



AUSWERTUNG von 2 UMFragEN

1. Strukturreform und neue Tourismusfinanzierung Bergün Filisur

2. Wohnraumstrategie für Senioren und andere Neustarter, Regionen Albula und Prättigau/Davos

1. ERGEBNISSE BEVÖLKERUNGSUMFRAGE TOURISMUS BERGÜN FILISUR vom 25.07.2021

Teilgenommen haben 298 (100%) Bewohner von Bergün Filisur, wovon 104 im Alter von 65-79 Jahren und 110 in einem solchen von 45-64. 129 (43%) waren Einheimische, 169 (57%) Zweitheimische, wovon 46 Mitglieder im ALB.

Am 28.10.2021 fand die Veröffentlichung der Umfrageergebnisse auf der Homepage der Gemeinde https://www.berguenfilisur.ch/fileadmin/user_upload/20211028_BF_Auswertung_Umfrage_Juli21_Summary.pdf statt und auch der ALB wurden jetzt ermächtigt, darüber zu berichten:

Wesentliche Erkenntnisse:

- Mindestens 61% der Befragten nutzen die Sportbahnen im Winter zweimal oder mehr.
- Vorzugsweise die Skigebiete von Davos und Oberengadin, werden von Bergün Filisur aus gerne besucht.
- Wellnessangebote und Bäder wie u.a. das Thermalbad Alvaneu werden gerne besucht.
- 62% der Befragten wären bereit einen zusätzlichen Beitrag von Fr. 100.- oder mehr pro Jahr für eine sinnvolle Tourismusentwicklung zu leisten.
- 71% sprechen sich für eine organisatorische Zusammenführung des Vereins Bergün Filisur Tourismus (BFT) und der Sportbahnen Bergün AG (SBA) in eine neu zu gründende und abgegrenzte AG aus.
- 57% der Befragten wollen ihre Ferienliegenschaft auf keinen Fall vermieten und weitere 25% nur an Familie und Freunde.

2. UMFRAERGEERGEBNISSE «WOHNRAUMSTRATEGIE FÜR SENIOREN UND ANDERE NEUSTARTER» vom 22.03.2021 (Auftrags Regionen Albula und Prättigau/Davos)

<https://neustarter.info/projekt/einbinden/zwb-befragung-erkenntnisse/>

ERKENNTNISSE / EMPFEHLUNGEN

- Zweitwohnungsbesitzer unterscheiden sich von Touristen und Gästen; sie suchen typische Wohnqualitäten.
 - Wohnsitz verlegen und mehr Zeit in den Bergen verbringen sind v.a. für 55plus ein Thema. Viele wollen nicht einfach den Lebensabend in der Zweitwohnungsgemeinde verbringen, sondern etwas bewegen.
 - Es gibt eine grosse Bereitschaft, in unterschiedlichen Formen zum Gemeindeleben, der wirtschaftlichen Entwicklung und dem Kulturleben beizutragen.
-
- 55plus, Unternehmer und Selbständige ansprechen.
 - Rahmenbedingungen für Arbeit und Austausch verbessern.
 - Nicht alle Zweitwohnungen eignen sich als Erstwohnung.
 - Wohnstandortmarketing muss sich klar von der Tourismuspromotion abheben.
 - Zweitheimische sind eine wichtige, aber nicht die einzige Zielgruppe. Auch Gäste und Personen sind einzubeziehen, die noch kaum Bezug zur Region haben.