

„Heile Welt“ als Teil des Zukunftskonzepts

Abschlusspräsentation zur Bad Füssinger Ortsentwicklungsplanung – Demnächst Runde Tische zur Kommunikationsstrategie

Von Angela Esterer

Bad Füssing. „Heilwelt trifft heile Welt“ – unter diesem Motto werden künftig die beiden Kernkompetenzen Bad Füssings zusammengefasst. Zum einen beinhaltet diese Marke die medizinisch-therapeutische Kompetenz des Kurorts, zum anderen soll der Zugang zur Natur als zweites Standbein etabliert werden.

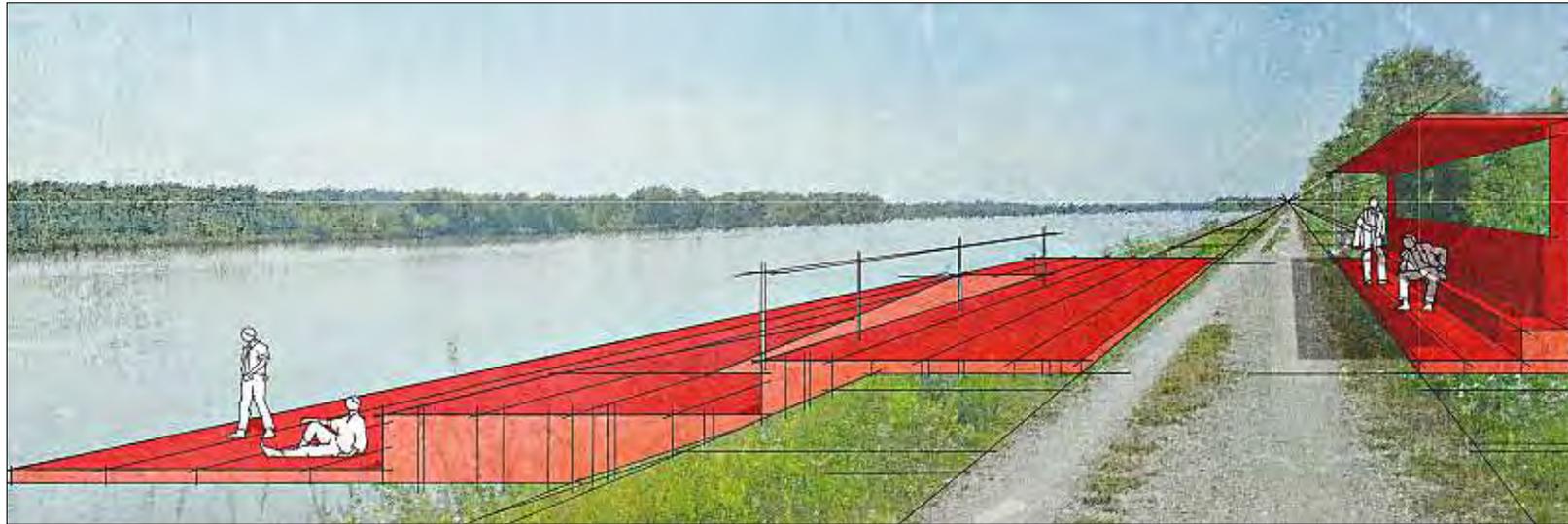
Vor über vier Jahren hatte man mit den ersten Schritten hin zu einer Integrierten Ortsentwicklungsplanung begonnen, nun konnte das Team aus Landschaftsarchitekten und Städteplanern bei einer Abschlusspräsentation im Gemeinderat seine Ergebnisse zum Konzept „Zukunft Bad Füssing“ vorstellen. Im Verlauf hatte es Wirtshausgespräche in den Außenorten, Infostände auf dem Kurplatz, Fragebogen-Aktionen gegeben, eine Homepage wurde erstellt. Außerdem kamen Arbeitskreise zusammen, die Planungsbüros machten sich ihrerseits Gedanken und bündelten Ideen. All diese Aktionen sind in die Resultate eingeflossen. Landschaftsarchitektin Franziska Becker vom Freiraumstudio München präsentierte nun „das Extrakt der letzten anderthalb Jahre“.

