

# MOUNTAIN

# Manager

8/16

**Meinung:**

**Christoph Engl, GF Brand Trust**

## REICHMANN

Aus Tradition und Leidenschaft

Partner für den perfekten Schliff

Reichmann SF-4 - Der vielseitige Automat

### Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Individuell auf Ihre Anforderungen abstimmbarer modularer Aufbau
- Innovative Transporttechnologie unabhängig von der Skioberfläche
- Garantierte Zeit- und Kostenersparnis durch zwei parallel angeordnete Schleifsteine



[www.reichmann.com](http://www.reichmann.com)

# Intuitiv besser.

Das neue Fahrzeug- und Bedienkonzept des PistenBully 100 4F.



Einfache Bedienung, mehr Effizienz und mehr Ergonomie: Mit der neuen Fahrzeuggeneration erfüllen wir die Wünsche unserer Kunden und setzen neue Standards.

- ⊕ Stärkster Motor seiner Klasse mit 6 Zylindern, 186 kW/253 PS und kraftvollem Drehmoment
- ⊕ Abgasnorm Tier 4f (vorbereitet für EU Stufe 5)
- ⊕ Intuitiver Joystick für proportionale Steuerung aller vier Schildfunktionen zeitgleich
- ⊕ Neue Fräsgeneration für das beste Finishing und für effizienteres Arbeiten
- ⊕ Ergonomische Einheit aus Sitz, Lenkrad, Armauflage und Joystick mit individuellen Einstellmöglichkeiten
- ⊕ Patentiertes 10" Touch-Display mit markierten aktiven Fahrzeugteilen für einfache Bedienung
- ⊕ Komfortable Kabine mit deutlich mehr Raum und verbesserter Rundumsicht
- ⊕ Mit vier Laufachsen und starkem Motor auch für alpinen Einsatz geeignet





Dr. Markus Kalchgruber

# Editorial

Wir erweitern  
Ihren Horizont.

## Cruisen statt Carven – nun kommt Schön-Skifahren

Beim nunmehr schon traditionellen 6. Forum „Zukunft Winter“ in Kaprun wurde einmal mehr betont, dass es keine wirkliche Alternative zum Skifahren gäbe. Laut Studie kommen nach wie vor acht von zehn Winterurlaubern wegen des Skifahrens nach Österreich. Alle weiteren Aktivitäten wie Wellness, Snowshoeing oder Winterwandern sind zwar eine willkommene Ergänzung und Abwechslung, aber eben nicht mehr als das. Die konstant hohen Ersteintritte von mehr als 52 Millionen pro Saison und steigende Beförderungszahlen sind ein Indiz dafür, dass Skifahren in Österreich unverändert beliebt ist. Im gesamten D-A-CH Raum ist jeder Dritte zwischen 14 und 70 Jahren ein alpiner Wintersportler, das sind ca. 19,4 Millionen Leute – wengleich mit unterschiedlicher Intensität. Das heißt aber andererseits auch, dass zwei Drittel der Bevölkerung aktuell nichts mit dem Skifahren/Snowboarden etc. zu tun haben. Von diesem Kuchen hätten Bergbahnen, Skiindustrie und wohl auch die Touristiker noch gerne ein Stück.

### Genuss statt Kraft und Speed

Seit Jahren arbeitet man an entsprechenden Einstiegsreizen – man erinnere sich an die Innovation „In 3 Tagen Skifahren lernen“, an die vielen inzwischen errichteten Fun- und Erlebnis-parks, die Kinderländer und neuerdings auch Funslopes. Vor allem die österreichischen Skischulen leisten hier hervorragende Arbeit, um Neu- und Wiedereinsteiger anzulocken und – was mindestens so wichtig ist – auch auf den Pisten zu halten. Sie haben sich seinerzeit des Carving-Trends angenommen oder auch der FreeStyle-Technik. Und jetzt reagiert der Lehrplan wieder auf den Zeitgeist: Anstatt wie bislang mit Kraft-einsatz und Speed über die Pisten zu carven, rückt man nun das entspannte und

genussvolle „Schön-Skifahren“ in den Fokus der 1,7 Mio. Skischüler, die jährlich die Angebote der 670 rot-weiß-roten Skischulen buchen. Mit dem passenden Material dazu wird das Erlernen der grundlegenden Skitechnik dadurch noch einfacher, lässt sich kräfteschonender ausüben und sieht schlussendlich auch eleganter aus. Während sich die Skitechnik nach der Jahrtausendwende durch das neue breitbeinige Carving stark am Rennlauf orientiert hat – mit teilweise extremen Innenlagen und Radien –, peilt INTERSKI Austria, die 1957 gegründete Dachorganisation für das Skilehrwesen, nun neue Ziele an. Das Fahrverhalten auf der Kante mit den hohen Fliehkräften, also das Carven, soll künftig nur den besten Skiläufern vorbehalten sein. Die breite Masse soll wieder in den Genuss der Ästhetik einer schönen, rhythmischen Bewegung mit schmalerer Skiführung kommen, jedoch nicht so extrem wie in den 70er und 80er-Jahren, als sich die Knie berührten.

### So gewinnt man Ex-Skifahrer

Insgesamt beinhaltet der neue Lehrplan weniger Vorgaben als früher und unterstützt auch individuellere Fahrvarianten. Man wird auf Eigenheiten eingehen, alles wird flexibler, leichter, unverkrampter und somit auch dem Zeitgeist entsprechender.

Ob mit dieser neuen Ski-Technik tatsächlich massenhaft Ex-Skifahrer zurück gelockt werden können, werden uns die nächsten Jahre zeigen. Sicher ist, dass alle Partner der „Allianz Zukunft Winter“ intensiv zusammenarbeiten, um das Thema „Schön-Skifahren“ zu einer großen, neuen Bewegung zu machen, von der alle profitieren werden. An einem gängigen Begriff, wie Wedeln oder Carven, wird noch gearbeitet. Im Moment sieht es aus als könnte „Cruisen“ das Rennen machen. Mehr in MM 1/2017.





# D-Line: Willkommen in der First Class

---

Die nächste Seilbahn-Generation von Doppelmayr eröffnet **neue Möglichkeiten**. Entwickelt und realisiert für höchste Anforderungen am Berg. Die D-Line definiert die Grenzen neu.

**IMPRESSUM**  
**MOUNTAIN**  
*Manager*

Internationale Zeitschrift für Berg- und Wintersporttechnik und bergtouristisches Management

**Verlag:**

EuBuCo Verlag GmbH  
Geheimrat-Hummel-Platz 4  
D-65239 Hochheim/M  
Tel. +49(0)61 46/605-142  
Fax +49(0)61 46/605-204

**Herausgeber:** Horst Ebel

**Geschäftsleitung:**

Alexander Ebel,  
Tel. +49(0)61 46/605-141

**Chefredakteur:**

Dr. Markus Kalchgruber  
Mobil +43(0)6 64/1 00 21 50  
E-Mail: connection@arcturianstargate.at  
Habichtweg 16  
A-5211 Lengau

**Anzeigenmanagement gesamt:**

Joyce Hoch, E-Mail: j.hoch@eubuco.de  
Tel. +49(0)61 46/605-142

**Anzeigenleitung:**

Gerhard Bartsch  
Tel. +43(0)65 42/5 55 31  
Mobil +43(0)6 76/3 51 41 88  
E-Mail: g.bartsch@mountain-manager.com  
Froschheimstr. 24  
A-5700 Zell am See

**Redaktion Österreich:**

Dr. Luise Weithaler  
Tel. +43(0)6 62/88 38 32  
E-Mail: weithaleripr@aon.at  
Kirchenstr. 31  
A-5020 Salzburg

**Redaktion Schweiz:**

Damian Bumann  
Tel. +41(0)79/2 20 28 53  
E-Mail: damian@damitas.ch  
Obere Dorfstr. 52  
CH-3906 Saas-Fee

**Produktionsleitung/Layout:**

Frank Freitag  
E-Mail: f.freitag@eubuco.de  
Tel. +49(0)61 46/605-160  
**Druck:** Frotscher Druck GmbH, Darmstadt

**MM-online:** www.mountain-manager.com  
Christian Schmickler

**Anzeigenpreise:**

Preisliste Nr. 40 vom 01.01.2016

**Vertrieb:**

Tel. +49(0)61 46/605-112  
Fax +49(0)61 46/605-201  
E-Mail: vertrieb@eubuco.de



**Bezugspreise**

Einzelpreis 9,50 €  
inkl. Versandkosten und ges. MwSt.

**Jahresabonnement**

8 Ausgaben, Deutschland: 68,- € inkl. Versandkosten und ges. MwSt./Europa: 78,- € inkl. Versandkosten  
Übersee: 78,- € + Versandkosten

**47. Jahrgang, 2016**

**ISSN 1618-3622**

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Gewähr übernommen.



**12-23**

TRENDS & PISTENGASTRONOMIE

**MAGAZIN**

- 3 Editorial
- 6 Inhalt

**TRENDS**

- 8 Meinung: Christoph Engl, GF BrandTrust: „Vielfalt ist der Tod der Klarheit“
- 12 Best Ski Resort: Zermatt gewinnt erneut – Niveau steigt jedoch generell
- 15 Vorschau TourismusForum Alpenregionen im Ötztal: BIG BUSINESS ... oder smaller is beautiful?
- 16 Q-Parks: „Fun Mountain“ ist die sportliche Zukunft von Skigebieten
- 18 Elements: Strategien und Lösungen für die digitale Transformation
- 19 Funslope Innovation Days by PistenBully und young mountain marketing gmbh
- 20 Forum Zukunft Winter: Es gibt keine Alternative zum Skifahren
- 21 Crowdfunding in Saas Fee erfolgreich

**PISTENGASTRONOMIE**

- 22 Metallidee: Die Open Air-Skihütte ist der nächste Hit

**SKISERVICE & RENT**

- 24 Thaler: Das Besondere darf nicht beim Skidepot aufhören
- 26 Reichmann / KANTE SCHARF: Skiservice mit dem gewissen Extra
- 27 Sporthaus Schuster / Reichmann: Für hervorragenden Dienst am Kunden
- 29 Die neueste Montana Robotertechnologie in Kolfuschg bei Corvara



**48-51**

124. MM-INTERVIEW: HANSJÖRG PFLAUDER, VORSTAND BAD KLEINKIRCHHEIMER BERGBAHNEN HOLDING AG: „AUF DEM WEG ZUM INNOVATIVEN GANZJAHRES-IMPULSGEBER BESCHLEUNIGEN“



Kärntner  
**Saatbau**  
www.saatbau.at

**Begrünmischung  
für höchste Ansprüche**

**...damit Ihre Saat aufgeht!**

**ReNatura®**



## 8–10

MEINUNG: CHRISTOPH ENGL  
GF BRAND TRUST:  
„VIELFALT IST DER TOD DER KLARHEIT“

### NEUE BAHNEN

- 30 Doppelmayr/Silvretta Seilbahn Ischgl: Sicher vor Wind und Wetter
- 32 LEITNER ropeways: Ein Wahrzeichen für den Stubai Gletscher
- 34 CWA Constructions SA/Corp.: Ausstattung der Extraklasse
- 36 Doppelmayr/GLB: Qualitätsoffensive für den Ifen
- 40 LEITNER ropeways: Ökologisches Bauen am Fellhorn
- 42 Salzmann Ingenieure ZT GmbH: Weltneuheit für Hochfügen mit D-Line Technik von Doppelmayr

### MARKETING & MANAGEMENT

- 39 Bilanz PK Doppelmayr/Garaventa: Zweithöchster Umsatz in der Firmengeschichte
- 44 Kärntner Seilbahntagung: Der Wertschöpfungsmotor stottert nicht
- 47 BAG Kitzbühel: Rekordumsatz im Sommer, guter Start in den Winter
- 48 124. MM-Interview: Hansjörg Pflauser, Vorstand Bad Kleinkirchheimer Bergbahnen Holding AG
- 53 Interview Christian Mayrhofer, Direktor Messe Innsbruck: Ausblick InterAlpin 2017

### TECHNIK & WIRTSCHAFT

#### PISTENMANAGEMENT

- 54 SPT und PistenBully bilden ein unschlagbares Team im Parkbau
- 56 PRINOTH: Top Service in Graubünden
- 57 PRINOTH: Partnerschaft mit White Industries
- 58 Neuer Joy Stick hoch 4: Wegweisendes Bedienkonzept von PistenBully
- 60 ARENA: Gelebte Kundennähe bei der Inbetriebnahme
- 62 YAMAHA Motor Co. Ltd.: Leistung aus Leidenschaft
- 67 Pitztal/Müller Fahrzeugtechnik GmbH: Beste Bedingungen für Alpine Auto-Winterfahranlage

#### BESCHNEIUNG

- 64 Demaclenko als Sponsor bei den Weltcuprennen auf der Saslong
- 66 Demaclenko: Beschneigung bei Plusgraden
- 68 TechnoAlpin: Frühester Saisonstart in Tschechien dank Snowfactory

#### TAGUNG

- 69 Lawinenschutz im gesicherten Skiraum
- 70 Technische Seilbahnfachtagung Schweiz



## 24–29

SKISERVICE & RENT



## 30–43

NEUE BAHNEN

### INSERENTENLISTE

Bibus Hydraulik	59	Metallidee	23
Brandner Andreas	53	Pfeifer Seil- u. Hebeteknik	41
Carvatech	U4	POOL ALPIN	46
Chairkit GmbH	13	PowerGIS	61
Demaclenco	65	PRINOTH AG	11
Doppelmayr	3, 4+5	Reichmann + Sohn	U1
GIFAS-ELECTRIC	43	RHMS e.U.	9
Grischconsulta	Beilage	Schloss Hofen	51
iCATpro GmbH	49	SnowSystems	35
Kärntner Saatbau	6	Thaler	25
Kässbohrer	U2	Josef Wiegand	55
Klenkhart & Partner	7	Zaugg AG	45

Christoph Engl,  
GF BrandTrust:



Foto: BrandTrust

## „Vielfalt ist der Tod der Klarheit!“

Wie kann man sich in einem gesättigten Markt behaupten und seine Destination als Marke etablieren? Christoph Engl, GF BrandTrust, geht diesen und anderen Fragen in seinem Buch „Destination Branding: Von der Geografie zur Bedeutung“ auf den Grund und hat dem Mountain Manager wesentliche Aspekte verraten.

Foto: Tirol Werbung/Robert Pupeter



Kinderschneealm in Serfaus.

