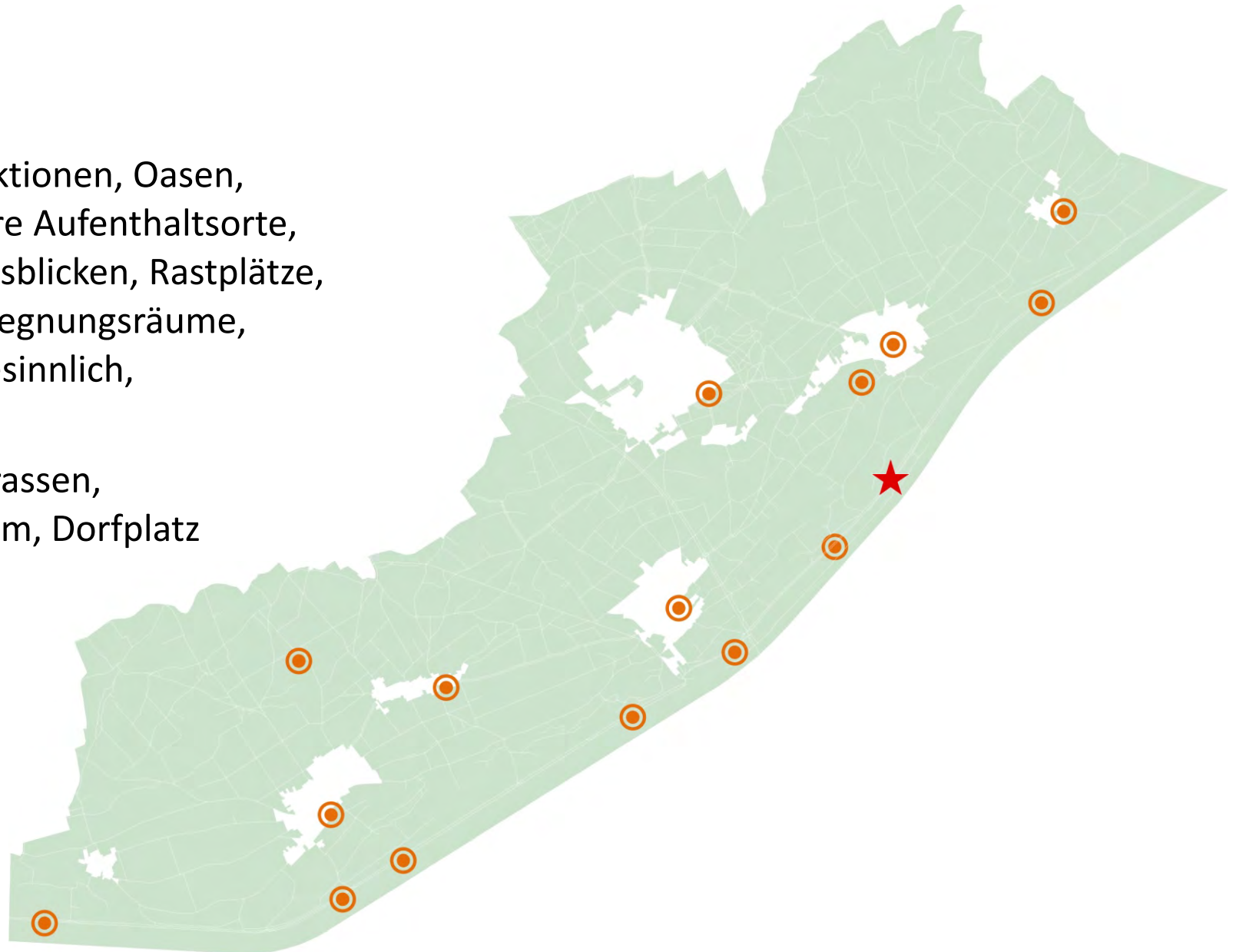


Landschaftslinien

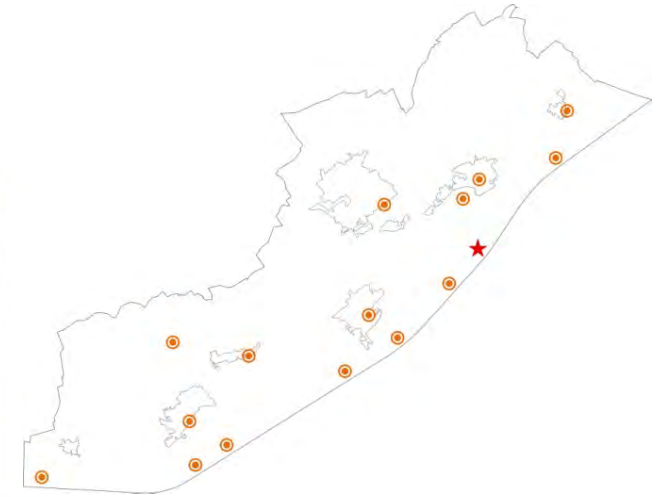
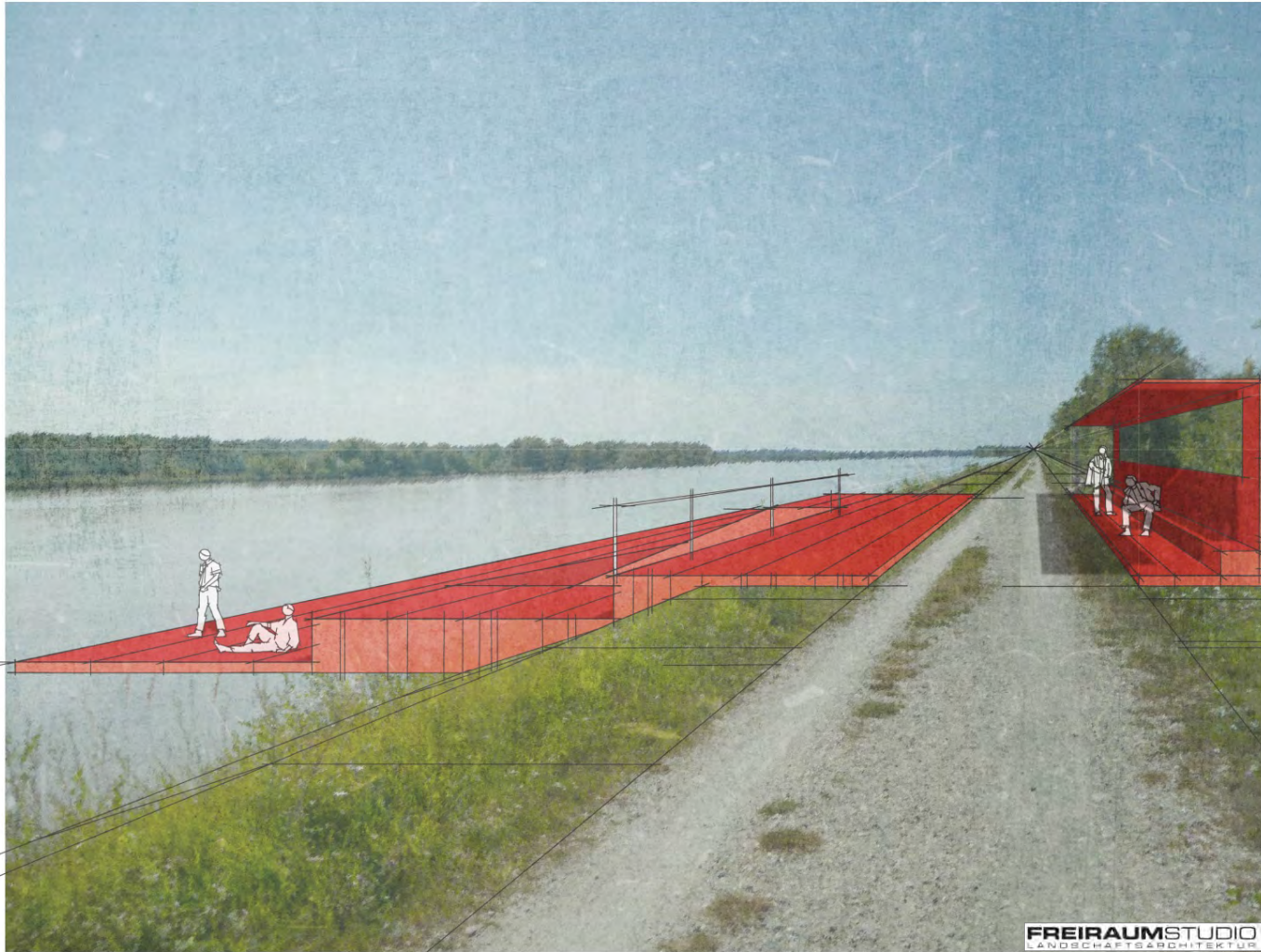


Lieblingsorte

- Punktuelle Attraktionen, Oasen, Perlen, besondere Aufenthaltsorte, Stationen mit Ausblicken, Rastplätze, Verweilorte, Begegnungsräume, entspannend, besinnlich, erlebnisreich
- Beispiel: Inn-Terrassen, Aussichtsplattform, Dorfplatz



Lieblingsorte



Wasserlandschaften

- Wasser berühren, sehen, erfahren, hören, spüren, Renaturierung von Bachläufen, Altarme zugänglich machen, Wasser als besonderes Element erlebbar gestalten, als kraftvolles Landschaftselement einbinden
- Beispiel: Naturnahe Parkanlage am Kößlarner Bach, Holzstege über Altarme