Aus den drei Säulen – Attraktives Wohnen im ländlichen Raum, Landschaftsentwicklung entlang des Inns, Gesundheit und Tourismus – hat man eine interdisziplinäre Planungsvision entwickelt. Handlungsempfehlungen und ein Maßnahmenkatalog dick wie ein Buch inklusive.

Den Ortsteilen kommt eine tragende Rolle in diesem Konzept zu. Eigenschaften wurden ihnen zugeordnet – und daran angelehnt mögliche Maßnahmen und Angebote entwickelt.

Bad Füssing - Hauptort

Begrifflichkeiten wie medizinisch-kompetent, Wellness-Bereich, erlebnisreich, gesund verbinden die Planer mit dem Hauptort. Wichtig ist: Der „Ganze Mensch“ findet hier Berücksichtigung – sowohl harte wie auch psychische Standortfaktoren spielen eine Rolle. Stärken will man hier unbedingt den Einzelhandelskern, damit Gäste wie Einheimische gesund einkaufen und leben können. Angedacht ist das attraktive Zentrum zum Flanieren in der Goethe- und Schillerstraße. Hinzu kommt als „neues, sehr starkes Element im Hauptort“, so Becker, das grüne Band, das unter anderem die Parks verbindet. Zudem möchte man das Thema Wasser stärker integrieren.



Lieblingssorte wie in diesem Entwurf eine Innterrasse könnten künftig als Highlights viele Gäste anziehen.

– Skizzen: Freiraumstudio



Landschaftslinien – hier ein Streuobst- und Blühstreifen zwischen den Feldern – sollen künftig fortgesetzt werden.



Wasserlandschaften, wie etwa Holzpfade durch den Wald und über Bachläufe, sollen entstehen und miteinander vernetzt werden.

Aigen am Inn

Den Ortsteil Aigen sehen die Planer als traditionsbewusst, romantisch, idyllisch und dörflich. Die Dorfgemeinschaft steht hier im Mittelpunkt. „Wir sollten das aktive Vereinsleben nutzen“, sagt Architekt Martin Birgel (Dragomir Stadtplanung). Gleichzeitig könne man die historische Bausubstanz einsetzen und das traditionelle Handwerk aufleben lassen. Die Angebote, die man etablieren könnte, lauten daher entsprechend: Feste, Wiesenpicknick, Gartenmusik, traditionelles Handwerk.

Egglfing

Naturnah, ländlich, ursprünglich – so ist Egglfing in den Augen des Teams. Hier setzt man auf landwirtschaftliche Themen: Landwirtschaftliche Flächen und Anwesen sollten genutzt werden, auch um touristische Events attraktiv zu machen. Und: „Die Dorfmitte ist eigentlich kaum oder nicht vorhanden – da empfiehlt sich eine Umgestaltung“, sagt der Architekt.

ANZEIGE

JETZT BEWERBEN!



TECHNISCHE
HOCHSCHULE
DEGGENDORF

www.studieren-in-pfarrkirchen.de

Würding

In Würding, das mit den Eigenschaften familiär, gastfreundlich, fröhlich bedacht wird, soll künftig der Kößlarner Bach eine tragende Rolle spielen. „Hier ist schon große Qualität vorhanden, man müsste es nur wach küssen“, sagt Landschaftsarchitektin Franziska Becker. Vom Wassererlebnispfad bis hin zum Kneippbecken gibt es viele Vorschläge – für Kinder bis hin zu Großeltern. Auch eine Anfrage bei der Landesgartenschau-Gesellschaft für eine kleine Schau wurde gemacht.