**MM:** „Der Wettbewerb im Tourismus ist gerade in den letzten Jahren immer härter geworden, das Angebot immer größer – wie kann es gelingen, sich in einem solchen Umfeld erfolgreich zu positionieren?“

**Christoph Engl:** „Der Tourismus erlebt im Moment etwas, was schon in vielen Branchen vor sich geht, und zwar den Übergang von ungesättigten in gesättigte Märkte. Das ist eine neue Situation, mit der wir im Tourismus noch nicht viel Erfahrung gemacht haben. Wir kommen aus einer Wirtschaftssituation, wo quantitatives Wachstum nötig war, weil die Nachfrage immer größer war als das Angebot. In letzter Zeit erleben wir aber immer deutlicher, dass das Angebot schneller wächst als die Nachfrage. Wir müssen also dringend lernen, wie man in gesättigten Märkten agiert. Letztlich gibt es nur eine Möglichkeit, wie man mit den Anforderungen umgeht: Wir müssen in der Bedeutung wachsen und nicht in der Quantität. Menschen werden in Zukunft verstärkt zu Produkten und Dienstleistungen greifen, die im Wettbewerb für sie eine höhere Bedeutung haben. Es geht nicht um die schönere Oberfläche oder ein neues Produkt, sondern um die höhere Bedeutung, weil sie mehr Sinn macht und besser auf die eigenen Bedürfnisse abgestimmt ist.“

**MM:** „Was ist der Unterschied zwischen einem Produkt und einer Marke?“

**Engl:** „Ein Produkt oder eine Dienstleistung stiftet primär Kundennutzen. Man muss erkennen, wie das Produkt hilft oder ein Problem löst. Nehmen wir als Beispiel eine Papiertüte und eine Tasche von Louis Vuitton. Beide haben zwei Henkel und das gleiche Fassungsvermögen, ihr Nutzen ist also identisch. Die Tasche von Louis Vuitton hat aber eine gänzlich andere Bedeutung, sie steht nämlich nicht nur für den Nutzen, sondern auch für einen ganz bestimmten Wert. Genauso ist es mit einer Marke. Hier geht es um die Bedeutung und danach wird der Wert bemessen. Wenn man das auf Destinationen umlegt, so bedeutet das, dass alle einen geographischen Namen haben, durch den sie gefunden werden können. Zur Marke wird man aber erst dann, wenn man in den Köpfen der Kunden eine emotionale Bedeutung erreicht. Die Geographie steht dann nicht mehr im Fokus. Es spielt keine Rolle, wo die Desti-

**„Es wird nicht mehr die Leistung abgerufen, sondern die Bedeutung dahinter!“**

nation exakt ist, weil für den Kunden nur wichtig ist, dass er genau dahin will.“

**MM:** „Ein wesentlicher Faktor sind demnach Emotionen, die man mit einer Marke verbindet?“

**Engl:** „Emotionen sind oft nur die Oberfläche. Die eigentliche Frage ist aber, was die Marke an Ursache oder Sinn bedient. Wenn man sich einen Eisberg vorstellt, sind 3/10 über Wasser und 7/10 unter Wasser. Der Eisberg ist zwar sichtbar, aber sein größter Teil ist es nicht. Ähnlich ist es bei Marken. Emotionen sind jene Elemente, die man sieht – die Grundlage bilden allerdings die Werte, welche eine Marke bedient und denen man glaubt. Daraus entsteht Identifikation.“

Im Tourismus genügt es nicht, einfach nur große Werbebudgets einzusetzen, um bekannt zu sein. Niemand wählt ei-

ne Destination, nur weil sie bekannt ist. Jemand wählt eine Destination, weil ihre Bedeutung über Spitzenleistungen hinter einer Marke definiert sind, weil man sich fokussiert hat und die Botschaft so verdichtet ist, dass sie schnell als relevant erfasst werden kann.“

**MM:** „Wie hat sich das Wertesystem der Kunden verändert, wodurch ist es heute gekennzeichnet?“

**Engl:** „In der Maslowschen Bedürfnispyramide ist verdeutlicht, dass nach der Befriedigung der Grundbedürfnisse die Frage nach der Sinnstiftung des eigenen Tuns immer wichtiger wird. Unternehmen, Orte oder Destinationen, die nicht verdeutlichen können, warum sie das tun, was sie tun – die nur an der Oberfläche informieren und nicht in die Tiefe gehen, werden diesem Bedürfnis nicht gerecht werden können. Es geht also



RHMS e.U. Measurement Solutions

**WINDMESSTECHNIK für jeden EINSATZ  
und jede AUFGABE von RHMS e.U.**

Windgeschwindigkeit – Windrichtung – Ultraschallwindsensoren – Blitzschutz – Blitzschutzstangen – Blitzduktoren

Kombianzeigeeinstrumente – WMS-Windmesssysteme – Funkdatenübertragung – GPS/GPRS Übertragung – Masttraverse

Masttraverse vorverdrahtet – Kompaktwetterstationen – Schaltschrankbau – Sensortechnik – Sonneneinstrahlung

RHMS e.U. Measurement Solutions  
Roman Holzer  
Mobil: +43 (0) 6 76 / 5 87 62 06  
Missonstraße 8  
A-3493 Hadersdorf/Kammern

 **RHMS e.U.**  
Measurement Solutions  
[www.rhms.at](http://www.rhms.at)

nicht primär darum, wie in einem Hotel die Zimmer ausgestattet sind oder wie groß der Wellnessbereich ist, sondern um die Fragen, warum passt das Hotel zu mir. Damit erreicht man beim Kunden Identifikation. Es wird also nicht mehr die Leistung abgerufen, sondern Identifikation, die Bedeutung dahinter. Ich behaupte in meinem Buch und beweise das auch, dass sich Reiseziele zu Reisemotiven wandeln. Man fährt nicht in eine Region der Region wegen, sondern weil man dafür ein Motiv hat. Kein Mensch braucht in einer Welt der überbordenden Informationen noch mehr Informationen über einen Tourismusort. Gebraucht wird hingegen eine Selektion der Information, idealerweise mit Empfehlungscharakter.“

**MM:** „Wie kann es gelingen, die Aufmerksamkeit der Kunden für eine Marke zu erregen?“

**Engl:** „Jede Destination muss eine Antwort auf die Frage suchen, welche Motivation man mit ihrem Angebot bedient. Was ist das Reisemotiv für die Region, für das Hotel etc.? Es geht nicht darum aufzuzeigen, was man alles hat oder besser macht als andere Anbieter. Man muss sich überlegen, welche Motivation, welche Sinnerfahrung man bei den Gästen bedienen will.“

**MM:** „Ist es möglich, die Wahrnehmung zu steuern?“

**Engl:** „Die Steuerung der Wahrnehmung ist möglich und nötig. Dies beginnt mit der Antwort auf die Frage nach dem Reisemotiv. Warum kommen

die Gäste und wofür steht die Destination? Genau diese Aspekte müssen durch Leistungen dargestellt und in den Fokus der Wahrnehmung gerückt werden. Dabei geht es nicht nur um visuelles ‚Oberflächenmanagement‘, sondern darum Strategien zu finden, mit denen der zentrale Wert, den eine Destination oder ein Hotel ausmacht, so verdichtet werden kann, dass er von anderen eindeutig wahrgenommen wird. Und wo sich Kunden und Gäste mit den Werten einer Destination oder eines Hotels identifizieren, entsteht Anziehungskraft. So wird nicht der Preis zum alleinigen Entscheidungskriterium. Preiskampf adae!“

**MM:** „Wie vielfältig muss ein Angebot sein, um für Kunden interessant zu sein?“

**Engl:** „Vielfalt ist der Tod der Klarheit. Viele Destinationen versuchen, auf das ohnehin schon breit gefächerte Angebot noch viele zusätzliche Angebotselemente draufzupacken, um dann endgültig in der Mittelmäßigkeit zu landen. Marken sind dann in ihrem Angebot wertvoll, wenn es gelingt, den Moment der Kaufentscheidung über Verdichtung, Reduktion und Konzentration zu definieren. Es geht darum, sich auf die Elemente zu fokussieren, die helfen, als Reisemotiv erkannt zu werden. Je vielfältiger sich eine Destination präsentiert, desto undeutlicher wird sie wahrgenommen. Nehmen wir das Beispiel Serfaus-Fiss-Ladis. Das Motiv, dorthin zu fahren, ist eindeutig jenes, das Beste für seine Familie zu finden. Das schließt natürlich nicht aus, dass es dann vor Ort auch eine schöne Modeboutique für

Frauen und Männer gibt oder beste Restaurants für einen wunderbaren Abend zu zweit. Allerdings sind diese Angebote nicht die Attraktivitätstreiber für diese Region, die sich mutig an ihrer Familienkompetenz erkennen lässt.“

**MM:** „Wie kommt man über das Mittelmaß hinaus?“

**Engl:** „Über das Mittelmaß kommt man hinaus, wenn man die DNA seiner Marke kennt. Auf den Mensch bezogen geht es darum, das zu tun, womit man sich identifizieren kann und was man mit Leidenschaft macht. Die beste Schulbildung und Ausbildung nutzt nichts, wenn man nicht hinter dem steht, was man macht. Und genauso ist es im Tourismus. Es geht darum, sich auf das zu fokussieren, was man kann und wofür man steht und nicht alles anzubieten, nur weil es gerade modern oder neu ist. Tut man das nicht, dann entstehen zu viele ‚Auch-Produkte‘ (haben wir auch!) und zu wenige ‚Nur-Produkte‘ (haben nur wir!). Deswegen wird man gekauft. Niemand will mehr Durchschnitt.“

**MM:** „Welche Anforderungen werden bei der Etablierung und der Pflege einer Marke an die Organisation gestellt?“

**Engl:** „Es braucht Lust auf neues Denken, es braucht den Mut, eingefahrene Wege im Marketing zu verlassen – Wege, die viele Jahre erfolgreich waren, aber jetzt durch die Veränderungen in der Gesellschaft nicht mehr zielführend sind. Entscheidend ist weniger, was man neu oder anders machen soll, sondern wie man das ‚next level‘, die nächste Entwicklungsstufe, erreicht. Als Marke zu denken heißt, sich zu überlegen, was Kunden für das, was man bietet, bezahlen würden. Es geht nicht darum, alles billiger zu machen, weil man glaubt, dann wird man für Kunden attraktiv. BrandTrust gibt seinen Kunden häufig den Rat, ihr Unternehmen einmal mit anderen Augen anzusehen, um das Level zu erreichen, in dem sich die Kunden oftmals schon befinden. Es gilt für eine Destination, für ein Hotel, für ein Unternehmen, für sein Angebot die richtigen Kunden zu finden, die für den Wert der Marke auch bereit sind, den richtigen Preis zu zahlen. Und es geht um die richtigen Mitarbeiter, die genau zum Unternehmen passen, um diesen Wert auch vermitteln zu können.“ **dw**

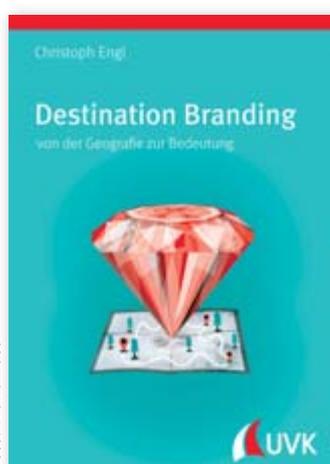


Foto: BrandTrust

## ÜBER CHRISTOPH ENGL

Christoph Engl ist Rechtswissenschaftler mit ungewöhnlicher Laufbahn: zunächst Mitarbeiter bei verschiedenen Arbeitgeberverbänden Südtirols, dann Direktor des 5.000 Mitglieder starken Hoteliers- und Gastwirteverbandes der Region. Von 2001 bis 2013 war er als Direktor der Südtirol Marketing AG aktiv. Hier war er maßgeblich für die Entwicklung der Dachmarke Südtirol verantwortlich. Heute ist Christoph Engl Geschäftsführer bei BrandTrust ([www.brand-trust.de](http://www.brand-trust.de)), einem führenden Managementberatungsunternehmen für wirksame Marken, gefragter Referent und Kolumnist.

Sein Buch „Destination Branding: Von der Geografie zur Bedeutung“ ist in der UVK Verlagsgesellschaft erschienen. ISBN 978-3867647250, 312 Seiten, Preis EUR 44,00.

# **SERVICE & ERSATZTEILE AUS ERSTER HAND.**

Damit Ihr PRINOTH ein Original bleibt.

Sie wollen nur das Beste für Ihren PRINOTH? Nirgendwo ist Ihr PRINOTH in besseren Händen als bei uns. Wir bieten schnellen und perfekten Service und Betreuung vor Ort. Sie können sich auf unser qualifiziertes Team verlassen, denn wir kennen das Fahrzeug besser als unsere eigene Westentasche. Natürlich verbauen wir nur Original-Ersatzteile, damit Ihr PRINOTH auch ein echter PRINOTH bleibt. Ehrensache.  
[www.prinoth.com](http://www.prinoth.com)

**Prinoth**

AFTER SALES NETWORK

## 4. Zufriedenheits-Studie „Best Ski Resort“ präsentiert

# Zermatt gewinnt erneut, Niveau steigt jedoch generell

Die zum 4. Mal präsentierte Gästezufriedenheits-Studie „Best Ski Resort“ – mit knapp 50.000 Befragungen in 54 ausgewählten Skigebieten die größte der Alpen – konnte erneut die Skiarena Zermatt/Cervinia gewinnen. Die alle zwei Jahre durchgeführte Studie ist mittlerweile eine wichtige Grundlage und Orientierungshilfe, um sich im verstärkten Wettbewerbspositionieren zu können: der Vergleich mit den Besten ist ein Antrieb zur Entwicklung! Fazit der Studie: Sowohl die Ansprüche als auch die Zufriedenheit steigen weiter an.

Einer der wesentlichen Unterschiede dieser von Mountain-Management Consulting in Zusammenarbeit mit der Universität Innsbruck durchgeführten Studie ist, dass hier keine Fachgremien, selbsternannten Spezialisten, Bewertungsportale, Promis oder Fans bewerten, sondern Ski- und Snowboarder direkt in den teilnehmenden Skiregionen befragt wurden. Die Kunden allein küren somit das „Best Ski Resort“ in den verschiedenen Kategorien.