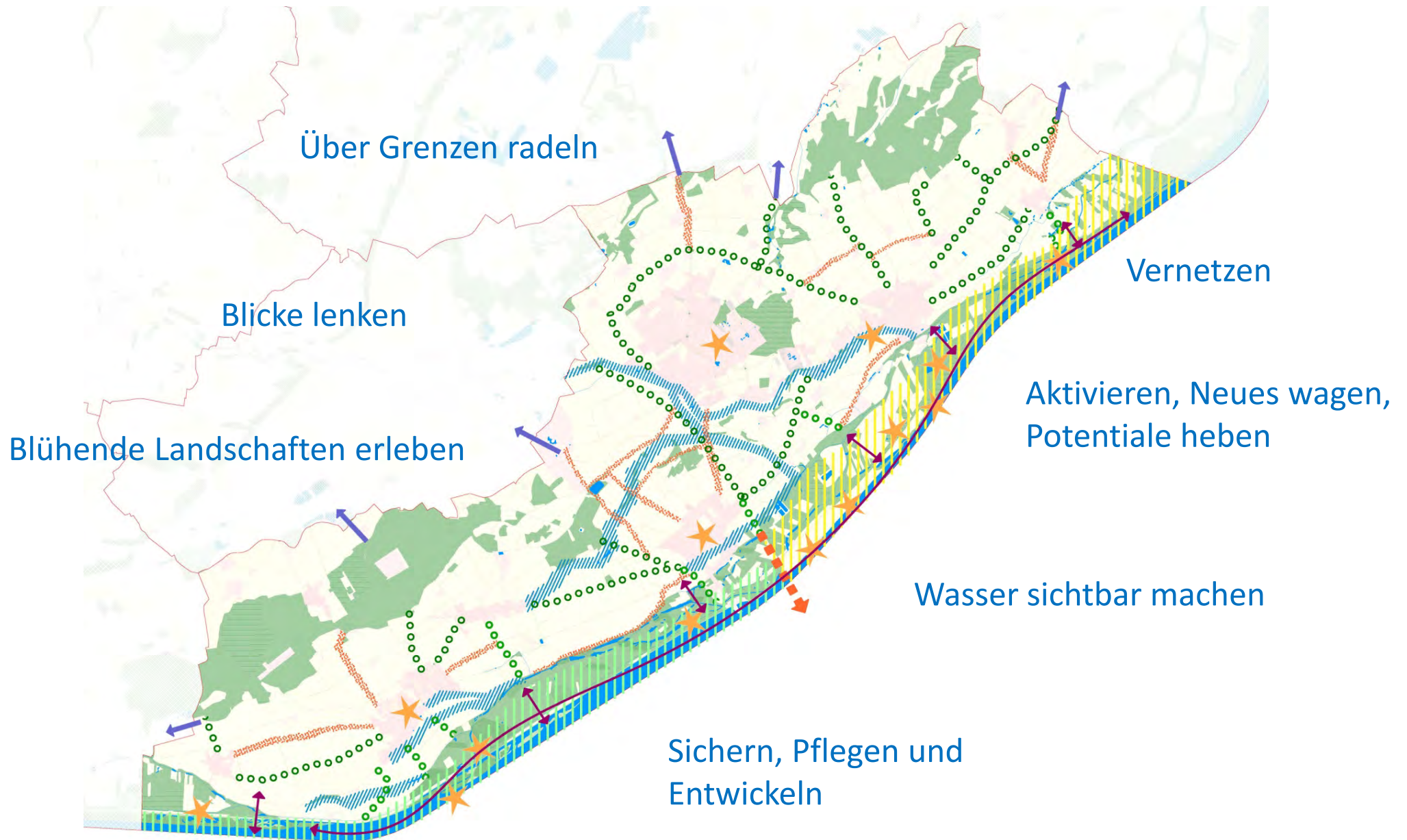


Wasserlandschaften

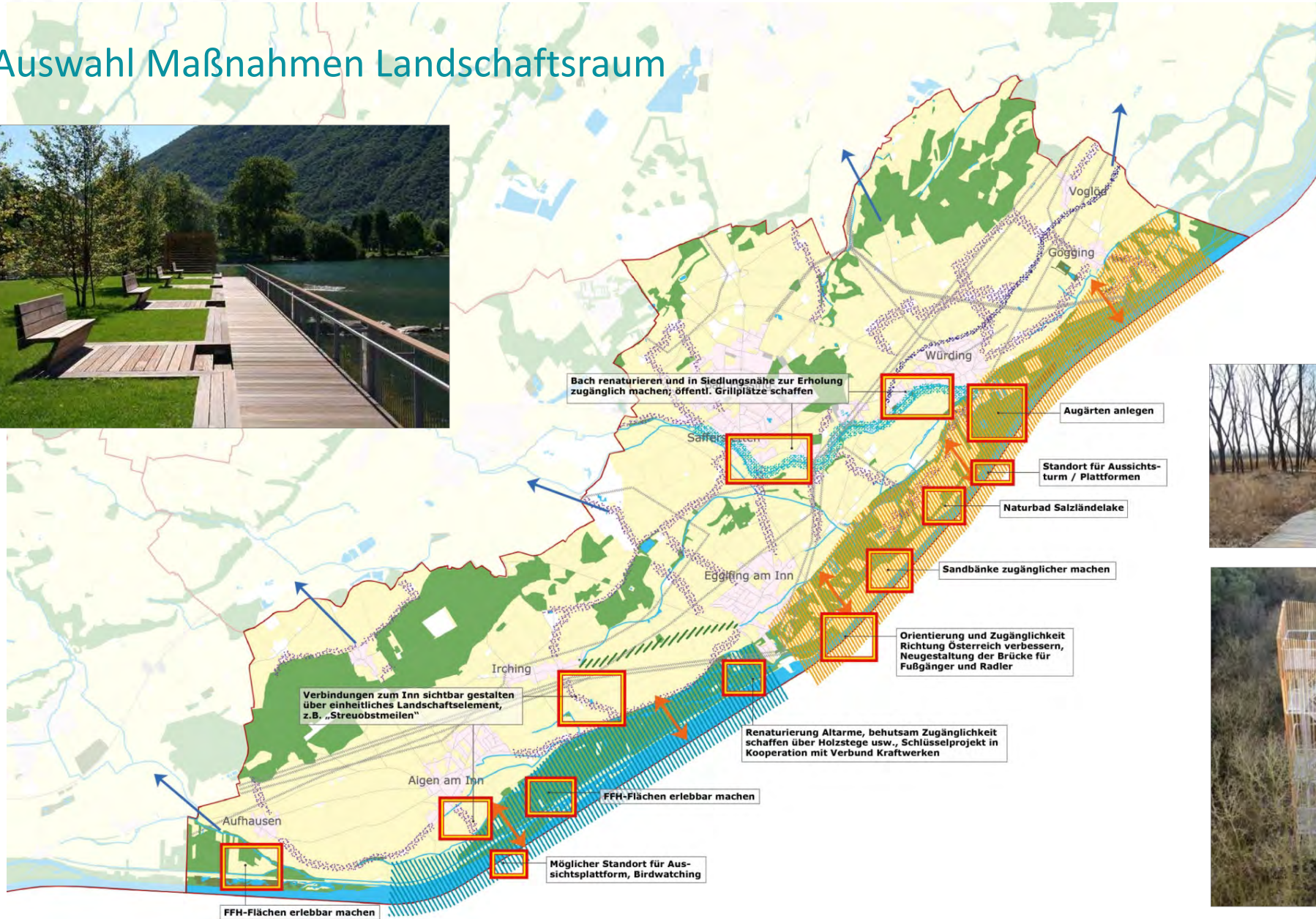


FREIRAUMSTUDIO
LANDSCHAFTSARCHITEKTUR





Auswahl Maßnahmen Landschaftsraum



Verbindungen zum Inn sichtbar gestalten über einheitliches Landschaftselement, z.B. „Streubstmeilen“

Bach renaturieren und in Siedlungsnähe zur Erholung zugänglich machen; öffentl. Grillplätze schaffen

Augärten anlegen

Standort für Aussichtsturm / Plattformen

Naturbad Salzländelake

Sandbänke zugänglicher machen

Orientierung und Zugänglichkeit Richtung Österreich verbessern, Neugestaltung der Brücke für Fußgänger und Radler

Renaturierung Altarme, behutsam Zugänglichkeit schaffen über Holzstege usw., Schlüsselprojekt in Kooperation mit Verbund Kraftwerken

FFH-Flächen erlebbar machen

Möglicher Standort für Aussichtsplattform, Birdwatching

FFH-Flächen erlebbar machen

Maßnahmenkatalog - Auszüge

Handlungsfeld/-raum: Landschaftsentwicklung				
L.1	ZIEL: <u>Landschaftslinien</u> – Schaffung linearer Strukturen, in der Landschaft ablesbar, leitend, verbindend, abwechslungsreich, entschleunigend	Priorität	Kosten-schätzung	Akteure / Finanzierungs-möglichkeiten
L.1.5	Anlegen von Blühstreifen entlang von Straßen und Wegen	1	ca. 1.000,- € je 250 m ²	Gemeinde, Landschaftspflegeverband, Bayerische Kulturlandstiftung, StMELF, Landratsamt UNB
L.1.8	Pflanzung von Baumreihen und Alleen an besonderen Verbindungsachsen im Gemeindegebiet	1	ca. 10.000,- € je 250 lfm.	Gemeinde, StBauF, Eigen-Engagement der Bürgerinnen und Bürger
L.1.9	Gestaltungskonzept für die Zugangsbereiche zum Inn. Ziel: Leitsystem durch Bepflanzungsmaßnahmen unterstützen, z.B. Streuobstmeilen	1	ca. 25.000,- €	Gemeinde, Höhere Naturschutzbehörde, Landratsamt UNB
L.1.10	Entwicklung von Themenrouten / Erlebnismeiilen, die verschiedene Attraktionen miteinander verbinden, z.B. Wasserlandschaften, Lieblingsorte, Ortsteile	2	ca. 30.000,- €	Gemeinde, RÖFE

Maßnahmenkatalog - Auszüge

L.2	ZIEL: Lieblingsorte – Schaffung punktueller Attraktionen / Oasen / Perlen, besondere Aufenthaltsorte, Stationen mit Ausblicken, Verweilorte / Begegnungsräume, entspannend, erlebnisreich	Priorität	Kosten-schätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
L.2.2	Gesamtkonzept für die Auenlandschaft und Definieren von Zonen für Naturerleben, Erholung, Freizeit, Renaturierung, Schutz der wertvollen Flächen	1	ca. 50.000,- €	Gemeinde, Höhere Naturschutzbehörde, Landratsamt UNB, WWA, Verbände, LGS
L.2.5	Standortsuche für bauliche Maßnahmen am Inn und im Auwald (Aussichtsturm, Aussichtsplattformen, Inn-Terrassen, Panoramahöhenweg) und Umsetzung der ausgewählten baulichen Maßnahmen in Zusammenarbeit mit den zuständigen Behörden, Berücksichtigung von Sichtbeziehungen nach Österreich	1	ca. 30.000,- € für Standortsuche, Kosten Umsetzung abhängig von gepl. baulichen Vorhaben	Gemeinde, Höhere Naturschutzbehörde, WWA, Landratsamt UNB, StBauF
L.2.6	Organisation von temporären Kunstaktionen und Einbindung derer in Themenrouten zur Förderung des Bewusstseins von Natur und Landschaft (z.B. Künstler Nils Udo, Christine Lechner)	1	Kosten abhängig von Künstler und Kunst	Gemeinde, Förderung zu prüfen