Landschaft und Wasser

Die Natur in und um Bad Füssing kann entschleunigend, genussvoll, ästhetisch wirken, wenn man sie

bewusst erlebt. „Ästhetische Wohlfühloasen schaffen mit hohem Erholungsfaktor“, nennt Prof. Dr. Joachim Vossen, Geschäftsführer des Instituts für Stadt- und Regionalmanagement (isr), das Ziel. Teilweise könne man schon mit geringen Mitteln viel erreichen, so Landschaftsarchitektin Becker, und erwähnt unter anderem Blühstreifen, Streuobstwiesen und Augärten. Man könne schon vorhandene Landschaftslinien fortsetzen, Wasserlandschaften entstehen lassen und vernetzen. Und „Lieblingssorte“ gelte es zu schaffen, etwa Aussichtstürme oder eine Innterrasse auf dem Fluss. Erreicht werden könne dies durch „behutsame Inszenierung oder radikale Veränderung“, sagt sie und fügt

hinzu: „Das was Sie haben, gilt es, viel mehr in Wert zu setzen als Sie das bisher tun.“

Regionalmanagement zur Umsetzung

Architekt Martin Birgel ging schließlich noch auf den Punkt Wohnen im ländlichen Raum ein. Wie überall gebe es auch in Bad Füssing den demografischen Wandel zu berücksichtigen, hier werde er noch verstärkt durch den Zuzug von Senioren. 2015 waren bereits 34 Prozent der Bevölkerung über 65 Jahre alt – Tendenz steigend. Die Frage laute daher: „Wie kriegen wir insbesondere junge Familien nach Bad Füssing?“, so Birgel. Das Flächenpotenzial für ein Wachstum von etwa 0,25 Prozent sei gegeben – „es sind dann keine neuen Siedlungserweiterungen erforderlich“, so der Stadtplaner. Aspekte wie etwa die Nahversorgung, die soziale Infrastruktur für Kinder und Mobilität seien in Bad Füssing ganz gut.

Das Thema „Gesundheit und Tourismus“ vertiefte Prof. Vossen – man müsse auf verschiedene Urlaubserlebnisse eingehen. Vom Gesunden über den Sinnsucher bis hin zum primär Gesundheitsorientierten.

Um dieses umfassende Programm – Wohnen, Landschaftsentwicklung, Gesundheit und Tourismus – umsetzen zu können, müsste ein Regionalmanagement von ein bis zwei Verantwortlichen etabliert werden, die eng mit Kurverwaltung und Verwaltung zusammenarbeiten. Die Kurverwaltung allein könne dies nicht leisten, so Prof. Vossen auf Nachfrage von Hans Resch – sie mache bereits jetzt „einen spezifischen Job mit spezifischem Thema“.

Geplant sind noch in diesem Sommer zwei Runde Tische zur Kommunikationsstrategie und Markenetablierung. Im Herbst soll ein Abschlussbericht erstellt werden, dann gibt es Bürgerinformationsveranstaltungen.

„Sehr fundiert“, lautete das Urteil zum Konzept von Bürgermeister Alois Brundobler und den Gemeinderäten. „Wer die Zahlen gelesen hat, weiß, dass wir das nicht in zwei, drei Jahren erledigen können“, so der Rathauschef. Ihm ist klar: „Es dauert die nächsten 20 Jahre und wird eine Menge Geld kosten.“ In diesem Hinblick forderte Martin Neun, eine Prioritätenliste zu erstellen.

„So schnell wie möglich Highlights kreieren“

Florian Freudenstein wies darauf hin, dass man das Konzept auch an die Gäste verkaufen können müsse. Er verlangte, „so schnell wie möglich Highlights zu kreieren“. Prof. Vossen wies darauf hin, dass eine Marke nicht von heute auf morgen stünde. Allerdings unterstrich er: Es müsse Highlights – etwa architektonischer Art – geben, um Gäste anzulocken. Und: „Je mehr Hotspots, desto besser“.

Und schließlich die wirtschaftlichen Akteure: Sie seien nun stark gefordert, unterstrich Brundobler – und machte Defizite im Einzelhandel, bei Dienstleistungen und Gastronomie aus. „Nicht jeder ist gut aufgestellt“, so der Bürgermeister. Auch in den Unterkünften müssten Leistung und Qualität stimmen. Brundobler fordert: „Wir müssen uns rühren, mitarbeiten, bereit sein, etwas zu tun.“ Alois Brenzinger stimmte zu: „Wir müssen das gut vermitteln, da werden viele Fragen auf uns zukommen.“