Die zentralen Inhalte der Befragungen bei „Best Ski Resort“ waren 21 Kriterien zur Zufriedenheit, die von der Gebietsgröße über die Pistenqualität bis zum Ambiente des Ortes reichten. Mit Siegen in den Kategorien Pistenpräparation/Pistenqualität, Ambiente, Gemütlichkeit, Exklusivität und Plätzen unter den Top-5 in den Bereichen Unterkunft/Hotel, Schneesicherheit, Sicherheit auf den Pisten, Naturerlebnis, Après-Ski, Ruhe und Erholung, Wellnessangebot, Skischulen, Authentizität, Erstbesucher sowie Skigebietsgröße/Pistenangebot konnte die internationale Skiarena Zermatt/Cervinia seine Gäste mehr als zufriedenstellen. So konnte der Spitzenplatz im Gesamtranking nach 2014 erneut von den Schweizern errungen werden.

„Wir freuen uns enorm über die Auszeichnung zum Best Ski Resort 2016, insbesondere da diese auf den ehrlichen Bewertungen unserer internationalen Gäste mit ihren weltweiten Destinationserfahrungen beruht. Wir nehmen diesen Award auch als Bestätigung weiterhin in die Qualität unser Dienstleistungen und Transportanlagen zu investieren, wie beispielsweise in den topmodernen Sessellift Gant-Blauherd und den Bau der welthöchsten 3S Bahn auf das Klein Matterhorn“. erklärte Markus Hasler, CEO der Zermatt Bergbahnen AG. Zum ersten Mal mit in der Wertung holte sich das Skigebiet Livigno (I) gleich Platz 2 auf der Liste der Top-Skigebiete der Alpen. Die Kategorien Freundlichkeit/ Herzlichkeit, Ambiente (ex aequo mit Zermatt), Ruhe und Erholung, Wellnessangebot, Authentizität sowie Erstbesucher kann die italienische Region mit ihrem Angebot klar für sich entscheiden. Bei Schneesicherheit, Pistenpräparation/ Pistenqualität,

Après-Ski, Spaß und Unterhaltung, Gemütlichkeit, Fun & Action am Berg, Kinder- & Familienangebot, Skischulen, Exklusivität sowie Preis-Leistungs-Verhältnis schafft es Livigno in die Top-5-Wertungen.

### Österreichs Skigebiete siegen in sieben Einzelkategorien

Österreich brillierte in vielen Einzelkategorien und gilt somit bei den Gästen als wahres Skiparadies. Das Tiroler Skigebiet Serfaus-Fiss-Ladis landete zum dritten Mal in Folge unter den Top 3, Obergurgl-Hochgurgl erzielte Platz 10. In nahezu allen 21 Kategorien ist eine österreichische Skiregion unter den Top 5 der Alpen vertreten. Vor allem in den Kernkompetenzen wie dem gastronomischen Angebot am Berg, Hotel & Unterkunft, Spaß und Unterhaltung, sowie dem Familien- und Kinderangebot färbt sich die Rangliste rot-weiß-rot – österreichische Skigebiete siegen in sieben Spezialkategorien: Serfaus-Fiss-Ladis (Gastronomisches Angebot am Berg, Kinder- und Familienangebot, Skischule, Rent- & Servicebereich), Ischgl (Après-Ski, Spaß und Unterhaltung) und Lech-Zürs (Unterkunft & Hotel) holen die Goldmedaille in den einzelnen Kategorien.

*Senkrechtstarter Livigno holt sich den 2. Platz im Gesamtranking und gewinnt außerdem in den Einzelkategorien Freundlichkeit/ Herzlichkeit, Ambiente (ex aequo Zermatt), Ruhe und Erholung (ex aequo Aletsch), Wellnessangebot, Authentizität sowie Erstbesucher.*





Zermatt verteidigte erfolgreich den Spitzenplatz im Gesamtranking bei „Best Ski Resort“. Vlnr.: CEO Markus Hasler, Marketingleiterin Sandra Stockinger und Kurdirektor Daniel Luggen.

### Die Top-10 in der Gesamtzufriedenheit

1. Zermatt (CH)
2. Livigno (I)
3. Serfaus-Fiss-Ladis (AT)
4. Kronplatz (I)
5. Saas Fee (CH)
6. Gröden/ValGardena (I)
7. Adelboden-Lenk (CH)
8. Alta-Badia (I)
9. Aletsch-Arena (CH)
10. Obergurgl-Hochgurgl (AT)

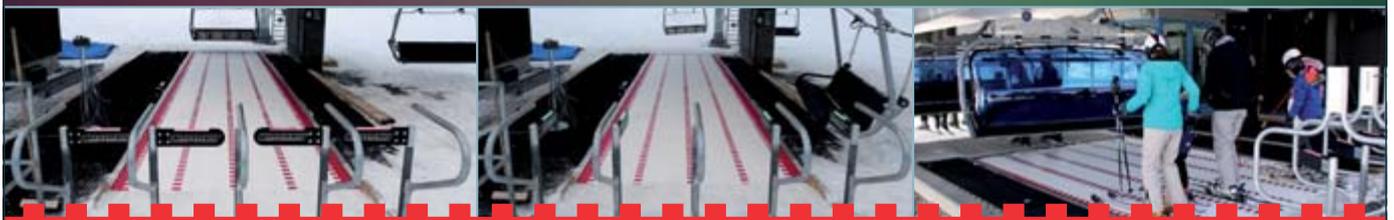


Fotos: promedia

Studienleiter Mike Partel (re.), GF von Mountain Management Consulting, überreichte auch Sonderpreise für jahrelange Bestplatzierungen wie z. B. an Hannes Parth, Vorstand der Silvretta Seilbahn AG in Ischgl.

# Light my way.

- » Easy Access loading gates with »stop & go« LED lights
- » for your Chairkit loading system for ski lifts and funrides



**CHAIRKIT GmbH**  
Brixentaler Straße 59  
A-6300 Wörgl  
T +43 5332 764 83  
F +43 5332 732 46  
office@chairkit.com

**CHAIRKIT North America**  
1919 Willamette Falls Dr.  
West Linn, OR 97068  
T +1 503 780 90 36  
F +1 360 838 17 49  
office.usa@chairkit.com

**CHAIRKIT**  
PREPARE TO PERFORMANCE

[www.chairkit.com](http://www.chairkit.com)



### Spitzenwerte auch bei Beförderung und Wellness

Immer schneller und komfortabler Richtung Gipfel – das ist die Devise: Für 29,9% aller Befragten zählt der Beförderungskomfort zu den Top 5-Entscheidungskriterien. Ein kontinuierlicher Ausbau in diesem Bereich wird durch höchste Zufriedenheitswerte der Gäste honoriert. Speziell wenn man die Generation 50+ ansprechen möchte, ist der Beförderungskomfort besonders wichtig. In österreichischen Skigebieten wird wie auch im Jahr 2014 in Summe der höchste Zufriedenheitswert im Alpenraum erreicht, was auch drei Platzierungen unter den Top 5 bestätigen: Den dritten Platz teilen sich Serfaus-Fiss-Ladis und Obergurgl-Hochgurgl, Ischgl wurde zum fünftbesten Skigebiet in Punkto Beförderungskomfort gewählt. Österreich beeindruckt seine Gäste außerdem als Wellness-Oase. 34% nutzen das Wellnessangebot ihrer Skidestination. Bestbewertet in der aktuellen Studie wird Livigno, dicht gefolgt vom Salzburger Kurort Gastein und Obergurgl-Hochgurgl, den vierten Platz besetzt Serfaus-Fiss-Ladis vor dem Schweizerischen Zermatt. Für Fun & Snowboardparks ist Laax nach wie vor der „place to be“, mit einem dritten Platz überzeugt aber auch hier Serfaus-Fiss-Ladis die Sportler.



*Ischgl punktete vor allem in den Kategorien „Après Ski“ und „Spaß & Unterhaltung“.*

*Das drittbeste Skigebiet in den Alpen Serfaus-Fiss-Ladis überzeugt vor allem in den Kategorien „Familien- und Kinderangebot“, „Rent- und Servicebereich“, „Skischulen“ und „Gastronomisches Angebot am Berg“.*

### Der abnehmenden Loyalität proaktiv begegnen

Insgesamt lässt die Studie den Trend erkennen, dass zwar die Ansprüche der Wintersportler weiter ansteigen, jedoch gleichzeitig die durchschnittlichen Zufriedenheitswerte zunehmen. Das wachsende Angebot im Winter mit Sonne-/Meerdestinationen, Städtereisen, Schiffsreisen etc. erhöht den Wettbewerbsdruck auf die Skiregionen. Mit erhöhtem Engagement im Bereich neuer Produkte und Service-Qualitäten versuchen die Top-Skigebiete, ihre Attraktivität weiter zu halten bzw. zu steigern und werden mit stetig steigenden Zufriedenheitswerten von den Gästen belohnt. Für die Zukunft müssen sich die Skigebiete laut Studienleiter Mike Partel neuen Herausforderungen stellen: „Skiregionen sind gefordert, dem veränderten Gästeverhalten, also der abnehmenden Loyalität, proaktiv zu begegnen. Immerhin wechseln 30% der Besucher regelmäßig das Skigebiet. Diese Gäste sind nicht unzufrieden, sie wollen – im Gegensatz zu früheren Generationen – einfach mehr erleben, sehen. Es geht also künftig verstärkt darum, mit welchen ‚Wow-Effekten‘ man die Gäste begeistern kann.“

Für alle Wintersportler, die auf der Suche nach dem für sie am besten passenden Skigebiet sind, hat Mountain-Management Consulting ein spezielles Service eingerichtet. Mit dem sogenannten „Ski Resort FINDER“ kann – abgestimmt auf die individuellen Kundenbedürfnisse und gestützt auf die aktuellen Daten – das ideale Skigebiet gefunden werden:

 [www.best-skiresorts.com/ski-resort-finden](http://www.best-skiresorts.com/ski-resort-finden)



## Vorschau 27. TourismusForumAlpenregionen 27. – 29. März **BIG BUSINESS...** **oder smaller is beautiful?**

Fotos: grischconsulta

Das bekannte TourismusForumAlpenregionen unter der Führung von Dr. Roland Zegg (grischconsulta/CH) bringt von 27. bis 29. März 2017 zum 27. Mal die Entscheider, Macher und Akteure aus der gesamten alpinen Bergbahnen- und Tourismusbranche zusammen. Als Location wurde das Ötztal mit dem internationalen Skiresort Sölden (A) gewählt. Inhaltlich wird sich alles um den Zusammenhang zwischen Größe und Erfolg drehen.

Vom 27. bis 29. März 2017 geht es beim TFA erneut um brennende Fragen, die von namhaften Referenten und Fachexperten aus neuen, anregenden oder nachdenklichen Blickwinkeln thematisiert werden. Fragen nach der Korrelation von Größe und Erfolg in der Bergwelt zum Beispiel – denn kontroverse Größendiskussionen in Ski-gebieten oder die Frage nach erkaufte Skaleneffekten halten die Branche schon länger in Atem. Aus den USA wird dazu beispielsweise Blaise Carrig, Senior Advisor und ehemaliger President der Mountain Division Vail Resorts, einen tiefen Einblick geben.

Gleichzeitig machen kleinere, jedoch höchst innovative Konzepte von sich reden und neue Aspekte wie Urban Food oder Architektur erhalten ein besonderes Gewicht. Die kleine, sehr erfolgreiche Brunnli-Bahnen Engelberg AG macht es vor.

Ist es somit die Idylle oder Übergröße, mit der Welt vernetzt oder ganz privat: Was sucht der Gast wann, wo und wie in Zeiten von „groß und klein“? Beides hat seine Liebhaber und beides seine Berechtigung. Eine neue Studie aus Wien verweist auf top-aktuelle Schlüsse.

### **Wohin entwickeln sich die Datenmengen?**

Da darf ein genaueres Hinschauen bei der Frage nach Ski- und Sommergebieten, Digitalisierung und Zukunftsszenarien nicht fehlen. Wohin entwickeln sich unsere Datenmengen, wie verhalten sich die Gäste mit und durch die digitalen Medien? Einen erstaunlichen Blick ins menschliche Hirn verspricht hierbei der international bekannte Hirnforscher Dr. Hans-Georg Häusel.



Der Veranstaltungsort – das Tiroler Ötztal, mit Sölden, Hochgurgl und dem Thermenhotel Aqua Dome – ist eingebettet in ein Bergerlebnis pur: Von den zahllosen glänzenden Bergspitzen sind 60 über 3.400 Meter hoch. Dazu Roland Zegg: „Eine Destination, die konsequent und fokussiert eine überzeugende Strategie umsetzt. Eines der Top-Skigebiete Österreichs – und unser Forum mit-tendrin.“ Die lokalen Gastgeber werden es sich selbstredend nicht nehmen lassen, ihre Höhepunkte wie das James Bond-Restaurant ice Q, die Therme oder das Top Mountain Crosspoint am Timmelsjoch höchstpersönlich vorzustellen. Das Programm, laufende Informationen und Anmeldung für das 27. TFA TourismusForum Alpenregionen findet man unter

[www.tourismusforum.ch](http://www.tourismusforum.ch)  
+41(81) 354 9800

*Dr. Roland Zegg, Geschäftsführer von grischconsulta, legt beim nächsten TFA den Fokus auf den Zusammenhang zwischen Größe und Erfolg.*



Neu umgestaltetes Funareal auf der Schladminger Planai: Superpark, Funcross & Funslope Planai direkt nebeneinander.

Foto: young mountain media

## Die sportliche Zukunft von Skigebieten: Der „Fun Mountain“!

Für den Marktführer in Bau und Betreuung von Fun-Angeboten im Wintersport, die Grazer Firma young mountain marketing gmbh, sind die Zeiten, in denen man sportliche Spezialangebote in Skigebieten ausschließlich mit dem Fokus auf bestimmte Gästegruppen betrieben hat, vorbei: Jeder Gast will am Skiberg seinen persönlichen „Fun Mountain“ erleben! Und zwar unabhängig von Alter und Können, aber eben durchaus im Rahmen des sportlichen Angebots des jeweiligen Skigebiets. Der MM fasst dazu ein Gespräch mit Geschäftsführer Paul Zach zusammen.