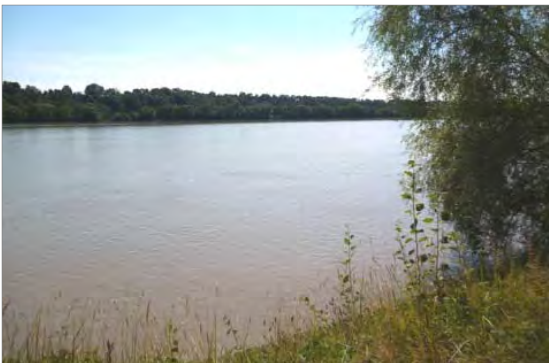
Maßnahmenkatalog - Auszüge

L.3	ZIEL: Wasserlandschaften – Schaffung der Möglichkeit, Wasser zu berühren / sehen / erfahren / hören / spüren, Wasser als besonderes Element erlebbar gestalten, als kraftvolles Landschaftselement einbinden	Priorität	Kosten-schätzung	Akteure / Finanzierungs-möglichkeiten
L.3.2	Auwälder zugänglich machen in definierten Bereichen, Altarme sichtbar machen, z.B. Lichtungen, Holzstege über Bachläufe, gewässerbegleitende Wege, behutsames Auslichten, Entwickeln eines „Auenpfades“, Neuanlage von Wegen	1	Kosten abhängig vom Ergebnis der Standortsuche	Gemeinde, ALEF, Höhere Naturschutzbehörde, Landratsamt UNB, WWA
L.3.6	Abwechslungsreiches Bepflanzungs- und ansprechendes Informationskonzept für den Inn-Radweg. Ziel u.a.: Auslichten und Schaffen von Sichtbeziehungen zwischen dem Inn und den angrenzenden Auwäldern	2	ca. 15.000,- €	Gemeinde, Höhere Naturschutzbehörde, Landratsamt UNB, StBauf
L.3.8	Übergeordnetes Rahmenkonzept zur Renaturierung und Erholungsnutzung für die Bäche im Gemeindegebiet in Abstimmung mit den Behörden und dem Zweckverband	1	ca. 30.000,- €	Gemeinde, WWA, Zweckverband zur Unterhaltung Gewässer III. Ordnung, Landratsamt UNB
L.3.9	Erneute Prüfung Realisierungsmöglichkeit Inn-Fähre und Abstimmung mit Behörden aufgrund der neuen Entwicklungsziele der Gemeinde, das Wasser im Gemeindegebiet erlebbar zu gestalten	2	---	Gemeinde, Höhere Naturschutzbehörde, Landratsamt UNB, WWA, Österreich Umweltbehörde

Zukunftsbilder



Zukunftsbilder



Wohnen im ländlichen Raum

Wohnraumbedarf und attraktive Umnutzung, Nahversorgung und Mobilität

Attraktives Wohnen

- **Problemstellung Demographischer Wandel:** Abwanderung in städtische Gebiete sowie Überalterung der Bevölkerung durch negativen Geburten-/Sterbesaldo
 - In **Bad Füssing** zusätzlich verstärkt durch den **Zuzug von Senioren** nach Eintritt ins Rentenalter
 - **ABER:** Nach einer Umfrage von YouGov wollen **28%** der Deutschen in keiner Großstadt leben.
 - Stabilität der Bevölkerung in **Kommunen nur über Zuzug möglich**
- **junge Familien zu fördern** → **Attraktivitätssteigerung erforderlich**

Themenfelder für Bad Füssing als attraktiver Wohnstandort

Attraktiver Wohnraum

Demographische
Entwicklung

Szenarien für
Bevölkerungswachstum

Potentielle Flächen
Siedlungsflächen

Umnutzung +
Reaktivierung von
Gebäudesubstanz

Versorgung

Nahversorgung

Digitale Infrastruktur

Soziale Infrastruktur für
alle Altersgruppen

Kulturelle und soziale
Angebote

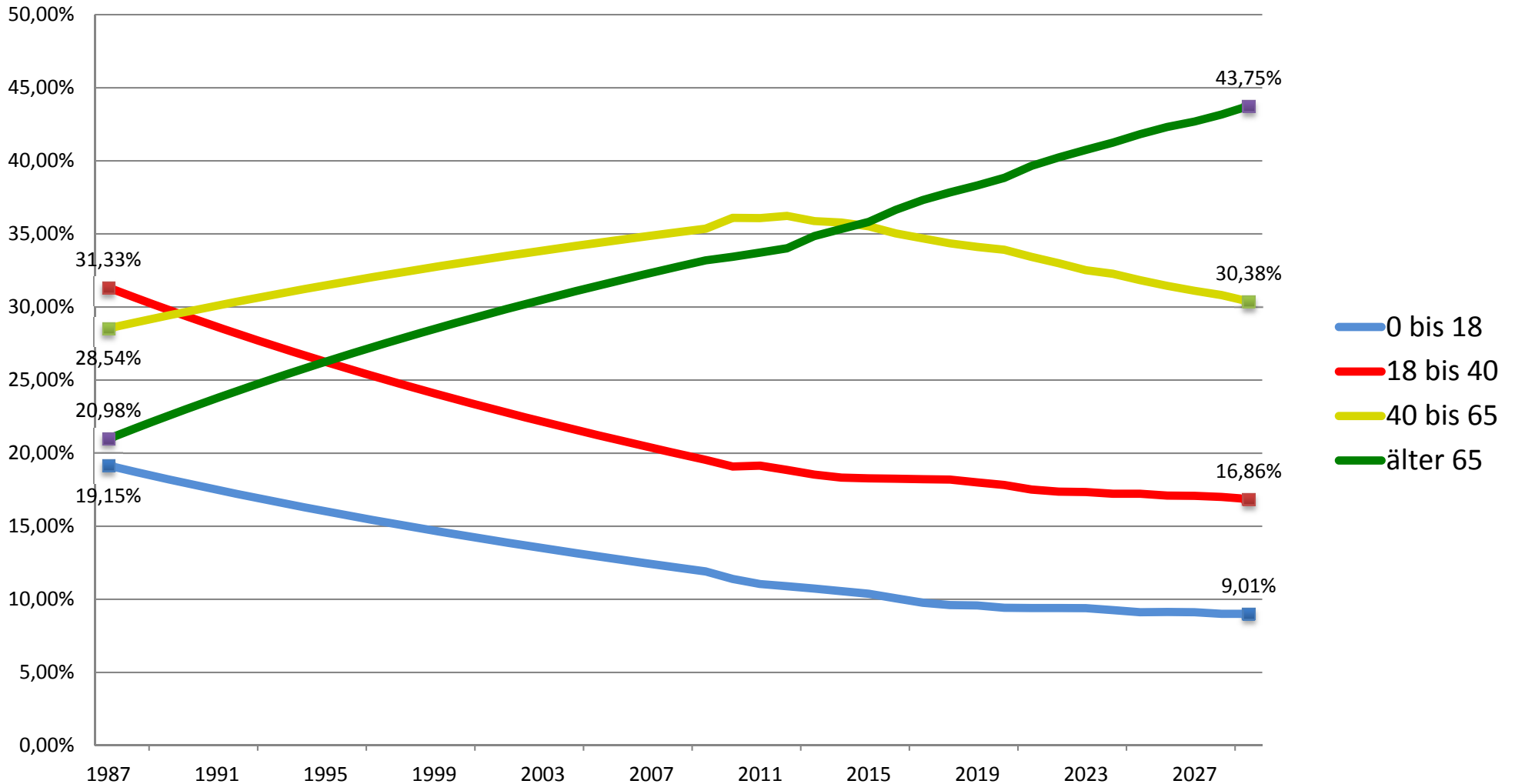
Mobilitätskonzept

ÖPNV + alternative
Mobilitätskonzepte

Radwegenetz und
Ansätze zur Steigerung
der Nahmobilität

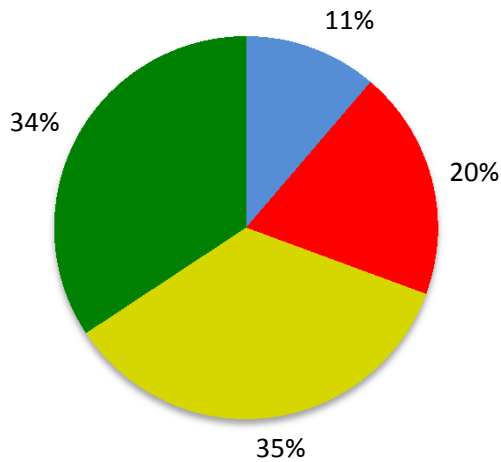
DEMOGRAPHISCHE ENTWICKLUNG BAD FÜSSING

Altersgruppen in Prozent



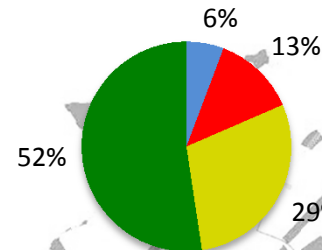
Quelle: Landesamt für Statistik 2014, Graphik DRA

Gesamtgemeinde Bad Füssing
(6.980 EW; 54 Jahre)

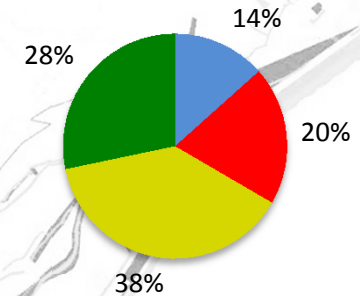


- 0 – 18 Jahre
- 19 – 40 Jahre
- 41 – 65 Jahre
- 66 und älter

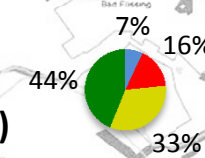
Ortsteil Bad Füssing
(1.583 EW; 63 Jahre)



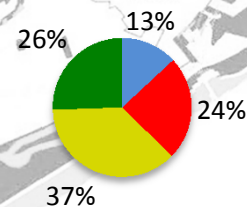
Ortsteil Würding
(1.648 EW; 51 Jahre)



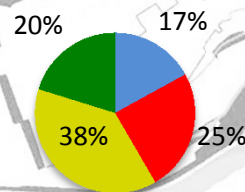
Ortsteil Safferstetten
(1.163 EW; 59 Jahre)



Ortsteil Eggfing am Inn
(1.245 EW; 49 Jahre)



Ortsteil Aigen am Inn
(1.341 EW; 46 Jahre)



Je weiter die Entfernung von Bad Füssing, desto geringer ist der Anteil der Bevölkerung mit 65+

Das Durchschnittsalter in allen Ortsteile ist höher als in der BRD (43 Jahre), BF ist 20 Jahre älter als der deutsche Durchschnitt!

