

Tourismustag 2025 in Bad Füssing: Wie Künstliche Intelligenz und Community Management die Zukunft der Destination prägen

Bad Füssing - Unter dem Leitthema „Destinationsmanagement 4.0 – KI trifft Tourismus & Community Management“ stand der Bad Füssinger Tourismustag 2025 Ende März. Die Veranstaltung brachte touristische Leistungsträger, Unternehmer, Gastgeber und Experten zusammen – mit dem klaren Ziel, aktuelle Themen und Tourismustrends zu beraten und Bad Füssing als Gesundheitsdestination strategisch weiterzuentwickeln. „Künstliche Intelligenz bietet unserem Ort wahnsinnig viele Chancen – beispielsweise effizienter zu werden, indem Mitarbeiter stärker unterstützt werden, aber auch um im Marketing neue Wege zu gehen oder dem Gast zusätzliche Angebote zu bieten“, sagte Bad Füssings Bürgermeister Tobias Kurz in seiner Eröffnung.

Tourismus im Wandel: Mut zum Neudenken

„Nichts ist so beständig wie der Wandel“, zitierte Daniela Leipelt, Kur- und Tourismusmanagerin der Gemeinde Bad Füssing zu Beginn ihrer thematischen Einführung den Philosophen Heraklit – und griff damit einen zentralen Gedanken auf: Die Tourismusbranche steht inmitten einer tiefgreifenden Transformation. Klimawandel, Digitalisierung, Fachkräftemangel und ein sich wandelndes Reiseverhalten fordern neue Wege. „Wir stehen am Beginn eines neuen Zeitalters des Destinationsmanagements“, so Daniela Leipelt.

Destinationsmanagement 4.0 – Die Rolle von Künstlicher Intelligenz

Der Begriff „4.0“ stammt aus der Industrie und steht dort für die vierte industrielle Revolution. Übertragen auf den Tourismus bedeutet das: weg von reiner Besucherlenkung, hin zu intelligent vernetzten, datenbasierten und partizipativen Ansätzen. Künstliche Intelligenz (KI) spielt hierbei eine Schlüsselrolle – ob in Form von Chatbots, individuellen Empfehlungen oder Algorithmen zur Besuchersteuerung. Leipelt verdeutlichte an eindrucksvollen Beispielen aus Tirol, Amsterdam und der eigenen Region, wie KI bereits heute eingesetzt wird, um Ressourcen zu schonen, Erlebnisse zu optimieren und Entscheidungen zu verbessern. Dabei gehe es nicht darum, den Menschen zu ersetzen, sondern ihn durch digitale Werkzeuge zu unterstützen.

Wirkt und wirkt und wirkt, mit der Kraft der 3 Thermen.

7. April 2025

Presse-Information

Community Management: Die Gäste als Mitgestalter

Neben der Technologie stellt Leipelt einen weiteren, elementaren Aspekt in den Fokus: den Menschen. Community Management wird zum strategischen Element einer erfolgreichen Destinationsentwicklung. In Zeiten sinkender Aufmerksamkeitsspannen und steigender Erwartungshaltung an glaubwürdige Inhalte gewinnen authentische Beziehungen zu Gästen, Bürgern und Akteuren an Bedeutung.

Leipelt betonte: „Unsere Gäste sind keine Zielgruppen im klassischen Sinn mehr, sondern Teil einer Community, die mitgestalten möchte.“ Initiativen wie „Unser Kurort zeigt Gesicht“, monatliche Reels-Challenges oder das neue Imagemagazin mit integrierten QR-Interviews sind erste Bausteine auf dem Weg zu einer dialogorientierten, emotional vernetzten Destinationsmarke.

Vom Bauchgefühl zu fundierten Daten

Beim Einsatz von KI geht es aber noch um vieles mehr, wie die Bad Füssinger Kur- & Tourismusmanagerin deutlich machte: Sie hob auch die Bedeutung eines datenbasierten Destinationsmanagements hervor: „Es geht darum, weg vom Bauchgefühl hin zu fundierten Daten zu kommen.“ Sie erläuterte, wie KI dabei helfen kann, Besucherströme zu analysieren und Angebote gezielt zu steuern. Ein Beispiel sei die Auswertung der Frequentierung des Kurparks, um darauf basierend passende Veranstaltungen wie Yoga-Stunden anzubieten.