Foto: Martin Herrmann/ QParks

### Veränderung der Erwartungshaltung der Gäste

„Die Zeiten, in denen man als Skigebiet nur bestimmten Gästegruppen – etwa Freestylern mit einem Snowpark-Angebot – eine Alternative zum Pistenski fahren bieten konnte, sind vorbei“, meint Paul Zach, Geschäftsführer und Mit-Gründer der young mountain marketing gmbh. Und: „Viele Gäste gehen nach wie vor aus primär sportlicher Motivation Skifahren. Aber das Thema „Fun“ wird immer wichtiger und drängt den rein leistungsorientierten Zugang mehr und mehr zurück. Und zwar in allen Altersgruppen!“ Aber bieten herkömmliche Pisten nicht auch genau das: Spaß? „Natürlich!“ meint Zach. Und er räumt auch ein, dass Pisten die Basis eines jeden Skigebietes sind und wohl auch bleiben werden. „Wie sollte man sonst auch vernünftig von der Funslope zum Snowpark und von dort weiter zum Funcross kommen?!“ scherzt Zach. Aber Spaß beiseite – es geht um jenen Augenblick, der an jedem Skitag unausweich-

Gestaltungselement Schnecke für einen Fun Mountain.

lich kommt: Die ersten 5–10 Abfahrten sind gemacht. Der rein leistungsorientierte Skifahrer-Typus sammelt natürlich unbeirrt weiter Höhenmeter, aber für die spaßorientierte Fraktion ist die Luft oft schon ein bisschen draußen und es stellt sich die Frage: „Was jetzt?“ Bei Kindern kommt dieser Augenblick im Schnitt früher, weil Kinder ihre Spaßorientierung meist deutlich authentischer und direkter leben als Erwachsene. Der Wendepunkt an einem klassischen Skitag ist also da, wenn in irgendeiner Form die Frage „Machen wir noch eine Abfahrt?“ gestellt wird. Genau dann zeigt sich, ob das betreffende Skigebiet auch bei seinen spaß- und erlebnisorientierten Gästen im Rahmen seiner eigentlichen Kernkompetenz punkten kann. Und so wichtig alle anderen Angebote eines Skigebietes – kulinarische Genüsse, atemberaubende Landschaft, etc.... – auch sind, die eigentliche Kernkompetenz ist nun einmal das Skifahren an sich.

### Der „Fun Mountain“

Was ist das also nun, der „Fun Mountain“? „Wir definieren den Begriff sportlich“, erklärt Zach. „Mit „Fun“ ist bei uns jene Sorte Spaß gemeint, die aus sportlicher Betätigung heraus entsteht. Das ist wichtig fest zu halten, denn es gibt ja noch sehr viele andere Aspekte, die einen Skitag zum bleibenden Erlebnis machen. Für uns ist der „Fun Mountain“ also ein Skigebiet, das für jeden Gast, egal wie gut er Ski fährt, mindestens eine sportliche Alternative zum Pistenski fahren bietet. Im Idealfall werden alle Könnens- und Altersstufen – vom Anfänger bis zum Profi, vom Kleinkind bis zu den Großeltern – bedient.“ Thematisch gibt es dabei keine Festlegungen: Wenn es um Spaß auf Skiern oder Boards geht und es sich um ein Angebot handelt, welches von den Gästen in großer Zahl angenommen wird, ist es Teil des Fun Mountains. Zach: „Für Komplettanfänger – meistens sind das Kinder – braucht es attraktive Übungsareale, was natürlich keine neue Erkenntnis ist. Sobald sich die neu gewonnenen Wintersportler dann mit ihren Skiern oder Boards einigermaßen auf einer blauen Piste bewegen können, muss man sie unbedingt bei Laune – bzw. auf den Brettl – halten. Das Können reicht zu diesem Zeitpunkt aber bereits dafür aus, sich in einer „Funslope“ oder „Kidsslope“ zu amüsieren. Was, nebenbei bemerkt, auch ganz klar ein Idealfall in Sachen „Terrain Based Learning“ ist! Wer es im nächsten Schritt etwas sportlicher mag, der kann sich im „Familypark“ – einem Snowpark der sich voll auf die Bedürfnisse von Freestyle-Anfängern konzentriert – austoben. Und für alle, die es weniger Richtung Freestyle zieht, ist ein „Funcross“ sicher eine gute Alternative. Ein vollwertiger Snowpark für mittelmittlere bis sehr gute Sportler rundet das Angebot nach oben hin ab. Alpin-orientierte Rennstrecken sind ebenfalls Teil des Fun Mountains, wenn auch thematisch etwas anders ausgerichtet. Der Fun Mountain erfindet also nicht alles neu, aber er ist so strukturiert, dass er für wirklich jeden Gast sportlich auch abseits des Pistenski fahrens etwas bietet.“



Foto: Katja Pokornj / QParks

Gestaltungselement Schneetunnel für einen Fun Mountain.

### Gibt es ihn bereits, den Fun Mountain?

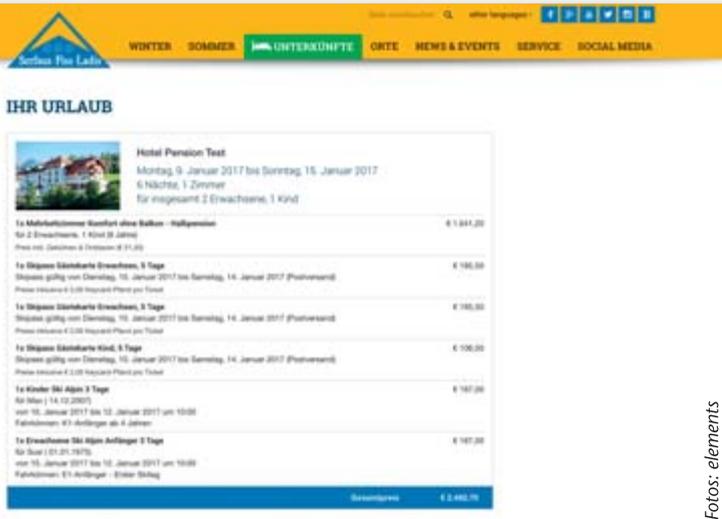
„Wenn ja, dann kenne ich ihn nicht!“ – Zach lacht: „Aber es gibt einige Skigebiete, die schon sehr weit sind.“ Meistens gibt es allerdings irgendwo Lücken im Angebot. Diese gilt es sukzessive zu schließen. Zach bringt ein praktisches Beispiel: „Einige unserer Kunden entwickeln sich sehr konsequent in Richtung Fun Mountain. Lassen Sie mich die Turracher Höhe als Beispiel heraus greifen: Vor ein paar Jahren haben wir die Chance bekommen, auf der Turrach ein Snowpark-Konzept zu verwirklichen. Dabei ging es im ersten Schritt vor allem darum, die diesbezügliche Angebotslücke im südlichen Österreich zu besetzen. Das ist inzwischen fulminant gelungen! Es blieb' aber nicht beim Snowpark. Bereits im Jahr darauf haben wir die „Funslope Turracher Höhe“ verwirklicht. Im heurigen Winter kommt die mit unseren Partnern von Pronatour verwirklichte Kidsslope „Nockys Winterzeit“ dazu. Und auf der sportlicheren Seite der „Funcross Turracher Höhe“... Man sieht also: Hier wird Puzzlestein für Puzzlestein zu einem neuen Gesamtbild des Skigebietes zusammengesetzt. Am Anfang stand die Vision. Und am Ende wird die Turracher Höhe dann – neben vielen anderen tollen Eigenschaften – genau das sein: ein Fun Mountain!“

### Verwirklichung eines Fun Mountains

In der Praxis dreht sich in Bezug auf die Realisierung eines Fun Mountains alles darum, das Beste aus den jeweils bestehenden Möglichkeiten zu machen. Jedes Skigebiet ist anders. Nicht überall gibt es für alle Fun-Angebote die entsprechenden geländeseitigen Möglichkeiten. Und dasselbe Angebot macht natürlich nicht überall Sinn. „Die jeweilige Gästestruktur und die individuellen Zielsetzungen der Destination müssen selbstverständlich berücksichtigt werden!“, so Zach. „Für unsere Kunden machen wir aber inzwischen schon größtenteils umfassende „Fun Mountain Konzepte“ und können diese auch in allen Facetten umsetzen. Diesbezüglich haben wir unser Leistungsportfolio stark erweitert. Z. B. sind der Bau und die Betreuung von Rennstrecken, Kinder-Arealen oder auch Video- bzw. Foto-inszenierten Installationen wie etwa dem „Adrenalin Cup“ neben dem Betrieb von Snowparks, Funslopes und Ähnlichem heute keine Ausnahmen mehr für uns.“

# Strategien und Lösungen für die digitale Transformation

Die vielfach prämierte Digitalagentur elements aus Salzburg steht für erfolgreiche und innovative Multi-Channel-Commerce-Lösungen im eTourismus. Sie weiß auch um die gestiegenen Ansprüche der User an Websites von Bergbahnen und Destinationen und kennt den Weg in die Internetzukunft.



Fotos: elements

Die Zeiten, in denen zwischen dem klassischen eCommerce und dem Tourismus noch Welten lagen, gehören längst der Vergangenheit an. Die Digitalisierung schreitet rasend schnell voran und zwingt ganze Branchen zum Umdenken – B2C und B2B. Geschäftsmodelle, Wertschöpfungsketten und Unternehmensprozesse müssen analysiert und im Sinne einer klaren Multi-Channel-Strategie neu ausgerichtet werden. Marketing, Vertrieb und IT wachsen zusammen, um den neuen digitalen Herausforderungen, speziell im Tourismus, entgegenzutreten.

## Das veränderte Kaufverhalten von „Digital Natives“

„Beeinflusst wird dieser Wandel durch die veränderte Mediennutzung und die Generation der ‚Digital Natives‘, die nicht mehr im Katalog oder im Reisebüro bucht und deren Customer Journey sowohl beruflich als auch privat bei Google, facebook und Co beginnt“, fasst Dietmar Rietsch, Digital-Commerce-Team bei elements, zusammen. Geht es um die Vermarktung touristischer Produkte, ist die online Verfügbarkeit und Buchbarkeit der Leistungen absolute Grundvoraussetzung. Es geht darum durch smarten E-Commerce die Pla-

nung des alpinen Urlaubs radikal zu vereinfachen und damit den Direktvertrieb, ohne Provisionszahlungen, zu stärken. Gäste sollen die Möglichkeit haben, den gesamten Urlaub einfach und ganz ohne Komplexität auf einer Website zu „shoppen“ – angefangen vom Skipasskauf über Skikurse, Skiverleih, Unterkunft, Kutschenfahrt oder auch Events.

## Digitale Tourismus-Lösungen mit Vision und Leidenschaft

Auf dem Weg in eine digitale Zukunft brauchen Unternehmen eine klare Vision, Motivation und Entschlossenheit sowie einen kompetenten Begleiter. „Einen Begleiter wie elements, der mit Herzblut, Leidenschaft und gelebter Kompetenz agiert. Mit einem Team aus 88 Consultants, Marketern, Designern und Developern schafft elements ganzheitlich gedachte digitale Erlebnisse für herausfordernde touristische Digital-Strategien. Dabei immer im Fokus: Das einzigartige Kundenerlebnis, die Entwicklung und nahtlose Verknüpfung sämtlicher touristischer E-Commerce-Prozesse und die effiziente Integration aller beteiligten Systeme. Gepaart mit speziell zugeschnittenen Analytics- und Marketing-Leistungen sorgen wir für den messbaren Erfolg“, ergänzt Mag. Patrick Edelmayer, Geschäftsführer von elements.



V.l.n.r.: Dietmar Rietsch, elements Digital-Commerce-Team, Mag. Patrick Edelmayer und Roland Dessovic, die beiden Geschäftsführer von elements.

### ELEMENTS INFO-BOX:

Die Digitalagentur wurde 2002 gegründet und betreut, mit einem Team von 88 Experten, Kunden wie Silvretta, Dolomiti Superski, Matterhorn Paradise, Serfaus-Fiss-Ladis, Planai, Schladming-Dachstein, Zell am See – Kaprun, Steiermark Tourismus, Trentino Tourismus oder Südtirol Marketing Service. elements ist Technologiepartner von SKIDATA, Premium Partner von fertal Deskline und Entwicklungspartner für Outdooractive.

Funslope Innovation Days by PistenBully:

# Ideenwettbewerb für Innovation und Abwechslung am Berg!

Alternativen zum Pistenskifahren sind bei Wintersportlern zunehmend gefragt und „Funslopes“ haben sich dabei zum aktuell erfolgreichsten Schneeanlagenkonzept entwickelt. Sie sind wahre Spaßgaranten und bei jung wie alt gleichermaßen beliebt! Und damit der Spaß in Zukunft noch größer wird, werden bei den Funslope Innovation Days 2017 by PistenBully die kreativsten Ideen für neue Funslope-Elemente mit barem Geld prämiert.



In den vergangenen Jahren haben Funslopes zahlreiche Skigebiete in Österreich, Deutschland, Italien, der Schweiz und Frankreich erobert und sind wohl der Trend schlechthin! Kein Wunder, denn die kreativen Parcours bieten Wintersportfans sportliche Herausforderungen abseits der konventionellen Pisten und Bergbahnbetreibern die Möglichkeit, ein spannendes Zusatzangebot für ihre Gäste zu realisieren. In den Funslopes ist der Name Programm und der Spaß steht für Skifahrer und Snowboarder aller Alters- und Könnensstufen im Vordergrund, wenn es über Wellen, durch Steilkurven, über den „Speedbooster“, vorbei am „Slopy“ und über große spektakuläre Schneeelemente wie die „Schnecke“

oder die „Funslope8“ talwärts geht... Aber natürlich mussten alle diese innovativen Elemente zuerst einmal erfunden werden! Dabei geht es nicht nur um Kreativität und die Frage, worauf die Skifahrer im wahrsten Sinne des Wortes abfahren werden. Auch die Sicherheit der Benutzer, die technische Realisierbarkeit und die langfristige Betreubarkeit sind wichtige Grundvoraussetzungen für ein erfolgreiches Funslope-Element. Die young mountain marketing gmbh – Funslope-Erfinder und Marktführer für innovative Fun-Angebote im Wintersport – möchte im heurigen Winter einen weiteren Innovationsschub auslösen und lädt daher zusammen mit PistenBully zur Teilnahme an den Funslope Innovation Days 2017 ein!

## Beste Konzepte werden für Showcase Funslope realisiert

Deine Ideen sind also gefragt! Egal ob es sich um Elemente aus Schnee handelt, oder andere Materialien zum Einsatz kommen, ob bereits bestehende Elemente weiter entwickelt werden oder deine Idee absolut neu ist – beim großen Ideenwettbewerb für die Funslope Innovation Days 2017 sind alle Konzepte willkommen! Bis zum 31. Januar 2017 kannst du deine Ideen mit Skizze und kurzer Beschreibung unter [www.funslopes.com](http://www.funslopes.com) einreichen. Alle Konzepte werden anschließend von einer Fach-Jury auf Umsetzbarkeit und potenziellen Spaß-Faktor hin beurteilt. Und jene Entwürfe, die der Jury am besten gefallen, werden als Prototypen realisiert und bei den Funslope Innovation Days am 29. und 30. April 2017 in einer „Showcase Funslope“ getestet und bewertet. Zusätzlich gibt es ein offenes Publikumsvoting. Mitmachen lohnt sich auf jeden Fall: Die drei Siegerelemente werden mit Preisgeldern von insgesamt 6.000 Euro belohnt!