Quelle: Daten Einwohnermeldeamt Bad Füssing
Stand 31. Juli 2015, Graphik DRA

Indikatoren	Bad Füssing 2012	Bad Füssing 2015	Bad Füssing 2020	Bad Füssing 2025	Bad Füssing 2030	zum Referenzjahr 2015
Bevölkerung 0- bis 2-Jährige (Einwohner)	100	110	110	110	100	↓ -10
Bevölkerung 3- bis 5-Jährige (Einwohner)	110	110	120	110	110	→ +/-0
Bevölkerung 6- bis 9-Jährige (Einwohner)	150	160	150	150	150	↓ -10
Bevölkerung 10- bis 15-Jährige (Einwohner)	270	220	230	220	230	↑ +10
Bevölkerung 16- bis 18-Jährige (Einwohner)	120	150	110	120	120	↓ -30
Bevölkerung 19- bis 24-Jährige (Einwohner)	360	320	300	260	250	↓ -70
Bevölkerung 25- bis 44-Jährige (Einwohner)	1.290	1.230	1.240	1.240	1.190	↓ -40
Bevölkerung 45- bis 64-Jährige (Einwohner)	1.990	2.080	2.070	1.980	1.890	↓ -190
Bevölkerung 65- bis 79-Jährige (Einwohner)	1.630	1.750	1.880	2.180	2.420	↑ +670
Bevölkerung ab 80-Jährige (Einwohner)	670	700	860	920	1.030	↑ +330

k.A. = keine Angaben bei fehlender Verfügbarkeit, aufgrund von Gebietsstandsänderungen bzw. aus methodischen und inhaltlichen Gründen; weitere Detailinformationen finden Sie auf der Seite Methodik.

