

LESERBRIEFE

Kohlekraft in Norddeutschland – Stoppsignal setzen

Im aktuellen Regierungsprogramm schreibt die Bündner Regierung: «Auch wenn dem Klimawandel national und international zu begegnen ist, so trägt auch der Kanton Graubünden eine Mitverantwortung, die mit geeigneten Massnahmen und Investitionen in die Tat umzusetzen ist. Als Bergkanton ist Graubünden vom Klimawandel besonders betroffen, insbesondere wenn man an die damit verbundene Naturgefahren denkt.» Dieses Regierungsziel ist jedoch zurzeit in Frage gestellt. Die Rätia Energie – der Kanton ist Mehrheitsaktionär in diesem Energiekonzern – will im norddeutschen Brunsbüttel in ein Kohlekraftwerk investieren. Kohlekraftwerke sind nicht nur klimaschädigend. Sie blasen tonnenweise Feinstaub und giftige Stoffe in die Luft. In Norddeutschland setzt die Rätia Energie auf die dreckigste und ineffizienteste Stromerzeugung, die es überhaupt gibt: auf Kohle. Pro Kilowattstunde verursacht Kohlekraft dabei mehr als 800 Gramm CO₂, doppelt so viel wie Erdgas oder 200 Mal so viel wie Wasserkraft.

Zu unserem Schutz muss der Kanton Graubünden nun Verantwortung für ein gesundes Klima auch in Norddeutschland übernehmen und die Investitionen der Rätia Energie in Kohlekraftwerke stoppen. Mit der Investition in das geplante Kohlekraftwerk in Norddeutschland wird die Rätia Energie in ein Kraftwerk investieren, das auf einen Schlag ein Fünftel des gesamten Schweizer CO₂-Ausstosses verursacht. Das ist unverantwortlich.

Die Bündner Regierung motiviert uns, in der heutigen Zeit in Energiesparmassnahmen zu investieren. Wir – die Bündner Bevölkerung – werden Stromsparlampen kaufen und unsere Häuser isolieren, wir werden alte Heizungen ersetzen, sodass wir Energie sparen können. Solche Massnahmen werden vom Kanton Graubünden und Gemeinden finanziell unterstützt. Dies macht Sinn und ist ein klares Zeichen, dass die Bündner Regierung sich intensiv mit dem Klimaschutz beschäftigt und Gegenmassnahmen eingeleitet hat. Dem gegenüber macht die Rätia Energie die Bünd-

ner Klimaschutz-Anstrengungen mit auf einen Schlag zunichte.

Dies darf der Kanton Graubünden als Mehrheitsaktionär der Rätia Energie nicht zulassen. Die Bündner Regierung muss das notwendige Stoppsignal setzen.

Franz Bütler, SP-Gemeinderat, Thusis

Die grossen Probleme bestehen in Scharans selber

Zum Beitrag «Unterschiedliche Meinungen zum Zufahrtsstrassenprojekt» in der letzten Ausgabe:

Der Beitrag des Gemeindevorstandes erweckt den Eindruck, dass die Gegner der geplanten Strassenführung überhaupt keine neue Strasse nach Scharans wollen. Dem ist aber nicht so! Vielmehr werden die Strassenführung, die Vernichtung des Kulturlandes sowie das Fehlen eines Gesamtprojektes bemängelt. Denn die grossen Probleme bestehen in Scharans selber. Zum Beispiel die steile und äusserst enge Strasse vom Gemeindegasthof zur Post. Wie lange die angeblich täglich 40 Postautos noch bis zur Post fahren, weiss wohl auch niemand, und wie dann die Leute ohne Trottoir von der Post zum Gemeindegasthof gelangen sollen, darüber wurde nie informiert.

Bevor derartige Kosten ausgegeben werden, sollte doch ein Gesamtprojekt vorhanden sein, das insbesondere die Verhältnisse in Scharans selber auch berücksichtigt.

Hans und Erika König, Scharans

Altern ist nicht ein Problem, sondern eine Chance

Zum Artikel «Thema Altwerden im Albulatal weckt viel Interesse» in der letzten Ausgabe:

Die terzStiftung bekräftigt die Aussage im Artikel von Vrena Cramer, dass ältere Menschen eine Wertschöpfung für eine Region sind. Die Alterung unserer Gesellschaft ist nicht als Problem, sondern als Chance zu betrachten. Die Generation der über 50-Jährigen wird die entscheidende Zielgruppe

der Zukunft sein: Sie ist zeitlich und finanziell unabhängig und gilt als die reichste Zielgruppe der Welt.

Der Seniorenmarketing-Pionier Andreas Reidl weist darauf hin, dass der Bereich Reisen und Freizeit zu den Gewinnerbranchen der Zukunft zählen wird. «Ältere Menschen sind reiselustiger denn je – und sie sind bereit, dafür Geld auszugeben», schreibt er in seinem Buch «Seniorenmarketing». Neben einem stark wachsenden Gesundheitstourismus prognostiziert der Freizeitforscher Horst W. Opaschowski in diesem Zusammenhang auch ein stark wachsendes Interesse an Berg- und Wandertourismus sowie an Veloreisen.

Was den Skitourismus angeht, hat der Deutsche Skilehrerverband das Buch «Neuer Schwung» herausgegeben. Darin zeigen Rosi Mittermeier und Christian Neureuther auf, wie die Freude am Skifahren (wieder) entdeckt werden kann. «Die Kombination aus Gemeinsamkeit, Bewegung und Natur und die Tatsache, dass man ihn bis ins hohe Alter ausüben kann, machen ihn so wertvoll», schreiben sie im Vorwort.

Ältere Konsumenten sind erfahrene Konsumenten: 30, 40 und 50 Jahre Konsumerfahrung haben sie geprägt. Die Kundenbeziehungen zu den Konsumenten über 50 müssen ihren Erwartungen und Be-

dürfnissen entsprechen: Umfassend, individuell, fundiert und vor allem vertrauenswürdig müssen die Beratungen sein. Für die Wirtschaft wird der Markt der älteren Kunden neue Felder und Chancen eröffnen. Jedes Unternehmen tut gut daran, sich vorausschauend und aktiv auf diesen Marktwandel einzustellen. Die Vorstellung von Roland Weber, Leiter des Heims Enviva, im Albulatal einen Wirtschaftszweig rund ums Alter aufzubauen, zeugt deshalb von Weitblick.

In diesem Prozess sind positive Altersbilder in den Marketing-Köpfen unerlässlich. «Alt werden ist normal und macht glücklich», schreibt das Gottlieb-Duttweiler-Institut in der Studie «Generation Gold». Damit geht die Forderung einher, neue Geschichten über das Alter zu erzählen und neue Bilder im kollektiven Unbewussten zu verankern. Mit Blick auf den demografischen Wandel ist insbesondere auch die Werbung gefragt, den Blick auf die Realität nicht zu verstellen und angemessene Altersbilder zu zeichnen.

Letztlich steht und fällt der Verkaufserfolg in Zukunft auch damit, ob generationenfreundliche Dienstleistungen und Produkte angeboten werden können. Denn was älteren Menschen nützt, kann jüngeren Menschen nicht schaden.

René Künzli, Präsident der terzStiftung, Berlingen (TG)

Eisige Viamalaslucht



Wie ein riesiges Tischtuch mit kunstvoll geknüpften Spitzen präsentieren sich die Eiszapfen dieses Winters in der Viamalaslucht. Es ist eine vergängliche Pracht, auch wenn es zurzeit überhaupt nicht danach aussieht. (Bild Oskar Hugentobler)