## FACT BOX

### Funslope Innovation Days by PistenBully 2017:

Young Mountain und PistenBully suchen die kreativsten Ideen für die Funslope-Elemente der Zukunft:

- 1. Platz: € 3.000,-
- 2. Platz: € 2.000,-
- 3. Platz: € 1.000,-

Einreichungen bis 31. Januar 2017 online unter [www.funslopes.com/](http://www.funslopes.com/)

## Zehn Jahre Netzwerk Winter

## Es gibt keine Alternative zum Skifahren

Vor zehn Jahren gründete Franz Schenner unter aktiver politischer Mitwirkung des Landes Salzburg die Initiative „Netzwerk Winter“, eine nationale „Allianz Zukunft Winter“, die gemeinsame Ziele formuliert, um sich den Herausforderungen der Entwicklung des Wintertourismus zu stellen. Proponenten dieser Allianz sind neben dem Tourismusressort des Landes der Fachverband der Seilbahnen, Doppelmayr, TechnoAlpin, Skidata, die Salzburger Skischulen, die Raika, die Salzburg AG, Uniqa, der Salzburg Airport, die Skiindustrie, die Hotelier-Vereinigung und Jugendgästehäuser. Sie haben konkrete Maßnahmen zur Förderung des Skisports beschlossen und finanziert.

**D**ie Position des Netzwerk Winter wurde auf der zehnten Jahrestagung klar formuliert: „Schnee ist die Geschäftsgrundlage für Wintersport und Tourismus und trotz anderslautender und wenig gut überlegter Forderungen nach Alternativen gibt es keinen Plan B!

Die Gäste kommen zum Skifahren oder Boarden, oder sie bleiben daheim oder fliegen im Winter in den Sommer!“ Untermauert wird diese These mit der Tatsache, dass acht von zehn Winterurlaubern nach Österreich wegen des Skifahrens kommen.

Der Salzburger Seilbahnsprecher Ferdinand Eder belegt das mit einer eindrucksvollen Zahl: „Trotz eines schwierigen Startes des vergangenen Winters belegen die konstant hohen Ersteintritte von 52,1 Millionen und steigende Beförderungszahlen, dass Österreich als Destination für Wintersportler und -urlauber hoch im Kurs steht und Skifahren unverändert beliebt ist.“

### Erfolgsversprechendes Potenzial

Eine aktuelle Potenzialstudie, die von den Seilbahnverbänden der D/A/CH Länder in Auftrag gegeben wurde, zeigt, dass etwa jeder dritte Bewohner im Alter von 14 bis 70 Jahren alpiner Wintersportler ist, das sind ca. 19,4 Millionen. Zwei von drei Bewohnern zählen also aktuell nicht zu den alpinen Wintersportlern, doch zeigen immerhin 11,6 Millionen Menschen (rund 20 Prozent der Bevölkerung) Interesse am Skisport und können sich vorstellen, mit dem Skifahren zu beginnen. Entscheidend wird also sein, wie neue Skifahrer nicht nur auf die Piste gebracht, sondern dort auch gehalten werden. Dazu braucht es sie entsprechenden „Einstiegsreize“.

Die Seilbahnen tragen vielfach schon das ihre bei, für junge Leute, Familien und Wiedereinsteigern attraktive Impulse durch Fun- und Erlebnisparks, Kinderländern usw. zu setzen. Österreichischer Komfort und Sicherheit beim Transport

der österreichischen Bahnanlagen ist ohnehin beispielgebend.

Die oben angeführte Studie zeigt, dass gerade Skikurse und Familienerlebnisse die wichtigsten Gründe sind, um mit dem Skisport zu beginnen.

### Forderung nach mehr Schulschulskikursen

Österreich ist ein Land von Skifahrern, denn dieser Sport bildet die Grundlage unseres wirtschaftlichen Erfolges im Winter. Es ist daher nicht nachvollziehbar, dass „gerade bei den Schulschulskikursen mittlerweile ein untragbarer Zustand an schlechten Rahmenbedingungen eine gute und zielführende Umsetzung behindern“, klagt Ferdinand Eder, der mit seinem Unverständnis für die Complianceregeln und Antiwerbungserlass der österreichischen Politik die Meinung des Netzwerk Winter massiv vertritt. Selbst der Salzburger LH Dr. Wilfried Haslauer sieht sich einer nicht zu überwindenden Mauer der Bundespoli-

LH Dr. Wilfried Haslauer (Bildmitte) umringt von den Proponenten des Netzwerk Winter: (v.l.n.r) Ferdinand Eder (Salzburger Seilbahnen), Franz Pospischil (Raika), Gerhard Sint (Obmann SBSSV), Florian Größwang (SLTG), Albert Ebner (WKS), Roland Hermann (Airport Salzburg), Franz Schenner, LH Dr. Wilfried Haslauer, Tom Rakuscha (Blizzard), Wolfgang Mayerhofer (Atomic), Franz Föttinger (Fischer), Klaus Hotter (Head), Harald Schmid (Pistenbully), Ilja Grzeskowitz (Keynote Speaker), Ekkehard Assman (Doppelmayr).



tik gegenüber: „Wir, die westlichen Bundesländer, setzen uns mächtig für die Wiedereinführung der verpflichtenden Schulschulskikurse ein, aber die bevölkerungsstarken Bundesländer forcieren lieber sommerliche Schulveranstaltung!“ Aus diesem Grund haben die Seilbahnverbände der D/A/CH Länder kürzlich eine Resolution verabschiedet, die zum Ziel hat, dass in Zukunft jedes Kind während der Schulzeit zumindest einmal auf der Piste sein soll und damit frühen Kontakt zum Wintersport aufnehmen kann.

### Skischulen locken Neu- und Wiedereinsteiger

Österreichs Skischulen waren schon immer das Aushängeschild des heimischen Wintertourismus – weltweit. Sie werben nun verstärkt für Neueinsteiger, indem

sie diesen garantieren, in drei Tagen diesen Sport erlernen zu können. Durch neue Techniken, neues Material und neue Erlebniswelten fällt es auch Wiedereinsteigern zunehmend leicht, den Skisport wieder zu entdecken. Richard Walter, der Präsident von Schneesport Austria bringt es auf den Punkt: „Der lange Weg zur ersten selbstständigen Abfahrt auf Skiern ist passé. Völlig neues Skimaterial, glatt planierte Pisten und moderne Methoden der Wissensvermittlung in den Skischulen bewirken Wunder“. Auch im Kinderunterricht hat der klassische Skiunterricht ausgedient. Heute werden die Kinder in tollen Erlebnisparks spielerisch und abwechslungsreich ab dem dritten Lebensjahr von speziell geschulten Schneesportlehrern betreut.

### Der Wintersport hat Zukunft

Auch wenn Klimaforscher und „geschäftstüchtige“ Experten den Skisport in mittleren Höhenlagen in Zukunft als nicht möglich prognostizieren, glaubt das Netzwerk Winter an die Innovationskraft und Kreativität der Forscher und Entwicklungsabteilungen in den Beschneigungsunternehmen. Technischer Schnee ist zwar teurer, trotzdem ist er umweltfreundlich und schützt die Natur vor Umweltschäden, die der Klimawandel mit sich brächte. Die technische Beschneigung hat bereits in der Vergangenheit maßgeblich dazu beigetragen, dass der Wintersport und damit der Tourismus in unserem Land abgesichert und wettbewerbsbedingte Krisensituationen entschärft werden konnten.

**gb**

# Größte Crowdfunding-Kampagne Europas in Saas Fee

24 Mio. Umsatz bevor die Skisaison überhaupt begonnen hat – das hat die Klagenfurter IT-Firma PeakSolution mit der bisher größten Crowdfunding-Kampagne Europas ermöglicht. Die Bergbahnen Saa-Fee (CH) haben erstmals diesen ungewöhnlichen Schritt für Ihre Saisonkarte gesetzt, um Skifahren in der Schweiz wieder erschwinglich zu machen.

Eine Tageskarte kostet im renommierten Schweizer Wintersportort Saas-Fee normalerweise 72 Franken (umgerechnet 67 Euro). Wintersportfans hatten sechs Wochen die Möglichkeit, sich über eine Crowdfunding-Plattform für eine Saisonkarte um nur 222 Franken (205 Euro) zu registrieren. Mit 75.000 Anmeldungen wurde die Kampagne für gültig erklärt und wegen des großen Erfolgs bis 24. Dezember verlängert. Begleitet wurde die Kampagne durch eine schweizweite Medienoffensive. Für den reibungslosen Ablauf sorgte der Klagenfurter Software-Entwickler PeakSolution.

Bis 27. November hatten sich bereits über 90.000 Interessenten auf der Plattform [we-make-it-happen.ch](http://we-make-it-happen.ch) registriert. Diese dürfen sich jetzt auf einen einmalig günstigen Saisonpass freuen, die Wintersport-Region Saas-Fee über einen gesicherten Saisonstart und PeakSolution über eine erfolgreiche Abwicklung.

„Wir arbeiten mit unserem Schwesterunternehmen Skiline bereits seit einigen Jahren erfolgreich mit Saastal Tourismus zusammen“, erklärt Herwig Probst von der Klagenfurter PeakSolution GmbH, welche die einzigartige Kampagne geplant und technisch umgesetzt hat. „Der Tourismus braucht frische Ideen. Saas-Fee hat das Skifahren mit unserem Know-How in der Schweiz wieder erschwinglich gemacht und noch vor Saisonbeginn 24 Mio. Franken Umsatz generiert“, so Probst. Das Motto sei, die Urlauber wieder in die Skigebiete zu bringen und den Skiurlaub zu einem Erlebnis zu machen.

### Hartes Geschäft Wintertourismus

Für den Schweizer Wintertourismus, der in den letzten Jahren mit rückläufigen Zahlen zu kämpfen hatte, war diese Maßnahme ein wichtiges Zeichen. „Wir haben mit der Crowdfunding-Kampa-

gne einen neuen und für uns großen Schritt gewagt. Umso mehr freut es uns, dass die Aktion so gut angenommen wurde und wir dadurch wirtschaftlich gestärkt den Winter beginnen“, zeigt sich Rainer Flaig, Delegierter des Verwaltungsrates der Saastal Bergbahnen, begeistert. Die erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne spülte noch vor Saisonbeginn 24 Mio. Franken in die Kassen der Bergbahnen. Darüber hinaus profitiert die gesamte Region von der Medienoffensive und der Wertschöpfung durch die neugewonnenen Gäste. Die Aktion wurde wegen des großen Erfolges bis 24. Dezember verlängert.

**i** Weitere Informationen:  
[www.peaksolution.com](http://www.peaksolution.com)  
Herwig Probst  
[herwig.probst@peaksolution.com](mailto:herwig.probst@peaksolution.com)  
Tel.: +43 676 5821255

Metallidee GmbH demonstriert höchste Kompetenz

# Die Open Air-Hütte wird der nächste große Hit

Metallidee aus Bischofshofen steht seit Jahren für exzellente multifunktionale Lösungen in der Après-Ski-Gastronomie. Das flexible Open Air-Pavillon mit Dachöffnung per Knopfdruck begeistert Gäste und Wirte gleichermaßen. In letzter Zeit kristallisiert sich aber noch ein Trend heraus: die Open Air-Hütte! Sie kombiniert den vom Gast gesuchten „rustikalen Charme“ mit der Terrassenfunktion, die ebenfalls über eine aufschiebende Überdachung verfügt. Neuerdings lassen sich sogar zwei Drittel einfahren!

„Der Kunde hat sich anscheinend am runden und Schirmbar-ähnlichen Stil etwas satt gesehen, den man fast schon überall antrifft. Hingegen erfüllt unsere jüngste Entwicklung, die Open Air-Hütte, derzeit die Vorstellung vieler Berggastromomen von einem Après-Ski-Lokal – oder zumindest einer sinnvollen Ergänzung zu einer bestehenden geschlossenen Skihütte“, sagt Metallidee GF Georg Gsenger. „Unsere Open Air-Hütte simuliert eine urige Almhütte aus Altholz und bietet zugleich den Vorteil einer Überdachungsterrasse mit den Funktionen Öffnen / Schließen. Unser Hauptaugenmerk als Hersteller gilt dem Thema: Wie bringe ich das Terrassenfeeling ins Lokal? Umgekehrt betrachtet könnte man auch sagen: Man bringt den Terrassengast in die Hütte hinein, indem man diese öffnet! Dank der Open Air-Technik ergibt sich folgende Möglichkeit: Zunächst sitzt der Gast an der Bar im Freien, um die Aussicht zu genießen. Wenn das Wetter umschlägt, fährt der Wirt die Hütte zu – er hat also bei Schlechtwetter eine gemütliche Skihütte und bei Schönwetter die Terrassenfunktion. Einerseits ist ja das Terrassengeschäft für den Wirt sehr lukrativ – die Plätze im Freien füllen sich immer als erste, aber eben auch risikoreich: ohne Witterungsschutz bricht das Geschäft bekanntlich sofort weg und plötzlich hat man zuviel Personal!“

## Die Lisa-Alm und andere Beispiele

Ein typisches Beispiel für eine gelungene Open Air-Hütte ist die „Lisa-Alm“ im Skigebiet Flachau (Salzburg), bei der Dach und Wände unabhängig voneinander geöffnet werden können. Auf der überdachten Terrasse lässt es sich bei feinstem Sound auch bei Minusgraden nach einem Skitag bestens entspannen – direkt an der Piste des Space Jet II auf 1.520 m. Ein stilvolles und extravagantes Design verleiht dieser modernen Skilounge Einzigartigkeit. Um der hochalpinen Witterung gerecht zu werden, wurde hier die Außenterrasse mit einer mobilen Metall-Glaskonstruktion verkleidet. Dafür wurde gemäß den Plänen von Architekt Mattersberger von Metallidee erstmals ein Prototyp entwickelt. Die Fassade präsentiert sich in stimmungsvollem Altholz.

Weitere ähnliche Projekte realisiert Metallidee derzeit z. B. für die Bergbahnen Davos (CH) im Ausmaß von 17 x 11 m auf 2.500 m Höhe samt kompletter Ausstattung oder als Anbau für die Lena-Alm im Skigebiet Reiteralm sowie in Großarl. Und als neue Variante mit einem zu zwei Dritteln aufschiebbarem Dach bei der Bergstation der 8 EUB Zehnerkarbahn für die Ober- und Untertauern Seilbahn GmbH – genauer gesagt fahren zwei Dachflächen ineinander.