Quelle: Statistische Ämter der Länder, ies, Deenst GmbH, eigene Berechnungen

Quelle: Wegweiser Kommune – Bertelsmann Stiftung 2015

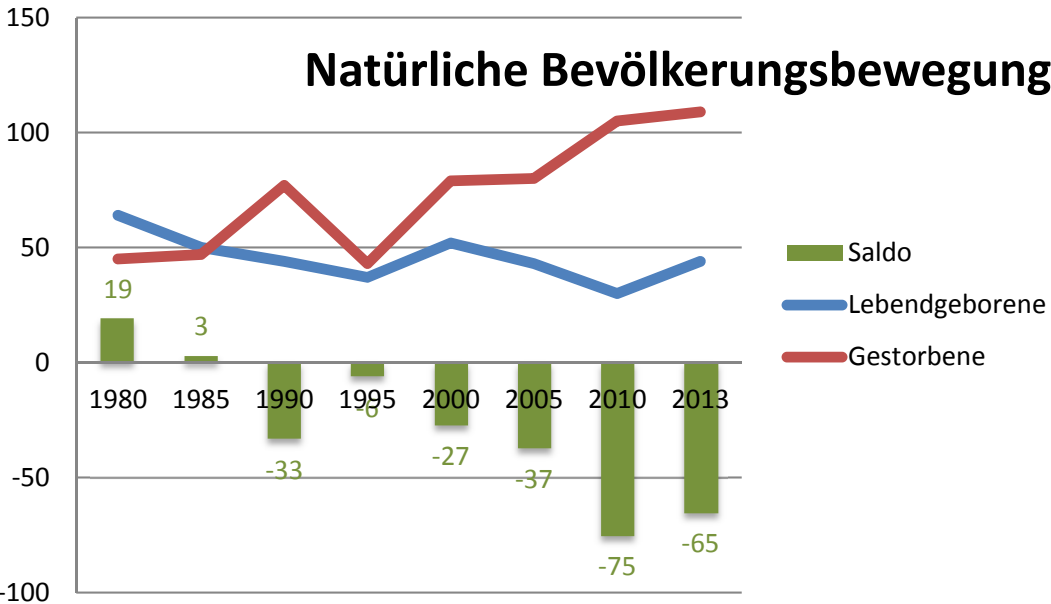


ÄLTERE BEVÖLKERUNGSSCHICHT IN BAD FÜSSING WIRD WEITER WACHSEN

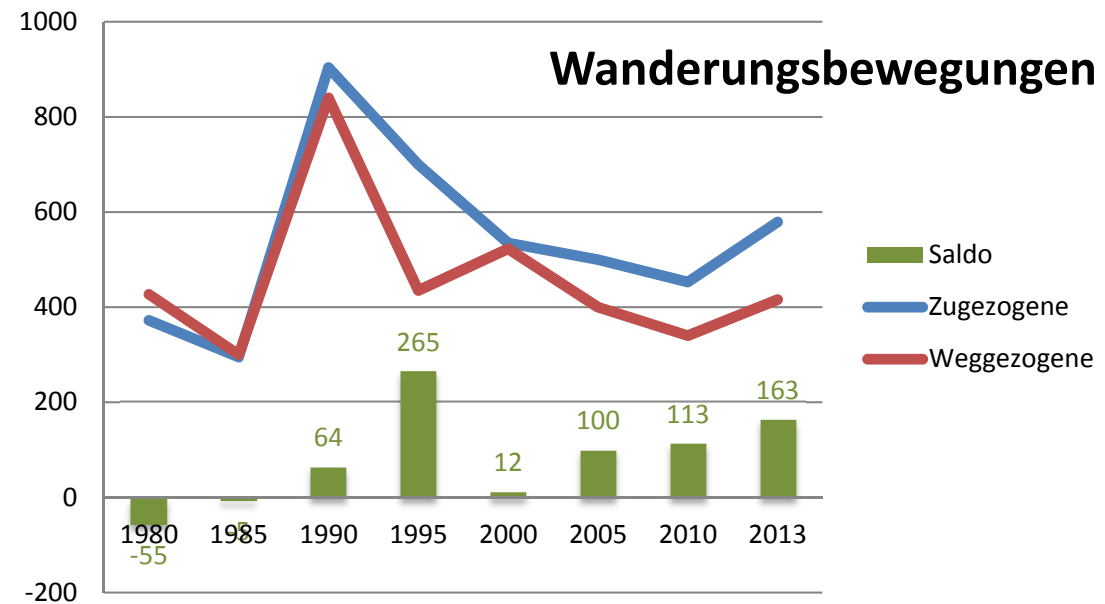


AUSGLEICH DURCH ZUZUG JUNGER FAMILIEN IN DEN ORTSTEILEN IST ERFORDERLICH

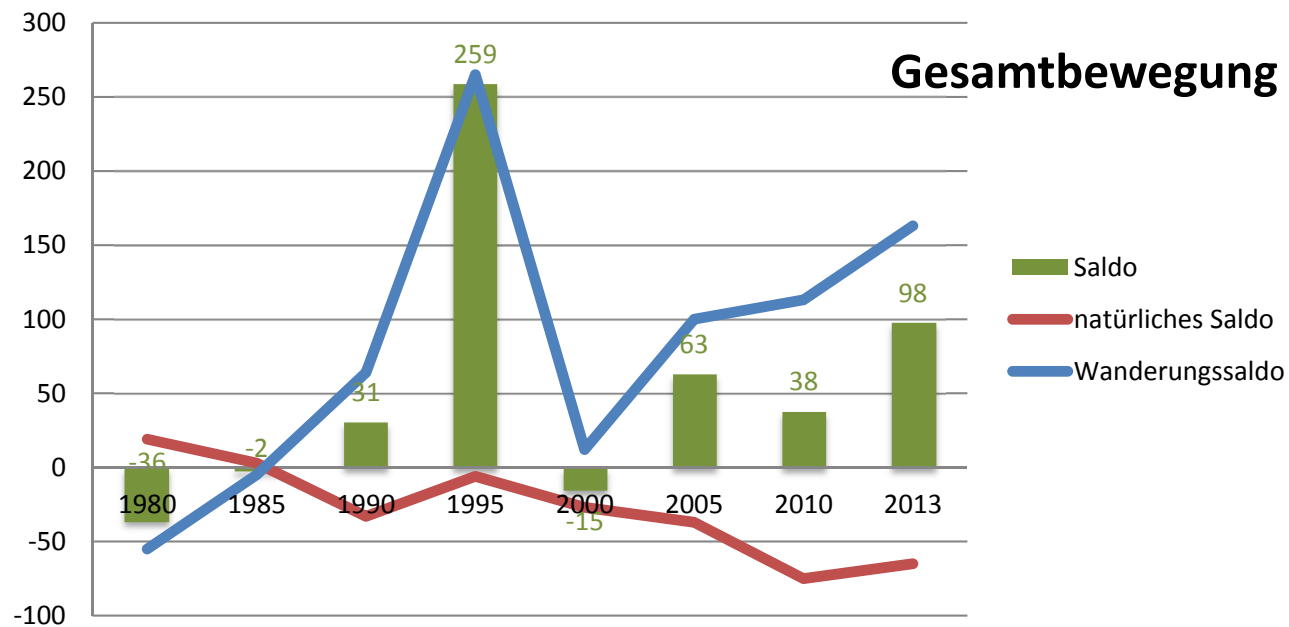
Natürliche Bevölkerungsbewegung



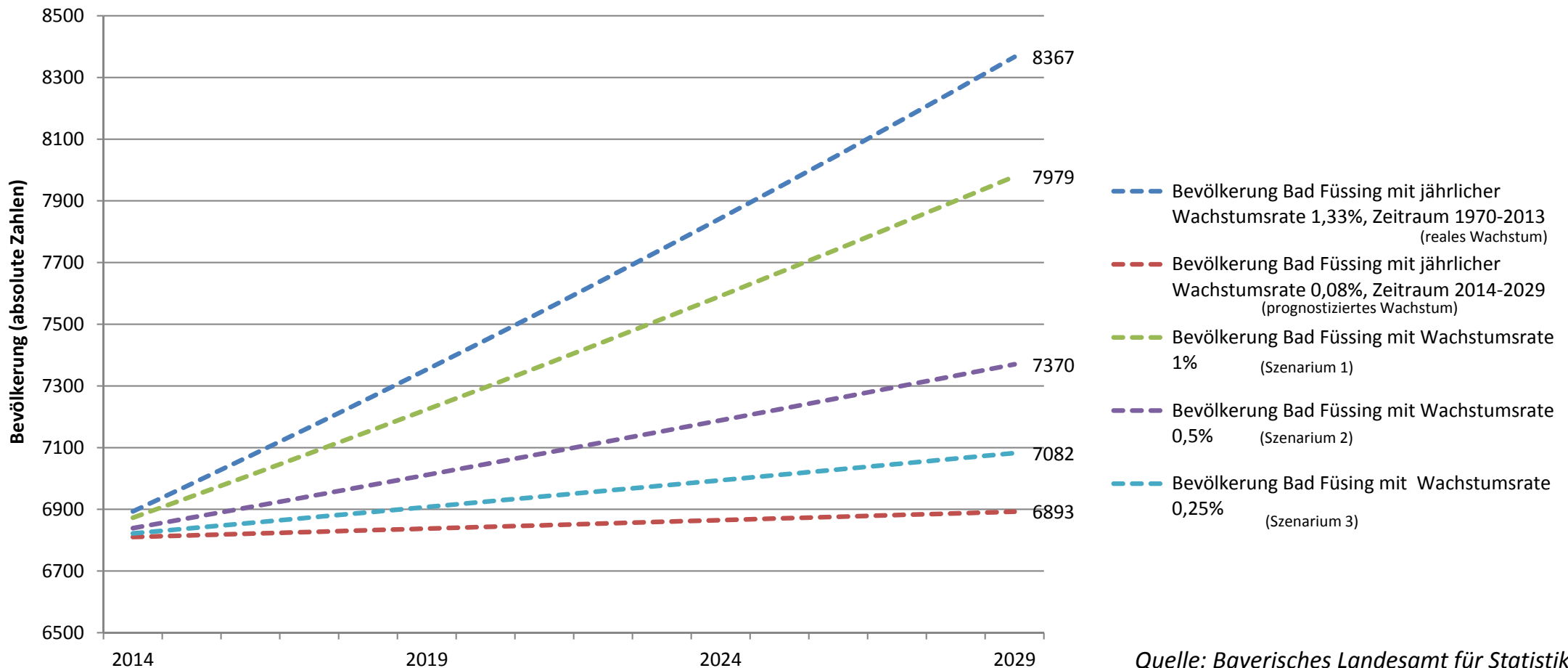
Wanderungsbewegungen



Gesamtbewegung

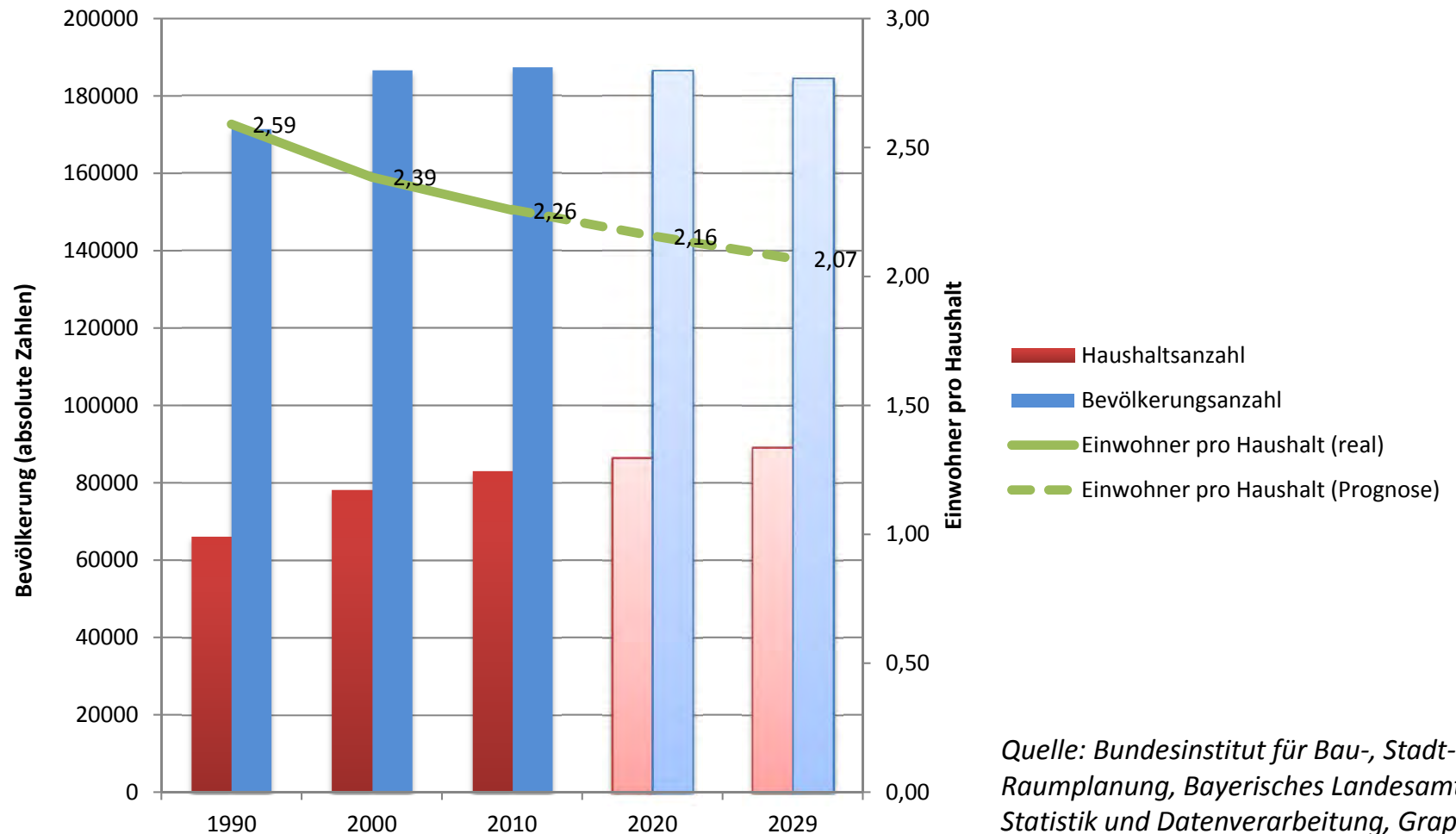


BEVÖLKERUNGSPROGNOSE BAD FÜSSING (1970 - 2029)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Graphik DRA

ENTWICKLUNG DER HAUSHALTE (Passau Lkr., 1990 – 2029)



Quelle: Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumplanung, Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Graphik DRA

Beispielhafte Berechnung WOHNBAUFLÄCHENBEDARF Bei 0,25% Wachstum pro Jahr

2014			2029		Differenz
Neubedarf			Einwohner (E)	7082	+ 209
Einwohner (E)	6873	↗ 0,25 %	Einwohner / WE	2,07	- 0,13
Einwohner / WE	2,20	↘			

WOHNFLÄCHENBEDARF 2029

+ 209 Einwohner → $209 / 2,07 = \text{ca. } 100$ neue Wohneinheiten

Bedarf an neuen Wohneinheiten (WE) bei folgenden Wachstumsszenarien:

Szenario 1 (1,0 % Wachstum): **534 WE**

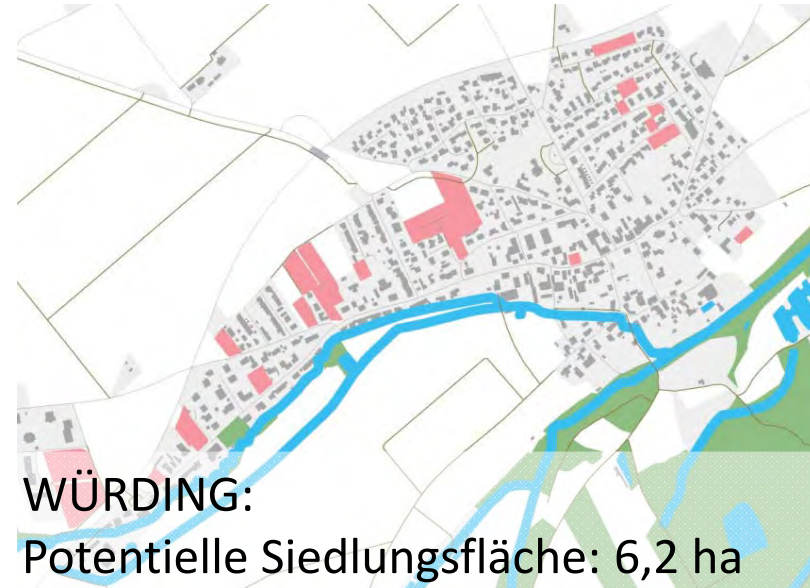
Szenario 2 (0,5 % Wachstum): **240 WE**

Szenario 3 (0,25% Wachstum): **100 WE**

POTENTIELLE FLÄCHEN FÜR SIEDLUNGSWACHSTUM



BAD FÜSSING:
Potentielle Siedlungsfläche: 10 ha



WÜRDING:
Potentielle Siedlungsfläche: 6,2 ha



AIGEN
Potentielle Siedlungsfläche: 6,3 ha



EGGLFING:
Potentielle Siedlungsfläche: 5 ha

Flächenanspruch verschiedener Dichteszenarien

Geringe Dichte = **100%** Einzelhausbebauung mit ca. **800qm** pro Einheit

Mittlere Dichte = **50%** Einzelhausbebauung mit ca. **800 qm** pro Einheit und
50% Reihenhausbauung mit ca. **200 qm** pro Einheit

Hohe Dichte = **40%** Einzelhausbebauung mit ca. **800 qm** pro Einheit und
40% Reihenhausbauung mit ca. **200qm** pro Einheit und
20% Geschosswohnungsbau mit ca. **120qm** pro Wohneinheit

Jeweils inkl. anteilige Erschließungsfläche

Siedlungsflächenpotential

Hohe Dichte:

Potentielle Flächen für Siedlungserweiterung im Gemeindegebiet	Potential EFH		Potential RH		Potential GWB		Wohneinheiten Gesamt
27,5 ha	11 ha	137 WE	11 ha	549 WE	5,54 ha	461 WE	1147 WE

Mittlere Dichte:

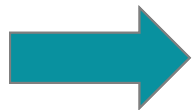
Potentielle Flächen für Siedlungserweiterung im Gemeindegebiet	Potential EFH		Potential RH		Wohneinheiten Gesamt
27,5 ha	13,75 ha	172 WE	13,75 ha	688 WE	860 WE

Geringe Dichte:

Potentielle Flächen für Siedlungserweiterung im Gemeindegebiet	Potential EFH		Wohneinheiten Gesamt
27,5 ha	27,5 ha	344 WE	344 WE

Gegenüberstellung von Potential und Bedarf je nach Szenario

	Hohe Dichte 1147 WE möglich		Mittlere Dichte: 860 WE möglich		Geringe Dichte: 344 WE möglich	
Szenario	Benötigte WE	Saldo	Benötigte WE	Saldo	Benötigte WE	Saldo
Szenario 1 (1% Wachstum)	534 WE	+613 ✓	534 WE	+ 326 ✓	534 WE	- 190 ✗
Szenario 2 (0,5 % Wachstum)	240 WE	+ 907 ✓	240 WE	+ 620 ✓	240 WE	+ 104 ✓
Szenario 3 (0,25 % Wachstum)	100 WE	+ 1047 ✓	100 WE	+ 760 ✓	100 WE	+ 244 ✓



KEINE NEUEN SIEDLUNGSERWEITERUNGEN ERFORDERLICH!