Mitgestaltung als Zukunftsprinzip

Ein intelligentes Destinationsmanagement von heute denkt nicht nur an Gäste, sondern auch an die Einheimischen. Bad Füssing setzt hier auf Beteiligungsformate wie Ideenplattformen, Arbeitsgruppen und Workshops, in denen neue natur- und gesundheitsorientierte Angebote gemeinsam entwickelt werden. Ein aktuelles Beispiel ist das grenzüberschreitende EU-Interreg-Projekt *WiWa2*, das die heilenden Wirkfaktoren von Wald und Wasser untersucht und als Impulsgeber für neue gesundheitsfördernde Produkte dient. Am 6. Mai 2025 findet dazu ein erster Info-Workshop statt.

Ein gemeinsamer Aufbruch – analog und digital

„KI ersetzt uns nicht – sie erweitert uns“, lautete ein zentrales Credo der Rede. Daniela Leipelt appellierte an die versammelten Akteure, die digitale Transformation aktiv mitzugestalten und gleichzeitig den Wert echter, menschlicher Beziehungen nicht aus den Augen zu verlieren.

Maßgeschneiderte Angebote in Echtzeit

Dr. Stefan Mang, Geschäftsführer des Instituts CENTOURIS an der Universität Passau, betonte in seinem Impulsreferat die wachsende Bedeutung personalisierter Gästeerlebnisse: „Durch den Einsatz

Wirkt und wirkt und wirkt, mit der Kraft der 3 Thermen.

7. April 2025

Presse-Information

von KI können wir individuelle Bedürfnisse unserer Gäste erkennen und maßgeschneiderte Angebote in Echtzeit bereitstellen“, sagte er in Bad Füssing.

Nicht nur im direkten Gästekontakt, sondern auch hinter den Kulissen entfaltet KI ihr Potenzial. In Restaurants können Roboter bereits heute einfache Aufgaben wie das Abräumen von Geschirr übernehmen, so dass sich das Servicepersonal stärker auf den persönlichen Kontakt mit den Gästen konzentrieren kann. Diese Automatisierung steigert die Effizienz und ermöglicht ein noch höheres Serviceniveau.

Die digitale Kommunikation hat in den letzten Jahren enorm an Bedeutung gewonnen. Der Regensburg Tourismus beispielsweise hat einen KI-basierten Chatbot auf seiner Homepage integriert, der rund um die Uhr Fragen von Besuchern beantwortet. Solche Chatbots könnten auch in Bad Füssing eingesetzt werden, um Gästen jederzeit Informationen zu Veranstaltungen, Thermenangeboten oder gastronomischen Empfehlungen zu liefern.

Neuer Raum für Gastgeber, um sich wieder mehr um den Gast zu kümmern

Die Angebote der Künstlichen Intelligenz eröffnen gerade Gastgebern gleichzeitig neue Räume, sich wieder mehr um den Gast und seine Wünsche zu kümmern – weil eben einfache Aufgaben automatisiert werden können. So stellte Markus Mildenberger, Inhaber und Geschäftsführer der ma-edv GmbH aus Fürstenzell (Landkreis Passau) in seinem Impulsreferat konkrete KI-Werkzeuge und Tools vor: Programme, die beispielsweise automatisch individuelle Gäste-Absagen als Mail verschicken können, sollte das Hotel ausgebucht sein.

Mit Nachmittags-Workshops zu KI-Anwendungen und zu Content-Strategien und Community-Aufbau konnten die Teilnehmer des Bad Füssinger Tourismustages das neue Wissen vom Vormittag selbst praktisch anwenden. Im Rahmen des Aufbaues eines Community-Managements für die Destination Bad Füssing kann bei relevanten Gästegruppen mehr Sichtbarkeit, höhere Reichweite und eine stärkere emotionale Bindung an die Marke Bad Füssing erzielt werden.

Daniela Leipelt berichtete: „Wir haben im letzten Jahr gemeinsam mit dem Bad Füssinger Kur- und Gewerbeverein neue Arbeitsgruppen gegründet, auch um den Informationsaustausch zwischen den Leistungsträgern im Ort weiter optimieren zu können. Auch die Idee zur heutigen Ausstellung der Bad Füssinger Betriebe der Sparte Einzelhandel, Handwerk & Dienstleistungen zählt dazu.“

Daniela Leipelt bedankte sich beim Orga-Team und damit bei Eva Uttenthaler, Natascha Stöckl, Tatjana Stroh und bei allen 24 Ausstellern, die sich vor der Mittagspause auch den Teilnehmern auf der Bühne des Kursaals kurz vorstellten. Die Ausstellung der Einzelhändler und Dienstleister im Foyer

Wirkt und wirkt und wirkt, mit der Kraft der 3 Thermen.