Wer eine etwas kostengünstigere Lösung für eine Terrassenüberdachung möchte, kann sich dies auch in Form einer Markisenanlage mit Schneeschiebern von



Die Open Air-Hütte Lisa-Alm in Flachau bietet erfolgreich Genuss und Lifestyle direkt an der Piste.



Fotos: Metallidee



In Leogang definiert das formvollendete Open Air-Pavillon der Familie Oberlader, die „hendl fischerei“, die Alpengastronomie neu.

Auf der britischen Insel Guernsey installierte Metallidee eine Open Air-Kuppel auf einer ehemaligen Windmühle.

Metallidee bauen lassen. Gelungene Referenzen dafür gibt es genug, wie z. B. beim Bergrestaurant Pinzgabelblick auf der Resterhöhe im Skigebiet Kitzbühel oder die 400 m<sup>2</sup> Hotelterrasse beim Krallerhof in Leogang

### Ob Sonderbau oder System: ein Spitzen-Niveau

Überhaupt kann man sich von Metallidee sehr spezielle und individuelle Umsetzungen erwarten. Für ihr großes Können in punkto Sonderlösungen erhielten die Pongauer 2015 sogar den Salzburger Handwerkspreis – konkret für eine Open Air Kuppel auf einer ehemaligen Windmühle der britischen Kanalinsel Guernsey, die zum Wohnhaus umfunktioniert wurde. Das neu entstandene Stockwerk mit Glasboden und Glasgeländer wird von der Familie als Aussichtsplattform und Ruheraum genutzt. Samt der eingebauten Beleuchtung ergibt das Ganze auch einen großartigen Eye-Catcher...

Der Sonderbau ist traditionell ein wichtiger Bereich bei Metallidee, gerade 2016 war ein Jahr der „angepassten Sonderlösungen“, da die meisten Auftraggeber ihre individuelle Note haben wollen. Dem gegenüber stehen die fertigen Systeme wie die klassischen

Open Air-Pavilions, nach denen weiterhin Bedarf besteht. So wird 2017 in der steirischen Skiarena Hauser Kaibling eine Variante mit 14 m Durchmesser installiert. Bereits bewährt hat sich die 2015 errichtete „hendl fischerei“ bei der Asitz Bergstation in Leogang. Dieses 1400er Open-Air Pavillon definiert Alpengastronomie neu, zumal großflächige Zirbenholzelemente in fließenden Formen von Bildhauer Gottfried Kaschnig für eine heimelige Wohlfühl-Atmosphäre sorgen. Einzigartiger Panoramablick dank großflächiger Verglasung jederzeit inklusive.

Damit nicht genug, kommt jetzt ein neuer, aufstrebender Markt für Open Air-Konstruktionen dazu: Schwimmbad-Überdachungen, also z. B. zu öffnende Hallenbäder von Hotels. Alles komplett isoliert und Schneelasttauglich. Auch hier greift wieder dieselbe Idee: Bei Schönwetter möchte ich mein Hallenbad zu einem Freibad umfunktionieren!

mak

## UNSERE LEISTUNGEN AUS EIGENER HAND VON EXPERTEN GEMACHT



### Open Air Pavillon

Vollautomatisch per Knopfdruck öffnenbar



### Markisenanlagen

Winterfest, optional mit Schneeschieber



### Open Air Hütte

Hütte mit Dach und Wandöffnungsfunktion



### Sonderbau

Individuell fahrbare Dachflächen



## FOLLOW US

on facebook



oder unter:

[www.metallidee.at](http://www.metallidee.at)

## KONTAKT

Metallidee GmbH  
Wasserburg 2  
A-5500 Bischofshofen  
T: +43 646290303  
E: [info@metallidee.at](mailto:info@metallidee.at)

Foto: Thaler



Das neue Skidepot von Thaler für das deluxe Hotel Arlberg in Lech vermeidet bewusst das Kellerimage und bietet dafür Erlebnis.

## Thaler entwickelt Lösung für \*\*\*\*\* Hotel Arlberg in Lech

# Das Besondere darf nicht beim Skidedot aufhören

Das \*\*\*\*\* Hotel Arlberg an einem der schönsten Flecken von Lech hat es sich auf die Fahnen geheftet, das Besondere zu bieten. Luxus und Tradition werden in stilvoller Symbiose vereint. Dieses Niveau darf nirgends einen „Stillbruch“ erleiden – auch nicht beim Skikeller. Infolge dieser Erkenntnis beauftragte Hotelier KR Schneider den Experten Thaler aus Schruns mit Konzeption und Umsetzung eines Erlebnis-Skidepots. Denn inzwischen weiß man: das Besondere in diesem Bereich kommt von Thaler!

War früher der Skikeller oft ein „Stiefkind“ im Vergleich zur sonstigen Qualität eines Hotels – dunkel, eng, häufig muffig, insgesamt eher ein unsympathischer Ort – kommt nun auch dieses schwächste Glied immer mehr in den Fokus der Spitzenhotellerie. Denn der moderne, anspruchsvolle Gast erwartet nicht nur auf seinem Zimmer ein exklusives Wohnambiente und edle Atmosphäre im Restaurant, sondern ebenso in der Räumlichkeit, in welcher er sozusagen seinen Skitag beginnt und beendet: dem Skidepot. Diese veränderten Kundenbedürfnisse zu erfüllen war der Fokus beim Projekt Ski-Depot für das deluxe Hotel Arlberg in Lech. Das bedeutete vor allem auch: weg vom üblichen Keller-Ambiente! Und da die Servicequalität beim Hotel Arlberg schon immer sehr hoch angesetzt war, ließ man sich nun auch in diesem Bereich auf weitreichende Verbesserungen ein. Genau genommen wurde ein komplett neuer Ansatz ins Auge gefasst: Das Ski-Depot soll künftig ein tägliches Erlebnis

(!) bieten das den Tag im Schnee für den Gast bereichert. Oder anders ausgedrückt: Das Projekt zielte darauf ab, eine Atmosphäre zu schaffen, die zu erleben sich die Gäste jeden Tag freuen.

### Tageslicht-Simulation und tolle Optik

Um so ein ehrgeiziges Ziel zu erreichen, braucht es natürlich High-Quality Produkte am letzten Stand der

*Das \*\*\*\*\*Hotel Arlberg ist an einem der besten Plätze im Lecher Zentrum gelegen. Es hat sich dem Besonderen verschrieben.*

Foto: TVB Lech-Zürs



Technik. Wie eingangs erwähnt, fiel die Wahl auf das Sortiment von Thaler. Seine großzügigen und kompakten Trocknungs-Skischränke neuester Generation mit etlichen Accessoires und edler, für dieses Hotel individualisierter Optik überzeugten die Auftraggeber. Damit nicht genug, lieferte Thaler zusätzlich ein zukunftsweisendes Gesamtkonzept mit „Wow-Effekt“ für die komplette Raumgestaltung ab – was ihm den letztlich den Zuschlag sicherte.

Die Ausgangsfrage bei der Raumgestaltung war, wie man das kellerähnliche Image der unterirdischen Location entfernen und gleichzeitig eine offene Atmosphäre schaffen kann. Die Lösung ist so einfach wie genial: die Firma COELUX bietet das „künstliche Fenster“ – ein System, das Licht korrigiert um eine Tageslicht-Stimmung zu simulieren. Schneider integrierte eines der Produkte des italienischen Herstellers in sein Konzept und nun wirkt der fensterlose Raum von Tageslicht durchflutet, ja selbst der blaue Himmel dahinter wurde imitiert.

Das Gefühl von einer natürlichen Lichtquelle lässt das 75 m<sup>2</sup> kleine Skidepot außerdem viel größer erscheinen.

### Passt zum Image und ist multifunktional

Auch bei den Trockenschränken wurde nichts dem Zufall überlassen. Das Komplettsystem von Thaler kombiniert die Lüftung mit energiesparender Heizung, was warme und trockene Skischuhe garantiert. Um den verfügbaren Raum zu optimieren, ist jeder der 60 gelieferten Schränke mit belüfteten Handschuh- und Helmhaltern ausgestattet. Wandhaken, Ablageflächen und Features wie Steckdose für Schuhheizung und eine perfekte Innen-Beleuchtung komplettieren das High-Quality Produkt. Das Beste aber ist der Farbton der Schranktüren: „Oro Toscana Classico“ – ein edles pulverbeschichtetes Goldbronze mit Metallic-Effekt, das zum Stil und Image des Hotels passt. Der typische Schriftzug „Hotel Arlberg Lech“ als Logo des 5-Sterne-Hauses darf natürlich auch nicht fehlen. In diesem Fall wurde es aus Messing herausgelasert und auf die Türen affiziert.

Das neue Skidepot erlaubt es den Gästen, ihre „Helmfrisur“ wieder in Ordnung zu bringen, ehe sie das Après Ski genießen und dann direkt zur Bar gehen, um einen perfekten Tag bei einem Cocktail abzuschließen und den nächsten zu planen. Außerdem werden die Leute motiviert, sperrige Sachen wie Helme, Handschuhe, Batterien für Skischuhheizung etc. im Skidepot statt im Hotelzimmer zu lagern. Dadurch bieten die Zimmer nun mehr Platz, was letztlich von den Gästen als angenehm empfunden und als positive Erinnerung mitgenommen wird.

Der Persönliche Kontakt mit den Gästen ist der Erfolgsschlüssel in der österreichischen Berghotellerie. Thaler will hierfür den Feelgood-Faktor beisteuern: das bedeutet, die Wünsche des Gastes mehr als nur zu erfüllen. Nämlich begeistern!

mak



THALER



© CoeLux

## LOCKERS MIT EINER VIEHLZAHL AN FUNKTIONEN



- A stromsparende Heizstäbe für eine angenehm warme Ausrüstung (2-3 Paar Ski- und Handschuhe, Helme)
- B Rutschpad um ein Umlallen der angelehnten Skier zu verhindern
- C Wandhaken für Stöcke und Kleidungsstücke
- D Cillernetz für diverse „lebenswichtige“ Kleinigkeiten
- E automatische Reinigungsfunktion der Bodenwanne

### THALER AUSTRIA / HEAD OFFICE

Wagenweg 3a . Postfach 10 . 6780 Schruns / Austria  
T +43 5556 77857 . office@thaler-systems.com  
www.thaler-systems.com



Eine genaue Kontrolle der Schleifergebnisse ist Siegfried Rumpfhuber sehr wichtig. • Skiservice an der DTS-U PRO.

## Reichmann & Sohn GmbH/KANTE SCHARF

# Skiservice mit dem gewissen Extra

Das Unternehmen KANTE SCHARF hat Anfang November in der früheren Panzerhalle in Salzburg seinen Betrieb aufgenommen. Erklärtes Ziel von Firmenchef Siegfried Rumpfhuber ist erstklassiger Skiservice für individuelle Anforderungen.

**B**erge und Skisport sind die Passion von Siegfried Rumpfhuber. Als Präsident der EXOLITE, einer Entwicklungsagentur für innovative Produkte und Marken im alpinen Bereich weiß er, worauf es im Skisport ankommt. Und als Rennsportler, der seine Erfahrungen in extremen Situationen gemacht hat, kennt er das gewisse Extra, das man braucht, um seinen ganz speziellen Ski zur Verfügung zu haben. Genau diese Aspekte kommen bei KANTE SCHARF jetzt den Kunden zugute. Angeboten wird Reparatur, Service und Tuning von Ski und Snowboards „detailverliebt und preisbewusst, kompromisslos auf Qualität getrimmt“. Damit man alle Anforderungen auch wirklich erfüllen kann, hat man sich Know-how und Maschinenteknik von Reichmann & Sohn zur Seite geholt. „Ich kenne Stefan Reichmann seit 10 Jahren, mit den Produkten des Unternehmens hatte ich immer wieder zu tun. Ein wesentlicher Grund, der für den Ankauf der Servicemaschinen von Reichmann gesprochen hat, war sicher die DTS-U PRO, weil sie in der Branche ein Alleinstellungsmerkmal hat. Das Kantentuning mit dieser Maschine ist einfach außergewöhnlich gut“, so Siegfried Rumpfhuber. Vor diesem Hintergrund hat man sich dann auch bei den anderen Maschinen für die Qualität von Reichmann entschieden, um auf diese Weise eine maschinelle Ausstattung „aus einem Guss“ zu haben. An der DTS-U PRO schätzt Rumpfhuber „den belagseitigen Schliff mit

stehendem Stein“. Geschliffen wird außerdem belagseitig nicht mit einer Keramikkdisc, sondern mit einer Tuningscheibe im Umfangschliffverfahren. „Die Kanten, die man mit dieser Maschine bekommt, glänzen wie poliert. Die Ski sind gratfrei und perfekt für den Einsatz.“

Das Service-Prinzip von KANTE SCHARF ist einfach und transparent. Jeder Ski und jedes Board wird genau begutachtet. Dann wird für den Kunden ein stimmiges Angebot ausgearbeitet, das genau auf die Bedürfnisse abgestimmt ist. Der Kunde bezahlt also genau das, was der Ski/das Snowboard benötigt.

Und auch für spezielle Wünsche bis hin zum Rennservice ist man bei KANTE SCHARF an der richtigen Stelle. Unterstützt wird der Firmenchef bei den Arbeiten von 2 Mitarbeitern, die ebenfalls über entsprechendes Know-how im Rennbereich verfügen und bei den Reichmann Service Workshops auf den Maschinen bestens geschult wurden.

Für alle Kunden, die ihre Ski intensiv nutzen und die ganze Saison über besten Service zu schätzen wissen, gibt es Servicepässe. Je nach Wunsch und Serviceumfang werden unterschiedliche Varianten in unterschiedlichen Preisklassen angeboten.

### Für alle Anforderungen gerüstet

Der Maschinenpark von Reichmann, der bei KANTE SCHARF zum Einsatz kommt, umfasst:

► **DTS-U PRO:** Die Kantenschleifmaschine DTS-U PRO punktet durch die bewährte HQT-Technologie, die beste Ergebnisse beim Kantentuning verspricht. Durch ein perfektes Zusammenspiel von Disc-Seitenkantenbearbeitung und Unterkantentuning in nur einem Arbeitsgang entstehen gratfreie und fahrfertige Ski bzw. Snowboards.

► **SN 350 PROFI:** Diese Nassbandschleifmaschine ist eine platzsparende Bearbeitungsstation für alle Basisarbeitschritte.

