

Keine «Florida der Schweiz»- Kampagne für die Surselva

2006 hat die Oberstufe Obersaxen den Sessiun-Ideenwettbewerb «Surselva Futur» mit Vorschlägen für eine Positionierung der Region als «Florida der Schweiz» gewonnen. Fachleute haben das Projekt inzwischen weiterentwickelt.

Von Jano Felice Pajarola

Ilanz. – Attraktive Rahmenbedingungen schaffen, um auswärtige Seniorinnen und Senioren dazu zu bewegen, den Lebensabend in der Surselva zu verbringen – mit Vorschlägen und Visionen zu diesem Grundgedanken hat die Oberstufenschule Obersaxen den im Vorfeld der Sessiun 2006 von der Region Surselva durchgeführten Ideenwettbewerb «Surselva Futur» letztes Jahr für sich entscheiden können. Der Regionalverband hat in der Folge die Fachhochschule (FHS) St. Gallen damit beauftragt, für das Siegerprojekt «Surselva – Florida der Schweiz» eine Managementkonzeption zu erarbeiten. Gestern ist im Kloster St. Joseph in Ilanz der Schlussbericht der eingesetzten FHS-Projektgruppe präsentiert worden. Der Titel: «Surselva – mit der Generation 50plus zur Wirtschaftsbelebung».

Chancen und Gefahren analysiert

Die FHS hat in erster Linie zu eruierten versucht, wie stark die Ökonomie der Surselva mit einer Positionierung als «Florida der Schweiz», als speziell auch auf die ältere Generation ausgerichtete Region, angekurbelt werden könnte. Die Projektgruppe hat zu diesem Zweck mit Experten aus der Sur-

selva gesprochen, eine Umfrage unter Vertretern der wichtigsten Zielgruppen – Bündner oder Heimwehbündner, Zweitwohnungsbesitzer und Ostschweizer – durchgeführt sowie eine Analyse der Stärken und Schwächen respektive Chancen und Gefahren erstellt.

Dabei hat sich auf der einen Seite ergeben, dass diese Zielgruppen ein enormes Potenzial haben, andererseits zeigt das Projekt aber auch die Möglichkeiten und Grenzen der Surselva auf, wie es in einer Zusammenfassung der Region heisst.

Plus- und Minuspunkte geortet

Für eine Wirtschaftsbelebung mit der Generation 50plus sprechen laut FHS verschiedene Gründe, beispielsweise der Gesundheitstrend und die zunehmende Aktivität der Senioren, das hohe Marktpotenzial dieser Generation oder das durchaus seniorenfreundliche Image der Surselva. Zudem könne die Region mit einer gut ausgebauten medizinischen Grundversorgung aufwarten, mit Pflegeheimen mit integrierten Alterssiedlungen und flexiblem Betreuungsdienst, mit Ruhe, hoher Luft- und Wasserqualität und viel Natur.

Andere Faktoren sind für eine Seniorenregion dafür eher negativ, zum Beispiel die ungünstigen Wetter- und Strassenverhältnisse im Winter, die kaum altersgerechte Bauweise im privaten Sektor, die fehlende Urbanität und der Mangel an qualifiziertem Personal. Zudem sind laut Umfrage lediglich 27 Prozent der Bündner respektive 20 Prozent der Zweitwohnungsbesitzer potenzielle Zuzüger für die Surselva.



Argus Ref 27773055

Auf Nischenstrategie setzen

Das Fazit für die FHS wie für die Regiun: Die Surselva soll nicht auf breiter Ebene eine Seniorenstrategie proklamieren, sondern auf eine Nischenstrategie setzen. Die regionalen Zentren sollen selektiv für Senioren attraktiver gestaltet und die Zielgruppen gezielt angegangen werden. Für die Umsetzung dieser Nischenstrategie schlägt die Projektgruppe 14 nach Dringlichkeit und Wichtigkeit unter-

teilte Massnahmen vor, von der sukzessiven Bindung der Mitglieder von Bündner Vereinen im Unterland über den Ausbau des altersgerechten Wohnungsangebots sowie des öffentlichen Verkehrs bis zum Ferien(s)pass für die Generation 50plus. Verschiedene dieser 14 Massnahmen seien ohne grossen Aufwand in nützlicher Frist realisierbar, betont die Regiun Surselva in ihrem Fazit. Eine Integration der älteren Bevölkerung für Modelle der Zukunftsgestaltung sei unerlässlich.



Massnahmen vorgeschlagen: Projektgruppenleiter Philipp Bürge (links) übergibt Duri Blumenthal von der Regiun Surselva den 50plus-Bericht. Bild Jakob Menolfi