

Die Kurve zeigt steil nach oben

Im Juli hatte Bad Füssing wieder so viele Gäste wie 2019 – Neue Gesundheits-Broschüre in Arbeit

Bad Füssing. Als Daniela Leipelt heuer Anfang des Jahres ihren Dienst als neue Kur- und Tourismusmanagerin in Bad Füssing antrat, war Europas größter Kurort auf Nulllinie gefahren: Der Corona-Lockdown hat das Heilbad ins Koma versetzt, Hotels zu, Bäder zu, nix ging mehr. Mit dem Re-Start im Mai erhofften sich Gemeinde, Bäderbetreiber und Beherbergungsbetriebe, dass es allmählich wieder vorwärts gehe. Dass nun aber nur kurze Zeit nach dem Re-Start die Kurve der Gästezahlen so steil nach oben ging, das hat keiner erwartet. Nicht mal Daniela Leipelt selber.

Bad Füssings Kur- und Tourismusausschuss war bei seiner jüngsten Sitzung daher hoch erfreut, als Kur- und Tourismusmanagerin Daniela Leipelt und ihre Direktionsassistentin Birgit Kreuzhuber-Zöls in einer

Die Statistik macht Hoffnung

PowerPoint-Präsentation die Statistiken zu Gäste- und Übernachtungszahlen 2019 bis 2021 vorstellten und daraus ein Trend ersichtlich wurde, der ganz klar signalisierte: Bad Füssing ist auf rasantem Weg wieder nach ganz oben. Binnen drei Monaten (von Mai bis Juli) kratzte die Gästezahl bereits an der magischen Marke von 30 000 – um 10 000 Gäste mehr als im Juli 2020 und sogar ein etwas höheres Niveau als im Juli 2019.

„Die Statistik – und somit die



Die Gäste sind zurück in Bad Füssing: Im Juli kratzte der Kurort an der magischen Marke von 30 000 Gästeankünften. Auch die Übernachtungszahlen erreichten fast das Niveau vom Juli 2019. Das stellt Kur- und Tourismusmanagerin sehr zufrieden.

– Foto: Kur- & GästeService Bad Füssing

Tendenz – ist besser als erwartet“, sagt Daniela Leipelt. „Ich bin selber überrascht, dass es so steil nach oben ging.“ Statistische Zahlen, die mehr als nur Hoffnung machen: Nach dem satten Minus an Übernachtungen im ersten Quartal 2021 von fast 90 Prozent, sank dieses Minus im Juli mit 223 000 Übernachtungen auf nurmehr 6,5 Prozent und steht damit fast auf dem Niveau vom Juli 2019. Zwar hinkt man wegen Corona im Vergleich zu 2019 im ersten Halbjahr noch um fast 900 000 Übernachtungen hinterher – und das kann heuer auch nicht mehr aufgeholt werden – dennoch ist Daniela Leipelt „sehr, sehr zufrieden“. Vor allem, was die Prognosen und Buchungen für August betrifft.

Für Bad Füssings Kur- und Tourismusmanagerin steht angesichts der positiven Entwicklung daher eines fest: „Unsere Marketing-Maßnahmen haben gegriffen.“ Denn wer glaubt, im Lockdown hätte man in Bad Füssings Kur- und Tourismuszentrale Däumchen gedreht, der irrt gewaltig. Während im Kurort nix ging, liefen Marketing-Strategien auf Hochtouren, um zum Re-Start von Null auf Hundert zu kommen. Allein die Website-Analyse, die dem Kur- und Tourismusausschuss zusammen mit dem Marketingplan für 2021 und dem Online-Marketing/Native Advertising präsentiert wurde, zeigt, dass trotz Lockdown User im Netz – als Stammgäste wie potenzielle neue Gäste – bei der Stange ge-

halten werden konnten. Und mit den PR-Ausspielungen kurz vor dem Re-Start wurde die Klick-Prognose im Internet sogar um bis zu 30 Prozent übertroffen. Zur ausgefeilten, zielorientierten Re-Start-Kampagne gehören auch eine 20-Seiten-Beilage in der Süddeutschen Zeitung (Sonderbudget Landkreis Passau) und der Hashtag #EndlichWiederBadFüssing sowie Facebook-Aktionen mit Posts von Gastronomen, Hoteliers, Gewerbetreibenden, Physiotherapeuten und viele mehr unter dem Motto „Wir sind dabei“.

Mit dem Re-Start wurde aber auch deutlich, dass sich das Gäste-Klientel in Bad Füssing zu wandeln beginnt. Nicht nur gesundheitsbewusstes Publi-

kum und die „Golden Ager“ quartieren sich rund um die Heilbäder ein, immer mehr suchen relaxten Wellness-Genuss oder einfach nur einen schönen Urlaub. Und was heuer auffällt, so Daniela Leipelt: „Viele Familien sind da.“ Ein Grund mehr für die Kur- und Tourismusmanagerin, das Bad Füssinger Gastgeberverzeichnis zu verschlanken und neu aufzustellen. Bis 2022 sollen aus dem normalerweise 170 Seiten starken Heft künftig drei Teile werden – Gastgeber, Pauschalangebote und ein nagelneuer Kur- und Gesundheitsfinder.

Ein großes Neukunden-Potenzial

In diesem separaten Gesundheitsfinder als extra Broschüre will Bad Füssing künftig explizit auf die Themen Kur und Therapie und den gesundheitsrelevanten Informationen dazu eingehen, während das Gastgeberverzeichnis auf Urlaub und Wellness zugeschnitten werden soll – alles mit kurzen, knackigen Infotexten, dafür aber große und ansprechende Bildimpressionen. Beide Produkte sollen Türöffner gerade auch für Neukunden werden – für Familien, die schön Urlaub machen wollen, für Paare und Singles, die sich exklusive Wellnessoasen wünschen und für den klassischen Badekurgast, der im heilsamen Thermalwasser und in den bewährten Bad Füssinger Gesundheitseinrichtungen regenerieren will. – st