► **PROFI S150:** Mit dem geringsten Platzbedarf (unter 1m<sup>2</sup>) aller Reichmann-Maschinen ist die PROFI S150 die optimale Ergänzungsmaschine in bestehenden Skiservice-Werkstätten. Die Belag-Steinschleifmaschine liefert beeindruckende Schleifresultate für alle Alpinski. Darüber hinaus ist die S150 besonders geeignet für Nordic-Strukturen.

► **BWM 350 C DIGITAL:** Kostengünstig, energieeffizient und individuell – das ist die Bandwachsmaschine BWM 350 C Digital. Sie verfügt über ein eingebautes Heizaggregat, womit sich die Wachs-temperatur selbst gradgenau zwischen 80 °C und 100 °C auf das Wachs abstimmen lässt.

► **WAX FUTURE WALL SPEED:** Diese Infrarot-Wachsmaschine wird platzsparend an der Wand platziert. Die Infrarotheizlampe sorgt für eine schonende, aber trotzdem intensive Behandlung. Auf diese Weise kann der Belag mehr Wachs aufnehmen, das Wachs dringt tiefer ein und hält somit länger.

**i** Infos:

[www.kantescharf.com](http://www.kantescharf.com)

[www.reichmann-skiservice.com](http://www.reichmann-skiservice.com)

Foto: dwf



*Dieter Miller, Sales Manager Reichmann & Sohn GmbH, und Wolfgang Baumann, Serviceprofi im Sporthaus Schuster, bedienen den SF-3.*

Sporthaus Schuster/Reichmann & Sohn GmbH

## Für hervorragenden Dienst am Kunden

Das Sporthaus Schuster kann auf eine mehr als 100-jährige Tradition zurückblicken, in der man seine Aufgaben und Arbeiten immer in den Dienst der Kunden gestellt hat. Beim Ski- und Boardservice verlässt man sich auf das Know-how der Reichmann & Sohn GmbH.

**D**as Sporthaus Schuster in der Rosenstraße in München hat Tradition. Auf insgesamt 7 Stockwerken findet man alles, was das Sportlerherz begehrt. Unter dem Motto „je höher das Ziel, desto Schuster die Ausrüstung“ ist das Sporthaus durch seine konsequente Weiterentwicklung zu einer Marke geworden, deren Ruf weit über die Grenzen der bayerischen Landeshauptstadt hinausreicht. Selbstverständlich gehört für den Spezialisten für Bergsport, Outdoor Bekleidung & Sportartikel auch der Skiservice zum Angebot. Das Servicecenter hat



man in der Lochhamer Straße in Planegg/Martinsried konzentriert. Sowohl vor Ort als auch in der Zentrale in München kann man die Ski und Boards für den Service abgeben und am gewünschten Ort fix und fertig wieder abholen.

### Skiservice in höchster Qualität

„Die Maschinen sind super, die Qualität der Ski und Snowboards lässt keine Wünsche offen. Wenn ich Fragen habe, rufe ich bei Reichmann an, da kann man mir sofort weiterhelfen“, so beschreibt Wolfgang Baumann, Servicespezialist im Sporthaus Schuster, seine Erfahrungen mit den Skiservice-Maschinen und dem Team der Reichmann & Sohn GmbH. Und Wolfgang Baumann weiß, wovon er spricht. Von den mehr als 20 Jahren, die man im Sporthaus Schuster mit der Reichmann & Sohn GmbH arbeitet, ist er 15 Jahre dabei.

*In Planegg/Martinsried verwahrt man die Wintersportgeräte in einem Depotsystem von Reichmann.*

Vor 9 Jahren wurde aufgrund des hohen Serviceaufkommens erstmals an die Anschaffung eines Service-roboters gedacht. Angebote der unterschiedlichen Hersteller wurden eingeholt und verglichen. Die Entscheidung fiel auf Reichmann. Mittlerweile hat man ein Serviceaufkommen von 3.500 bis 4.000 Paar Ski in der Saison und vor einem halben Jahr auf die neue Generation der Schleifroboter, den Vollautomat SF-3 umgestellt.

Der Serviceautomat SF-3 garantiert Skiservice auf höchstem Niveau und beansprucht nicht viel Platz in der Werkstatt. Er überzeugt mit einem hohen Durchsatz, wobei die Ski ausgesprochen schonend behandelt werden. Für ein optimales Ergebnis wird der Aufbau des Schleifcenters individuell auf die Bedürfnisse vor Ort angepasst. Ein weiteres Highlight des SF-3 ist die innovative und intelligente Transporttechnologie, die in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung entwickelt wurde. Mit Hilfe dieser Transporttechnologie werden unterschiedliche Ski und Snowboards unabhängig von deren Oberflächen dank automatischer Erkennung sicher durch den Automaten transportiert.

Mit der neuen SF-3 wurden vor Ort schon vor Saisonbeginn rund 1.400 Paar Ski serviciert. „Wir sind voll und ganz zufrieden. Der Roboter funktioniert einwandfrei. Und vor allem die Qualität der Ski und Boards, die man aus der Maschine holt, ist ausgezeichnet. Das Ergebnis stimmt“, so Wolfgang Baumann.

### Komplett Reichmann

Insgesamt sind in Planegg/Martinsried 4 Maschinen von Reichmann im Einsatz. Neben dem SF-3 sorgen die Bandschleifmaschine SN 350 PROFIL, die Bandwachsmaschine BWM 350 C DIGITAL und ein POLYMAT, eine Ski- und Snowboard-Belagreparaturmaschine, für beste Ergebnisse. Aufbewahrt werden die Ski und Boards in einem Depotsystem, das ebenfalls von Reichmann stammt.

Und auch der Transport der Wintersportgeräte aus der Zentrale zum Service und retour erfolgt schonend und effizient im Lkw mit Hilfe von Reichmann-Ski-transportwagen, die speziell für Schuster angefertigt wurden. Der Wagen ist Europaletten konform konzipiert und bietet bis zu 30 Paar Ski bzw. Boards so Platz, dass sie schonend und sicher liegend transportiert werden können. Insgesamt 4 dieser innovativen Wagen hat das Sporthaus Schuster angekauft und auch damit nur gute Erfahrungen gemacht.

**i** Infos:

[www.sport-schuster.de](http://www.sport-schuster.de)

[www.reichmann-skiservice.com](http://www.reichmann-skiservice.com)

Erfahrungsbericht von Sport Posch in Kolfuschg bei Corvara

# Die neueste MONTANA Robotertechnologie in der 2. Saison im Einsatz

Sport Posch ist seit 2004 MONTANA Kunde und hat seine bereits sehr moderne Werkstatt in der vergangenen Saison durch eine MONTANA SAPHIR mit PRO-Technologie und RACE EDGE Aggregat auf den neusten Stand der Technik gehoben.



Gerhard Posch und die neue SAPHIR.

ist nur bei MONTANA in einer Serienmaschine erhältlich.

Durch das RACE EDGE Finish-Aggregat erhalten die Seitenkanten den perfekten Rennschliff. Das gratfreie Finish kann mit einer Winkelverstellung in 0,5° Schritten erzeugt werden. 2 High Speed Discs sorgen mit ihrer hohen Drehzahl von 15.000 U/min. für eine hervorragende Kante mit hochpoliertem Schleifbild. Die absolut gratfreie Seitenkante begeistert alle Wintersportler, die höchste Anforderungen haben.

Gerhard Posch freut sich über seine Entscheidung für die neue SAPHIR: „Wir haben in die MONTANA RACE EDGE Technologie investiert, weil wir unseren Kunden mit Rennlauf-Ambitionen etwas ganz Besonderes bieten wollten. Selbst unsere anspruchsvollsten Kunden sind vollauf begeistert von dem Kantengriff, der Spurtreue und der Standzeit sogar auf Kunstschnee. Für viele war es ein ganz neues Fahrerlebnis. Die RACE EDGE ist somit nicht nur für Rennläufer ein Fortschritt.“

**i** Infos:  
[www.sportposch.com](http://www.sportposch.com)  
[www.ski-service.com](http://www.ski-service.com)

**G**erhard Posch setzt auf Differenzierung durch Qualität: So wurde die in der Saison 2012/2013 komplett neu gestaltete Werkstatt durch die neuste MONTANA SAPHIR Technologie nochmals modernisiert. Hier werden 10.000 Paar Ski und 600 Snowboards pro Saison präpariert. Für Snowboards und die Erhöhung der Kapazität stehen neben der SAPHIR eine CHALLENGE, der Aufschmelzautomat MRS, sowie bei manuellen Maschinen eine INLINE und MCS Anlage zur Verfügung. In dieser Zusammenstellung kann

der Betrieb äußerst flexibel auf Kundenwünsche eingehen.

Das Besondere an der neuen SAPHIR ist die Kombination aus PRO-Technologie und RACE EDGE Aggregat. Mit der PRO-Technologie wird der Abtrag beim Strukturschliff entsprechend der Skigeometrie noch feiner gesteuert. So werden hervorragende Strukturergebnisse bei gleichzeitig schonender Bearbeitung produziert. Der Anpressdruck auf die Lauffläche wird sowohl von oben als auch von unten durch eine hochpräzise Druckkurve geregelt. Diese Technologie



PRO-Technologie im Einsatz.

High Speed Discs des RACE EDGE Aggregates.



Fotos: MONTANA

Die Bergstation der 8er-Sesselbahn Flimjoch hat 2 wettergerechte Ausstiege.



## DOPPELMAYR GARAVENTA/Silvrettaseilbahn AG: Sicher vor Wind und Wetter

Speziell am Vormittag und am späten Nachmittag wurde die bisherige 4er-Sesselbahn „Flimjoch“ von vielen Skifahrern benutzt, Wartezeiten waren deshalb nicht ausgeschlossen. Mit der neuen, hochmodernen 8er-Sesselbahn geht es ab diesem Winter merklich schneller.

Die bisherige 4er-Sesselbahn „Flimjoch“ wurde 1993 gebaut und hatte eine Förderleistung von rund 2.400 P/h. In den mehr als 20 Jahren ihres Bestehens konnten insgesamt 30 Mio. Fahrten von der Ischgl Idalp auf das Flimjoch absolviert werden.

Speziell am Vormittag bzw. am späten Nachmittag gab es hier in den letzten Jahren allerdings immer wieder Engpässe, da die Bahn als wichtige Verbindung von Ischgl nach Samnaun speziell zu diesen Zeiten stark frequentiert wurde. Aus diesem Grund hat sich die Silvrettaseilbahn AG entschlossen, sie durch eine moderne 8er-Sesselbahn zu ersetzen und den Gästen damit eine zügige und komfortable Bergfahrt zu ermöglichen. Investiert wurden 14 Mio. Euro. Der Auftrag zum Bau der Bahn ging an DOPPELMAYR.

### Modern und besucherfreundlich

Unmittelbar nach der seilbahnrechtlichen Bauverhandlung am 12. Mai 2016 wurde mit den Bauarbeiten für die neue Bahn begonnen. Die alte Talstation wurde komplett abgebrochen und um ca. 20 m in

Richtung Berg auf 2.298 m Seehöhe verschoben. Hier gibt es zwei Untergeschoße mit insgesamt 4.200 m<sup>2</sup> Geschoßfläche. Ein Viertel dieses Raumangebots wird für die Garagierung der Sessel verwendet, dazu finden hier Garagen für Pistenfahrzeuge und Motorschlitten, weiters Lagerräume und die Heizungsanlage für den gesamten Komplex Platz.

Insgesamt können im Garagensektor 18 Pistenmaschinen untergebracht werden. Der umbaute Raum der Talstation beträgt 24.000 m<sup>3</sup>, die von außen allerdings nicht in dieser Dimension wahrgenommen werden, da sie großteils unter der Oberfläche liegen. Durch die neue Position der Talstation konnten außerdem die Zutrittsbereiche zur Idjoch- bzw. Flimjochbahn räumlich stärker abgesetzt und besonders besucherfreundlich gestaltet werden.

Die Bergstation wurde am vorherigen Standort auf 2.752 m Seehöhe belassen, doch wurde hier eine wesentliche Optimierung durchgeführt. So wurde der Ausstiegsbereich eingehaust und so gestaltet, dass zwei Ausfahrten, eine ost- und eine nordseitig, möglich sind. Je nach Windsituation kann nun die passen-

de Ausfahrt geöffnet werden – ein zusätzliches Plus an Komfort für den Gast.

Die schräge Länge der Bahn beträgt 1.727 m. Mit den 87 Sesseln können 3.200 P/h bequem transportiert werden. Die Fahrgeschwindigkeit beträgt 5 m/s, die Fahrzeit 6,5 min. Um die Fahrt so komfortabel wie möglich zu gestalten, wurden die Sessel mit Sitzheizung und Bubbles ausgerüstet.

Neben Mitarbeitern der ausführenden Firmen hat die Silvrettaseilbahn AG in vielen Arbeitsstunden zum guten Gelingen des Baus beigetragen. In Zusammenarbeit mit den einzelnen Fachplanern wurde etwa das gesamte Projekt von der Einreichung bis zur Betriebsbewilligung zu einem großen Teil selbst entwickelt. Dazu wurden der komplette Betonbau der Bergstation und der Bau der Stützenfundamente durch Mitarbeiter der Silvrettaseilbahn AG durchgeführt.

### Weltweit einzigartig

Im Bereich der Stützen kann man bei der neuen 8er-Sesselbahn mit einer Besonderheit aufwarten. Die Stütze Nr. 9 der Höllbodenbahn ist gleichzeitig die Stütze Nr. 3 der Flimjochbahn. Somit fahren zwei 8er-Sesselbahnen über eine einzige Stütze. Sinnvoll war diese Vorgangsweise deshalb, weil sich in diesem Bereich der Idalp die abfahrenden, ankommenden und querenden Bahnen häufen, die Anzahl der Stützen aber möglichst gering gehalten werden sollte.

Die Stütze 9 der Höllbodenbahn wurde deshalb erweitert, sodass sie doppelt genutzt werden kann. In Summe können nun 6.900 P/h über diese Stütze fahren, die 25 m hoch ist.

Eine solche Stützenkonstruktion gibt es in Ischgl nicht nur einmal. Auch bei der Idjochbahn kreuzen sich zwei 8er-Sesselbahnen auf einer Stütze.

### Neues Leitsystem

Erneuert wurde im Sommer 2016 auch das Pistenleitsystem. Dazu wurden an insgesamt 100 Standorten im gesamten Skigebiet neue Pistenanzeigen in der bekannten Ischgl bzw. Samnaun CI installiert. An jedem



Fotos: Silvrettaseilbahn AG

Blick auf die Kreuzungsstütze  
Höllbodenbahn/Flimjochbahn.