WACHSTUM KANN INNERHALB DER GROSSEN ORTSTEILE ABGEDECKT WERDEN

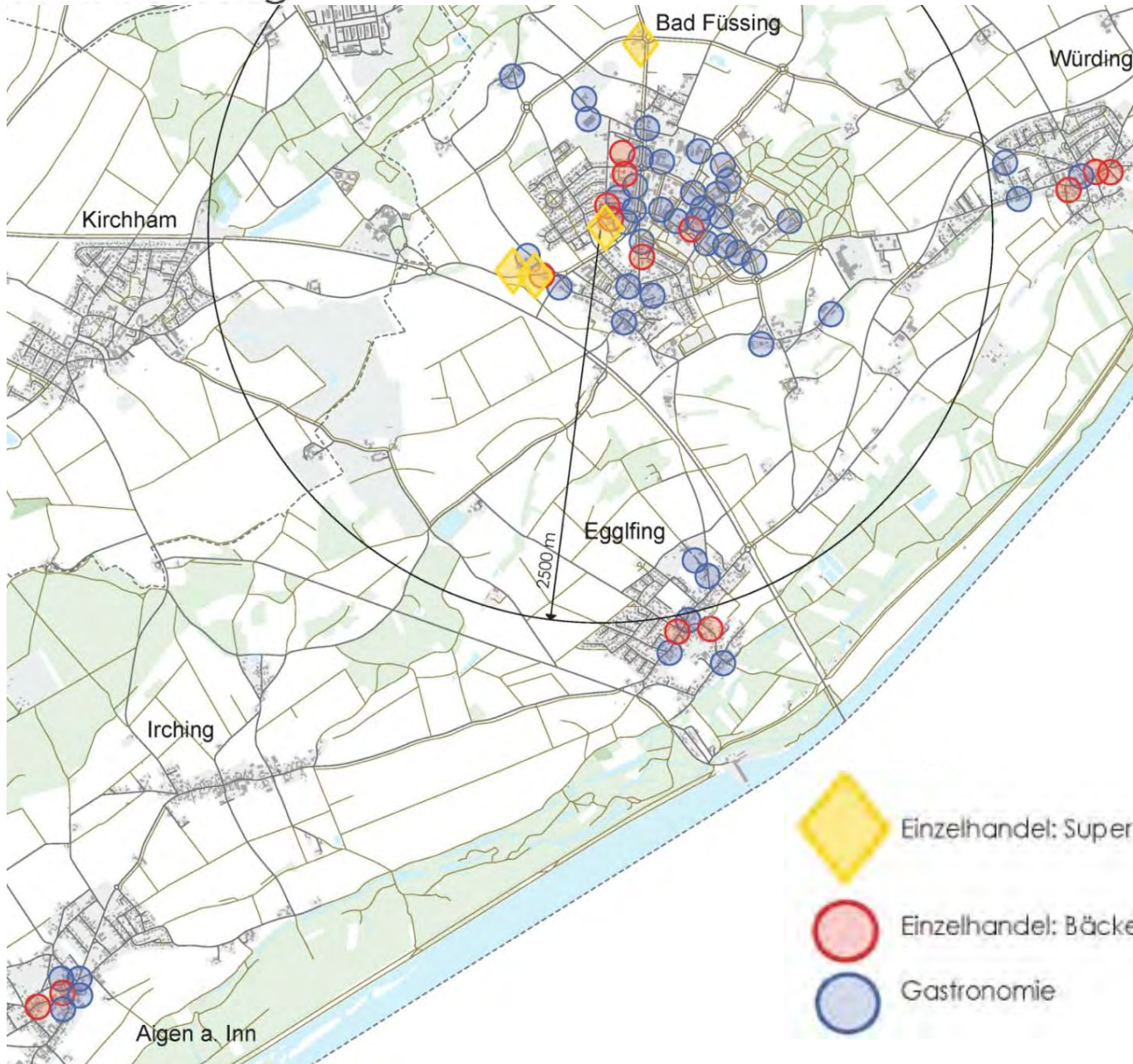
Umnutzungspotential für möglichen zukünftigen Leerstand

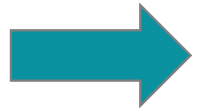
Zukünftig steigende Anzahl an:

- Aufgegebenen Beherbergungsbetrieben
- Untergenutzte oder leerstehenden ehemaligen landwirtschaftlichen (Neben-)Gebäude
- Bevorzugt Umnutzung und Reaktivierung der Gebäude
- Zukünftige Nutzungen möglichst entsprechend Zielsetzung der Positionierung
- Frühzeitige Beratung und Unterstützung z.B. durch Regionalmanagement und mit positiven Beispielen aus Bayern

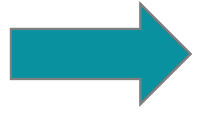


Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs und sozialen sowie kulturellen Einrichtungen





EINE BASIS NAHVERSORGUNG IST IN ALLEN ORTSTEILEN NOCH GEGEBEN



ES GILT DIE VORHANDENEN STRUKTUREN ZU ERHALTEN UND ZU STÄRKEN



IN WEITER ENTFERNTEN ORTSTEILEN KÖNNTE LANGFRISTIG GGFL. UNTER ENGAGEMENT DER BÜRGER EIN LOKALER LADEN IN EINEM DER LEERSTÄNDE ERÖFFNEN