7. April 2025

Presse-Information

des Großen Kurhauses war dann ab der Mittagspause und parallel zu den Nachmittagsworkshops bis 16:30 Uhr für alle Interessierten geöffnet.

„Die Einzelhandels- und Dienstleistungsausstellung, die den Tourismustag begleitete, zeigte, wie wichtig auch den Einzelhändlern eine gute Vernetzung ist. Daraus resultierend gibt es seit dieser Veranstaltung eine Whats-App-Community zum Austausch untereinander und um gemeinsame Kooperationen zu planen. Auch die Einführung von losen Treffen wie einem Einzelhändlerstammtisch wird eine Frucht dieses Events sein“, sagte Eva Uttenthaler. Sie hatte die Ausstellung organisiert.

Fazits zum Bad Füssinger Tourismustag:

Vision trifft Verantwortung und warum es auch künftig mit KI-Anwendungen den Menschen braucht

Der 3. Bad Füssinger Tourismustag machte aber auch deutlich: Trotz der zahlreichen Vorteile, die KI bieten kann, gibt es auch große Herausforderungen. „Künstliche Intelligenz kann uns unterstützen, aber nicht ersetzen“, sagte Bad Füssing Kur- & Tourismusmanagerin. Es braucht immer auch den Menschen als Gestalter und Mutmacher, um sicherzustellen, dass der Einsatz von KI im Einklang mit Datenschutzbestimmungen und ethischen Standards stehe.

„Es gilt, die Balance zwischen technologischer Innovation und menschlicher Wärme zu finden, die den Charme von Bad Füssing ausmacht“, sagte Leipelt. Oder wie es Bad Füssings Bürgermeister Tobias Kurz auf den Punkt brachte: „Künstliche Intelligenz ist das Megathema unserer Zeit – sie ist wie Feuer – sie kann einen Betrieb erhellen, aber auch das gesamte Haus niederbrennen“, sagte er. Für ihn und die Organisatoren des Tourismustags vom Kur- & GästeService Bad Füssing ist jedoch klar: Bad Füssing will die Chancen der Künstlichen Intelligenz in jedem Fall nutzen.

Künstliche Intelligenz habe das Potenzial, den Tourismus in vielen Bereichen zu transformieren. Für touristische Leistungsträger eröffnete sie die Möglichkeit, Gästeerlebnisse zu verbessern, Prozesse zu optimieren, innovative Angebote zu entwickeln und langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben., erläuterte auch Dr. Stefan Mang, CENTOURIS, Institut der Universität Passau in seinem Fazit zur Fachtagung und führte weiter aus: „Wir freuen uns, den Bad Füssinger Unternehmern heute wertvolle Impulse und praxisnahe Einblicke zur Anwendung von KI vermittelt zu haben.“

„Ich fand den Tourismustag mit seinen Vorträgen, Workshops und vor allem auch der Einzelhandelsausstellung sehr gelungen. Ich hoffe, mit meinem Vortrag das Thema KI etwas greifbarer gemacht zu haben. Bad Füssing setzt mit der Veranstaltung eine Benchmark im

Wirkt und wirkt und wirkt, mit der Kraft der 3 Thermen.

7. April 2025

Presse-Information

Bäderdreieck“, so das Fazit von Markus Mildenberger, Geschäftsführer der ma-edv GmbH, Fürstenzell.

Der Bad Füssinger Tourismustag 2025 markierte somit wieder einmal den Startschuss für ein neues Kapitel in der Destinationsentwicklung des Kurortes. „Die beste Art, die Zukunft vorherzusagen, ist, sie selbst zu gestalten“, zitierte Daniela Leipelt zum Abschluss den Management-Vordenker Peter Drucker – und rief dazu auf, mutig, vernetzt und gemeinsam in eine zukunftsfähige Entwicklung des Gesundheitsstandortes Bad Füssing zu investieren. Auch der Handel in Bad Füssing hat großes Interesse an den Zukunfts- und Trendthemen.