Um's Eck / Teegut

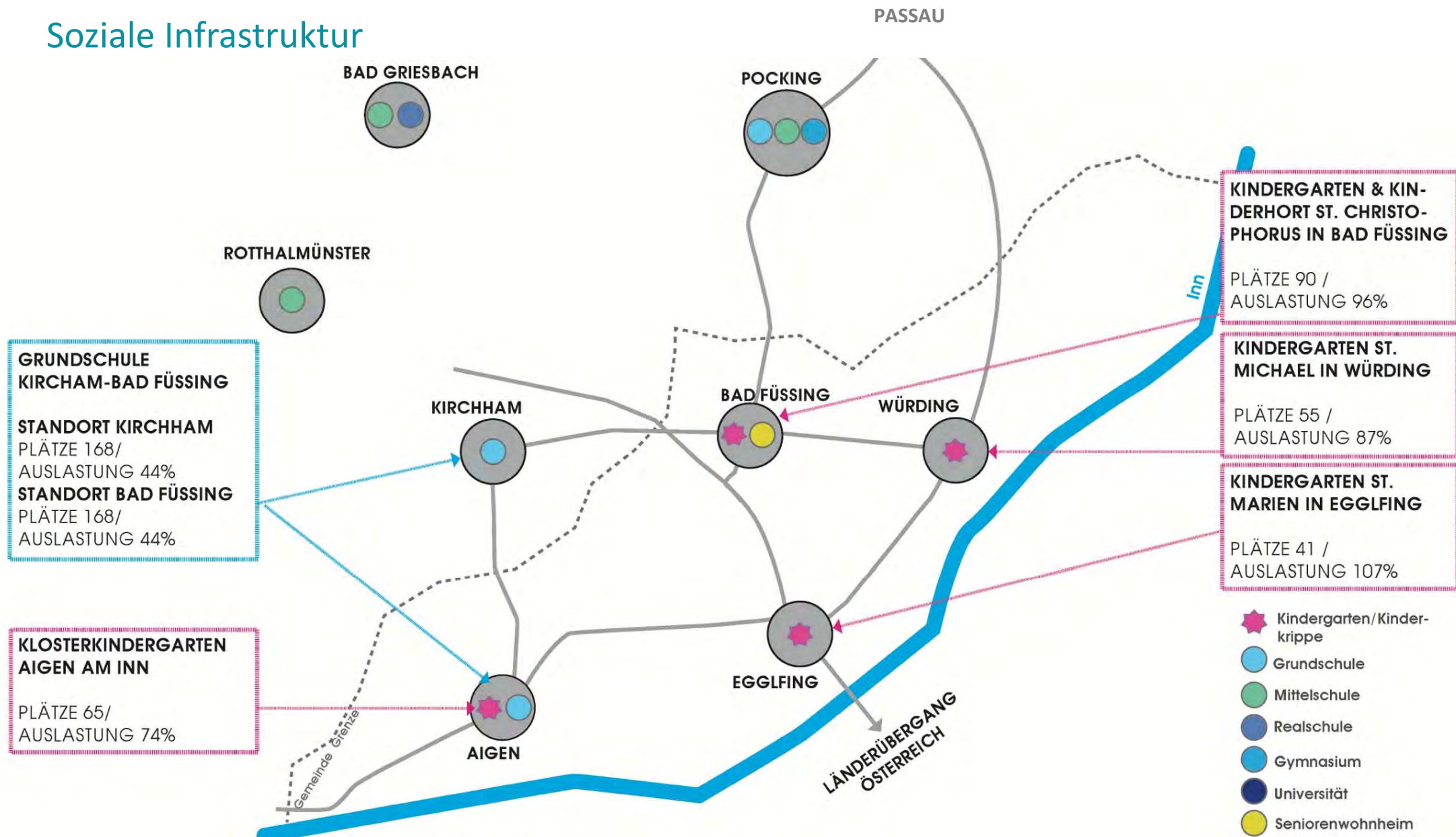


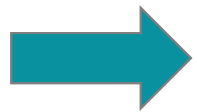
Dorfladen



CAP - Markt

Soziale Infrastruktur





DIE SOZIALE INFRASTRUKTUR FÜR KINDER IST SEHR GUT UND AUCH FÜR
DAS ZUKÜNFTIGE WACHSTUM AUSREICHEND

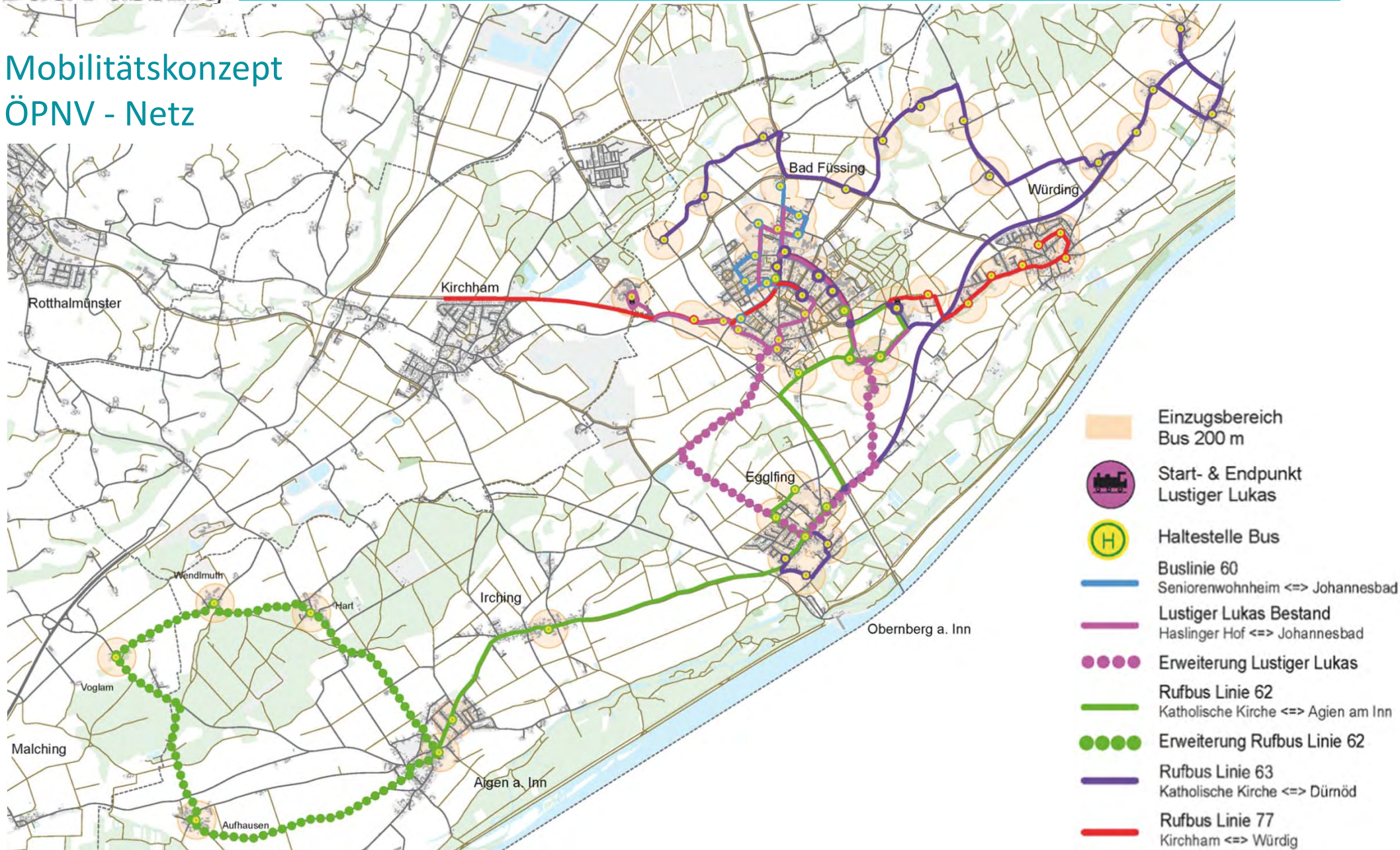


DIE BETREUUNGSZEITEN KÖNNTEN ENTSPRECHEND DER NACHFRAGE
ZUSÄTZLICH ERWEITERT WERDEN

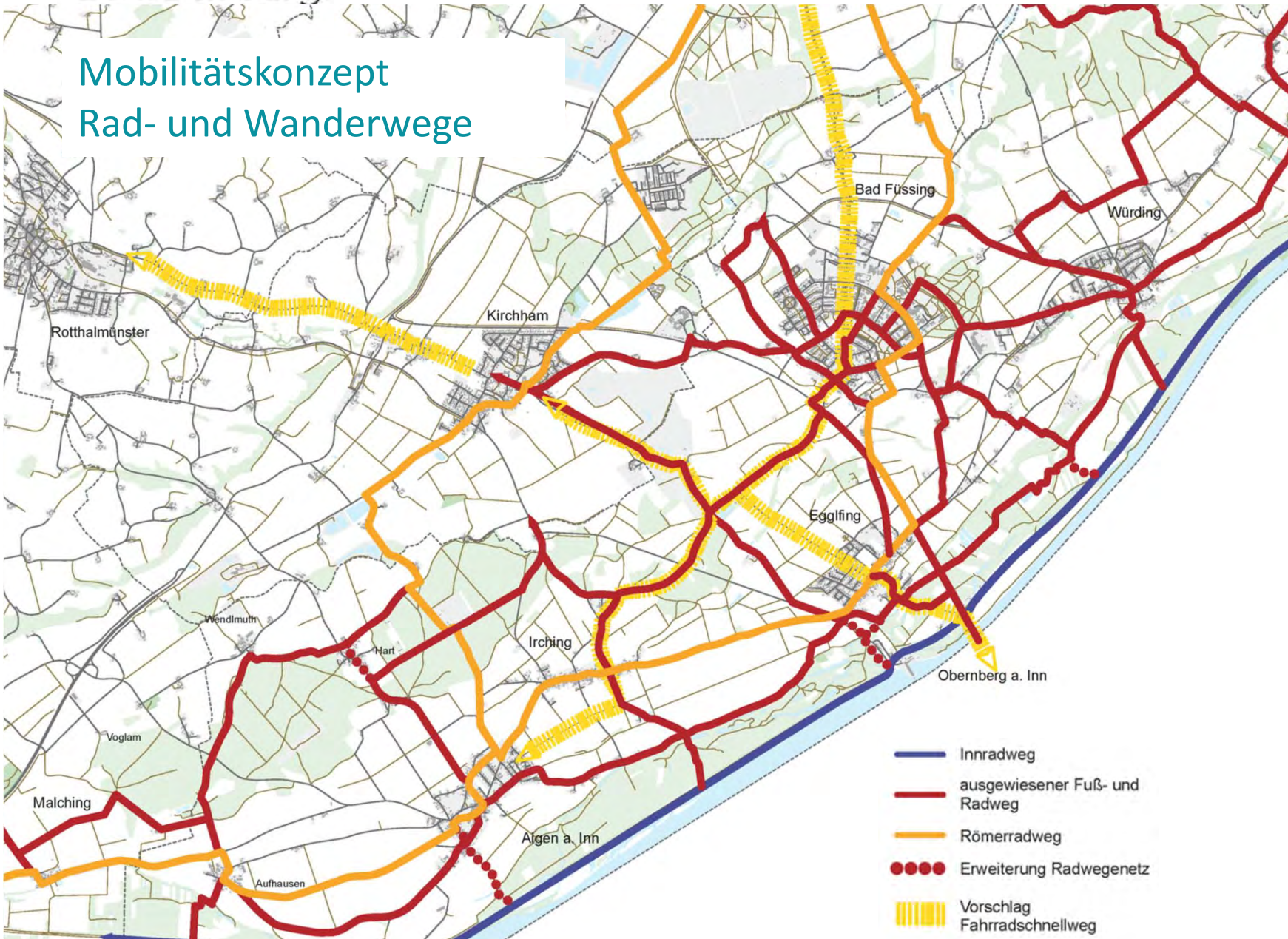
Mobilität als wichtiger Baustein für ein attraktives Wohnen im ländlichen Raum



Mobilitätskonzept
ÖPNV - Netz



Mobilitätskonzept
Rad- und Wanderwege





ABDECKUNG ÖPNV FÜR DIE GRÖßEREN ORTSTEILE GEWÄHRLEISTET



DIE BEREITS UMGESETZTE ERWEITERUNG DES ORTS- UND BÄDERVERKEHRS
MIT ABFAHRTEN BIS NACH 22 UHR IST SEHR POSITIV ZU BEWERTEN



NEUES ORIENTIERUNGS- UND BESCHILDERUNGSSYSTEM MIT ZIEL- +
ENTFERNUNGSANGABEN / THEMENROUTEN



Maßnahmenkatalog - Auszüge

R.2	ZIEL: Bedarfsgerechte Ergänzung des ÖPNV Systems	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
R.2.1	Verlängerung des Betriebs des Bäderbusses (während der Saison) auch in die Abendstunden	1	---	Gemeinde + Betreiber-gesellschaft Orts- und Bäderverkehr
R.2.2	Erweiterung des Rufbus-Angebotes ganztägig in die bisher nicht angebunden Ortsteile	1	---	Handlungsempfehlung
R.2.3	Erweiterung des Lustigen Lukas nach Eggfing	1	---	Handlungsempfehlung
R.2.4	Etablierung einer Direkten Schnellbusanbindung zu den ÖPNV Knotenpunkten Pocking und Passau	1	---	Handlungsempfehlung Gemeinde mit RBO <i>Regionalbus</i> Ostbayern GmbH mit VLP Verkehrs-gemeinschaft Landkreis Passau

Maßnahmenkatalog - Auszüge

R.3	ZIEL: Reaktivierung und Umnutzung von Leerstand und frühzeitige Reaktion bei drohendem Leerstand	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
R.3.1	Flächenmanagement zur frühzeitigen Identifikation drohender Leerstände (Beherbergungsbetriebe, Landwirtschaft, etc.), Förderung der Umnutzung bestehender Gebäudesubstanz und Aktivierung von Brachflächen durch Vermittlung von Interessenten im Sinne der Profilierung der einzelnen Ortsteile	1	Ca. 25.000,- € / Jahr für Betrieb eines kontinuierlichen Flächenmanagements	Gemeinde + StBauF / ALE
R.3.2	Bauherrenberatung (Bauhütte) für Sanierung und Umnutzung leerstehender oder untergenutzter Gebäude (ehemalige Beherbergungsbetriebe, Untergenutzte Stadl, etc.) für das gesamte Gemeindegebiet	1	Personalkosten über Flächenmanagement Einrichtung eines entsprechenden Büros / Beratungsstelle ca. 30.000,- €	Gemeinde + StBauF / AL

Maßnahmenkatalog - Auszüge

R.4	ZIEL: Behutsame Siedlungsentwicklung im Innenbereich	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
R.4.1	Schrittweise Ausweisung von neuen Baugebieten auf den in der OEP identifizierten Flächen im Innenbereich oder zur Ortsabrundung entsprechend den Bedarfen über Bebauungspläne oder Ortsabrundungssatzungen	3	Nach Bedarf über Bebauungspläne entsprechend HOA!	Gemeinde
R.4.2	Sicherstellung der Ortsrandeingrünung bei der Ausweisung neuer Baugebiete an Ortsrandlage	3	---	Handlungsempfehlung
R.5	ZIEL: Sicherung der Nahversorgung in den Ortsteilen	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
R.5.3	Mobile Konzepte und/oder privates Kühlregal und Mindestsortiment im Rahmen der Selbsthilfe (ohne Verkaufspersonal - Experiment), Nachbarschaftsladen	2	ca. 50.000,- €	Gemeinde + Wirtschaftsförderung??

Ziele und Maßnahmen für die Bereiche Gesundheit und Tourismus

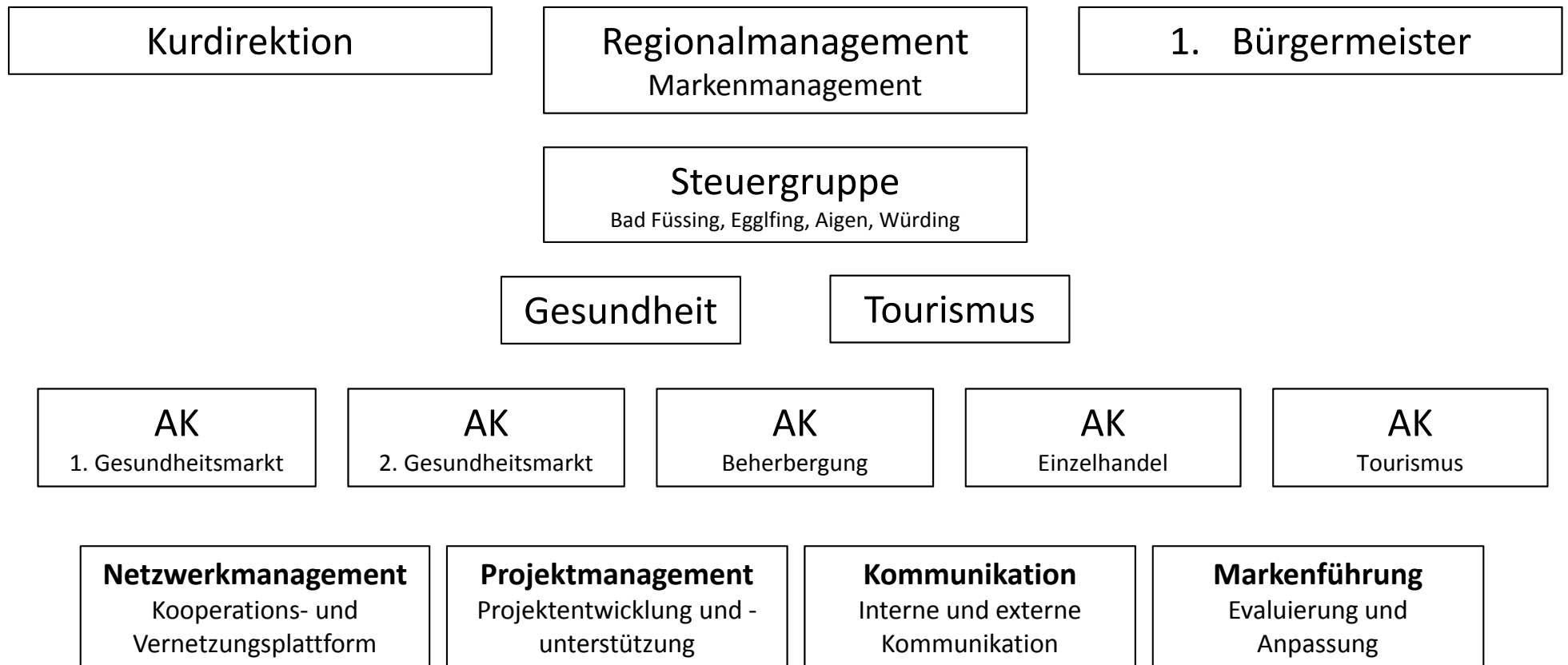
Profilierung Bad Füssing

Marktsegmente für Bad Füssing -

der moderne Gesundheitstourismus für Bad Füssing lässt sich bedingt durch die vorherrschenden Trends in verschiedene Segmente mit gänzlich unterschiedlicher Marktbearbeitung und veränderten Anforderungen an die Leistungsfähigkeit der Infrastruktur charakterisieren. Dabei können Hauptort und Ortsteile wechselseitig bei den verschiedenen Themen voneinander profitieren.

- **Urlaub für Gesunde**, wobei die klassische Urlaubsmotivation der Erholung (Urlaub im Kurort), Wellness- und Genessurlaub oder der sportlichen Betätigung im Vordergrund stehen und Gesundheit als wichtiger Mehrwert gesehen und erwartet wird.
- **Urlaub für „Sinnsucher“** und **„balancer“** auf der Suche nach seelischer Ausgeglichenheit und Orientierung, die das Angebot von Anwendungen und Kontemplation (Besinnung, Spiritualität) nutzen.
- **Urlaub für gesundheitlich eingeschränkte Personengruppen**, wobei auch hier die klassische Urlaubsmotivation für die Betroffenen im Vordergrund steht, jedoch eine spezialisierte gesundheitliche Versorgung und Servicestruktur am Urlaubsort entsprechend der Einschränkung zur Absicherung Voraussetzung ist, wie z. B. barrierefreier Urlaub für Personen mit Mobilitätseinschränkungen oder chronisch Kranke.
- **Primär gesundheitsorientierte Reiseformen** mit klar definierter medizinisch-therapeutisch geprägter Motivation vor dem Hintergrund der Prävention, Regeneration, Rehabilitation, Heilung und Linderung, Leistungsfähigkeit und Attraktivität – ohne Indikation oder indikationsbezogen.
- **Urlaub für betreuende Familienangehörigen** bei gleichzeitiger Betreuung der pflegbedürftigen Angehörigen am Urlaubsort.

Organisationsstruktur - Regionalmanagement





DIE GRUNDLAGEN DER MARKE IM KOMMUNIKATIONSBEREICH MÜSSEN ERSTELLT WERDEN (BRAND BOOK, WORT- UND BILDMARKE, KOMMUNIKATIONSTRUMENTE)



DIE KONTINUIERLICHE MARKENFÜHRUNG MUSS ÜBER DAS REGIONALMANAGEMENT UND DIE UMSETZUNG DER ERARBEITETEN MAßNAHMEN ETABLIERT WERDEN

Maßnahmenkatalog - Auszüge

Handlungsfeld/-raum: Gesundheit				
G.1	ZIEL: Etablierung eines modernen Wellnesstourismus (Wellness light, Ganzheitliches Wellness, Medical Wellness)	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
G.1.1	Angebote im Bereich der Primärprävention <ul style="list-style-type: none"> • Krankheitsvermeidung • Gesundheitserhaltung • Kompetenzen für gesundheitsfördernde Lebensweise • Resilienzerhöhung – Stärkung der Widerstandskraft, 	2	---	Kliniken, Mediziner
	<ul style="list-style-type: none"> • Erhalt der körperlichen Leistungsfähigkeit – Optimierung der persönlichen Performance • Lebensstilcoaching und Stressmanagement 			
G.1.2	Angebote im Bereich der Attraktivität entwickeln <ul style="list-style-type: none"> • Entspannungs- und Ernährungsangebote • Anti-Aging – Better Aging – Vorbeugung von altersbedingten Erkrankungen • Schönheitsbehandlung – Kosmetische Anwendungen 	2	---	Kliniken, Mediziner
G.1.3	Ausbau Treffpunkt Gesundheit <ul style="list-style-type: none"> • Integratives Konzept • Personal coaching über den Aufenthalt hinaus • E-Health Ansätze verfolgen • Qualitätsmanagementsystem 	2	---	Kliniken, Mediziner
G.1.4	Entwicklung (Nutzung) von Standards und Qualitätssiegeln	2	---	Kliniken, Mediziner
G 2	ZIEL: Angebote im Themenbereich Prävention und Settingsansätze etablieren	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
G.2.1	Engagement in der betrieblichen Gesundheitsförderung durch Kooperationen zwischen Betrieben und Krankenkassen, Berufsgenossenschaften oder den betriebsärztlichen Diensten <ul style="list-style-type: none"> • Stressprävention und Stressbewältigung • Haltungs- und Rückenschulung, Arbeitsplatzgestaltung • Ernährung und Sport • Diabetes mellitus • Herz-Kreislauf-Erkrankungen • Psycho-Soziale Beratung und Burnout 	2	---	Kliniken, Mediziner

Maßnahmenkatalog - Auszüge

Handlungsfeld/-raum: Tourismus- und Regionalmarketing				
T.1	ZIEL: Etablierung Tourismus- und Regionalmarketing	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
T.1.1	Einsetzen eines Regionalmanagements <ul style="list-style-type: none"> Regionalmanagerin/Regionalmanager Assistenz Geschäftsstelle 	1	55.000,-	Gemeinde und StBauf
T.1.2	Operative Umsetzung des Positionierungskonzeptes <ul style="list-style-type: none"> Projektmanagement - Umsetzung und Weiterentwicklung der erarbeiteten Maßnahmen im Hauptort und in den Ortsteilen (Tourismus, Einzelhandel, und Event) Aktivierung von Akteuren durch Interne Kommunikation 	1	siehe Regionalmarketing	Gemeinde und StBauf ---
T.1.3	Optimierung von Organisationsstrukturen <ul style="list-style-type: none"> Enge Vernetzung mit dem Kurbetrieb/Kurdirektor und dem Gesundheitssektor - Kooperationsmodell 	1	siehe Regionalmarketing	---
T.1.4	Einrichtung Arbeitskreis Tourismus- und Regionalmarketing	1	siehe Regionalmarketing	---
T.1.5	Operatives Markenmanagement <ul style="list-style-type: none"> Innengerichtete Markenführung (Heilwelt trifft heile Welt: der Ganze Mensch). Durchsetzung und Umsetzung der Markenidentität in Bad Füssing Externe Markenkommunikation. Externe Markenführung, identitätsbasierte Umsetzung der Markenidentität Bad Füssings im Marketingmix Markenerfolgsmessung 	1	siehe Regionalmarketing	---
T.2	Ziel: Gastronomieangebot verbessern bzw. diversifizieren	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
T.2.1	Food-Trends berücksichtigen und Angebote formulieren <ul style="list-style-type: none"> Infinite Food – Essen rund um die Uhr 	1	siehe B.1.9 und Regionalmar-	Gaststätten und Hotellerie

Maßnahmenkatalog - Auszüge

T.2	Ziel: Gastronomieangebot verbessern bzw. diversifizieren	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
T.2.1	Food-Trends berücksichtigen und Angebote formulieren <ul style="list-style-type: none"> Infinite Food – Essen rund um die Uhr 	1	siehe B.1.9 und Regionalmar-	Gaststätten und Hotellerie
K.1	ZIEL: Etablierung der Marke Bad Füssing (Arbeitstitel „Heilwelt trifft Heile Welt“	Priorität	Kostenschätzung	Akteure / Finanzierungsmöglichkeiten
K.1.1	Brand Book und Wort- und Bildmarke	1	25.000,-€	Gemeinde und StBauf
K.1.2	Agenturbriefing Kommunikationsumsetzung <ul style="list-style-type: none"> Zielgruppen - Kommunikationsbedürfnisse Strategische Zielsetzung und Kommunikationsanforderungen Strukturierung der Kommunikationsinstrumente Push-Kommunikation, Pull-Kommunikation, Interne Kommunikation Integration von Zielen, Botschaften und Instrumenten Kontrolle der integrierten Kommunikation (vgl. M...) 	2	siehe B.1.9 und Regionalmarketing	---

Ausblick

- Versand der wesentlichen Ergebnisse der Ortsentwicklungsplanung an den Gemeinderat
- „Runde Tische“ zur Kommunikationsstrategie und Markenetablierung im Sommer 2016
- Erstellung des Abschlussberichtes bis Herbst 2016
- Bürgerinformationsveranstaltung vsl. im Herbst 2016

Wir als Planungsteam sagen ...

**... herzlichen Dank für den spannenden Planungsprozess
und das Engagement aller Beteiligten!**