Standort gibt es jetzt außerdem einen Pistenplan, sodass die Orientierung im Skigebiet noch besser wird.

### Schmugglerrunde – die neue Skirunde

Wie viele Grenzregionen war auch das Paznaun in Notzeiten eine beliebte Schmuggelregion. Die ortskundigen Schmuggler trugen Butter, Käse und Felle ins benachbarte Samnaun und holten von dort alles, was fehlte oder gerade gefragt war: Kaffee, Reis, Mehl, Tabak, Saccharin, Gewürze etc.

Aus dieser Geschichte hat Ischgl ein besonderes Angebot für seine Gäste entwickelt. Ab Dezember 2016 steht den Skifahrern die neue „Schmugglerrunde“, eine Skirunde durch das Skigebiet Ischgl/Samnaun zur Verfügung. Insgesamt stehen drei unterschiedliche Varianten, und zwar die Schmugglerrunde in Gold, Silber und Bronze zur Auswahl. Die Schmugglerrunden Gold und Silber sind für anspruchsvolle Skifahrer gedacht. Die Bronzerunde führt über Pisten mit Schwierigkeitsgrad leicht (blau).



#### Technische Daten 8 CLD-B-H „Flimjoch B2“

Seilbahnbau:	DOPPELMAYR
Höhe Talstation:	2.298 m
Höhe Bergstation:	2.752 m
Höhendifferenz:	454 m
Schräge Länge:	1.727 m
Förderleistung:	3.200 P/h
Anzahl Sessel:	87
Anzahl Stützen:	16
Kreuzungsstütze Nr. 3/Höllboden C1-Flimjoch B2:	25 m Höhe
Position Antrieb:	Bergstation
Abspannung:	Talstation
Fahrgeschwindigkeit:	5 m/s
Fahrzeit:	6,5 min.
Maximale Seilneigung:	62%

Die Talstation wurde auf  
2.298 m neu gebaut.



Foto: Stubaier Gletscherbahn

Die 3S Eisgratbahn ist das neue Wahrzeichen für den Stubaier Gletscher.

LEITNER ropeways/Stubaier Bergbahnen KG

# Wahrzeichen für Stubaier Gletscher

Nachdem die neue 3S Eisgratbahn bereits am 22. Oktober ihren Betrieb aufgenommen hat, wurde sie Anfang Dezember in einer feierlichen Zeremonie offiziell ihrer Bestimmung übergeben. Ein Highlight beim Festakt – Seilbahnpionier Dr. Heinrich Klier konnte seinen 90. Geburtstag feiern und wurde für sein Lebenswerk ausgezeichnet.



Fotos: dwt

Beeindruckende Architektur am Beispiel der Talstation.



Beim Durchschneiden des Bandes, v. l. n. r. Anton Seeber, LEITNER, Franz Hörl, Seilbahnen Österreich, Mag. Reinhard Klier und Dr. Heinrich Klier, Stubaier Gletscher, Tirols Landeshauptmann Günter Platter, LH-Stellvertreterin Mag. Ingrid Felipe und Mag. Peter Schönherr, Bgm. Neustift.



V. l.: Michael Tanzer, Verkaufsleiter DE/AT bei LEITNER ropeways, Martin Leitner, Vize-Präsident Unternehmensgruppe LEITNER, Mag. Reinhard Klier, Vorstandsvorsitzender der Wintersport Tirol AG & Stubaier Bergbahnen KG, und Anton Seeber, Präsident Unternehmensgruppe LEITNER.



V. l.: Ing. Walter Niedrist, ao-architekten GmbH, Ing. Christoph Totschnig, STRABAG, Martin Leitner, LEITNER ropeways, und Dipl.-Ing. Andreas Kleinlercher, Seilbahndirektor Stubaier Gletscherbahn, informierten über den Verlauf der Arbeiten und die Herausforderungen der Bauabwicklung.

Mit dem Durchschneiden des Festbandes und der Segnung durch Pfarrer Josef Scheiring wurde es offiziell: Die 3S Eisgratbahn auf den Stubaier Gletscher hat ihren Betrieb aufgenommen. Über 300 geladene Gäste, darunter hochrangige Vertreter aus Landespolitik und Wirtschaft, ließen es sich dann auch nicht nehmen, bei der Zeremonie dabei zu sein und die neue Bahn zu feiern. Mag. Reinhard Klier, Vorstandsvorsitzender der Wintersport Tirol AG & Stubaier Bergbahnen KG, zeigte sich begeistert: „Vor knapp acht Jahren haben wir dieses Projekt in Angriff genommen, nach nur 17 Monaten Bauzeit haben wir jetzt eine Bahn zur Verfügung, die Maßstäbe setzt.“

Und es ist tatsächlich eine Bahn der Superlative, die hier entstanden ist: beeindruckende Architektur, Kabinen aus der Kult-Designschmiede Pininfarina und modernste Seilbahntechnik aus einem Guss. Die neue 3S Eisgratbahn ist außerdem die längste ihrer Bauart in den Alpen. Dazu schreibt das Projekt mit einem Investitionsvolumen von 64 Mio. Euro als größte Einzelinvestition eines Skigebietes österreichische Seilbahngeschichte.

Die Strecke vom Tal über die Mittelstation Fernau auf den Berg ist 4,7 km lang, 48 topmoderne Kabinen aus der italienischen Design-Schmiede Pininfarina befördern pro Stunde 3.000 Personen statt wie bisher 1.500. Bei einer Geschwindigkeit von 25 km/h dauert die Fahrt, die über 7 Stützen führt, nur knapp 11 Minuten.

Nach einer Bauzeit von 17 Monaten, die extreme Anforderungen an Technik, Logistik und Mitarbeiter stellte, konnte die 3S Eisgratbahn dann im Oktober 2016 ihren Betrieb aufnehmen. „Es stellte für uns und die beteiligten Firmen eine enorme Herausforderung dar, das Projekt innerhalb von zwei Sommern zu realisieren“, so Mag. Reinhard Klier, „mein besonderer

Dank gilt deshalb allen Verantwortlichen für deren Mut und Weitsicht sowie den Mitarbeitern der Stubaier Gletscherbahn und den beteiligten Firmen, die alle an einem Strang gezogen haben.“

### Seilbahnpionier geehrt

Emotionaler Höhepunkt des Abends waren dann die Glückwünsche an Seilbahnpionier Dr. Heinrich Klier, der seinen 90. Geburtstag feiern konnte und für sein Lebenswerk geehrt wurde. So erhielt er von Tirols Landeshauptmann Günther Platter die Auszeichnung „Tiroler Tourismuspionier“ – ein Titel, der selten auf jemanden so gut zutrefte wie auf Heinrich Klier, so der Landeshauptmann in seiner Ansprache.

#### Technische Daten

##### 3S Eisgratbahn Stubaier Gletscher

Seilbahnbau:	LEITNER ropeways
Architektur Stationen:	ao-architekten
Höhe Talstation:	1.697 m Seehöhe
Höhe Mittelstation:	2.291 m Seehöhe
Höhe Bergstation:	2.885 m Seehöhe
Schräglänge (beide Sekt.):	4.686 m
Höhenunterschied:	1.203 m
Fahrzeit Tal – Berg:	10,7 Minuten
Fahrgeschwindigkeit:	ca. 25 km/h
Kabineanzahl:	48 Stück
Kabineausstattung:	Echt-Ledersitze, Panoramascheiben, gratis W-Lan, designed by Pininfarina, Italien
Personen pro Kabine:	32 (24 Sitzplätze, 8 Stehplätze)
Förderleistung:	3.014 P/h
Stützen:	7
Beginn/Ende Bauarbeiten:	Juni 2015 bis Herbst 2016
Baukosten:	64 Millionen Euro

CWA Constructions SA/Corp.

# Ausstattung der Extraklasse



*OMEGA IV Kabine  
der Einseilumlaufbahn  
in Macau.*

CWA kann auf ein sehr gutes Jahr 2016 zurückblicken. Immer wichtiger wird bei den unterschiedlichen Kabinenvarianten die Möglichkeit, die Ausstattung individuell zu gestalten.

2016 konnte CWA viele unterschiedliche Kabinen ausliefern. Neben Kabinen für Einseilumlaufbahnen waren auch viele Fahrzeuge für Standseilbahnen dabei, die rund um den Globus Verwendung finden. Dabei setzen Kunden heute nicht nur auf beste Qualität und hochwertige Materialien, auch die individuelle Ausstattung der Kabinen ist sowohl in Skigebieten als auch Städten von Bedeutung. Im Wintertourismus geht es darum, sich gegenüber den Mitbewerbern abzuheben und das firmeneigene

Corporate Design in alle Bereiche einfließen zu lassen. Top-Komfort spiegelt sich in der Innenraumgestaltung, die Kunden dann optimal an den jeweiligen Einsatz anpassen wollen.

Im urbanen Bereich ist funktionales Design gefragt. Kabinen sollen so ausgerüstet sein, dass der Fahrgast rasch erkennt, wie das Fahrzeug zu benutzen ist. So gibt es etwa farbig markierte Haltestangen und Sitzplätze sowie spezielle Plätze für Menschen mit eingeschränkter Mobilität. Auch Systeme zur Fahrgastinformation bzw. Überwachung (z. B. CCTV) zählen für Kabinen im urbanen Verkehr zur gewünschten Ausrüstung.

Eine Besonderheit im Angebot von CWA ist die Ausstattungsvariante VIP-Line. Kabinen mit einer VIP-Ausstattung de Luxe, die keine Wünsche offen lässt, werden für spezielle Gäste oder Anlässe wie etwa Hochzeiten eingesetzt. Immer größerer Beliebtheit erfreuen sich solche Kabinen im asiatischen Raum, aber auch diverse Skigebiete erweitern mit ihrer Hilfe ihr Angebot für den Gast.

## Hohe Ansprüche perfekt umgesetzt

Die Kabinen für die Luftseilbahn „Lungern-Turren“, die man Ende April 2016 in Betrieb gestellt hat, wurden speziell nach Kundenwunsch gebaut. Bei dieser Bahn wurde der Skibetrieb bis auf Tourenskifahrer eingestellt und auf Ausflugstouristen und Wanderer abgestimmt. Aus diesem Grund konnte die Personenzahl, die es zu befördern gilt, reduziert werden – der Komfort rückte noch stärker in den Fokus. Gemeinsam mit GARAVENTA und dem Endkunden hat CWA ein Innenraumkonzept entwickelt, das ein Maximum an Komfort und Panorama bieten sollte. Das Resultat sind zwei Kabinen mit Holzböden, vielen Elementen aus Echtleder und geschliffenem Chromstahl. Ein abgesetzter Kabinenboden auf der Talseite mit Sitzen ermöglicht einen großartigen Ausblick auf die umgebende Landschaft.

In Macau werden die Gäste des luxuriösen Casino Resorts Wynn Palace mit Hilfe einer Einseilumlaufbahn von DOPPELMAYR mit OMEGA IV Kabinen transportiert. Alle Kabinen sind voll klimatisiert und mit einem Infotainment System ausgestattet. Bei jeder Stationsdurchfahrt werden die Energieträger für diese großen Stromverbraucher aufgeladen. Die Scheiben wurden speziell beschichtet, damit möglichst viel Sonnenlicht reflektiert wird und die Kabinen nicht unnötig aufgeheizt.

In New Mexico führt seit 1966 eine Pendelbahn auf den Aussichtsberg Sandia Peak in Albuquerque. 2016 wurde von CWA die dritte Kabinengeneration für diese Bahn ausgeliefert. Die Kabinen wurden mit extra



Blick in das Kabineninneren der Luftseilbahn „Lungern-Turren“.



Fotos: CWA

Pendelbahnkabinen Sandia Peak.

großen Panoramafenstern versehen und haben eine weitere Besonderheit: Sie verfügen über einen Wassertank für die Versorgung des Bergrestaurants. Der Tank ist demontierbar, wurde jedoch von Anfang an in das Design der Kabine integriert, da er doch die meiste Zeit mit der Kabine mitgeführt wird. Jede Kabine hat auf diese Weise einen Wassertank mit einem Fassungsvermögen von 800 Gallonen. Ein durchdachtes Belüftungssystem macht die Fahrt auch im Sommer zu einem angenehmen Erlebnis.

### Ausblick

Und auch für 2017 stehen bei CWA wieder einige Aufträge an, die hohe Ansprüche an eine individuelle Ausstattung haben. So wird man etwa eine VIP-Kabine für ein 3S System bauen, die in dieser Form einzigartig sein und Maßstäbe setzen wird.



**snowsystems** GMBH

snowsystems GmbH | T +43 (2623) 73 587 - 0  
 Dr. Kraitschekgasse 4 | F +43 (2623) 73 587 - 21  
 A-2486 Pottendorf | E office@snowsystems.at

### SUPERSNOW

Schneeerzeuger sowie deren **Wartung, Service** und **Ersatzteile** stehen umgehend zur Verfügung.

### PROJEKTIERUNG UND KONZEPTION

Planung von **Komplettlösungen** für eine zuverlässige und wirtschaftliche Beschneigung.

### TECHNIKER

Unsere **erfahrenen Techniker** betreuen sie bei **Wartung** und **Service vor Ort**.

### ERSATZTEILE

für zahlreiche Schneeerzeuger und Komponenten.

[www.snowsystems.at](http://www.snowsystems.at)





Foto: GLB

## DOPPELMAYR GARAVENTA/GLB

# Qualitätsoffensive für den Ifen

Am Ifen hat im Sommer 2016 eine ganze Reihe an Baumaßnahmen begonnen. Das Ziel der Investitionen: Das Skigebiet für die Besucher interessanter, moderner und komfortabler zu gestalten.

Im Frühjahr 2016 haben die Gesellschafter der Kleinwalsertaler Bergbahn AG, die Eigentümer der Heubergarena sowie die Walser Raiffeisen Holding die „Skiliftgesellschaft links der Breitach“ GLB gegründet, der Ing. Augustin Kröll und Dr. Andreas Gapp als Geschäftsführer vorstehen. In dieser Gesellschaft werden jetzt die Agenden der Heubergarena, des Walmedingerhorns und des Ifen gebündelt. Im Rahmen eines umfassenden Modernisierungsschubs hat man in der Folge begonnen, das Angebot am Ifen neu zu gestalten. 2016 wurden die Olympiabahn und eine neue Beschneiungsanlage gebaut. Für 2017 stehen in

einer zweiten Ausbaustufe der Ersatz der Ifenbahn und der Hahnenköpfebahn durch zwei 10er-Kabinenbahnen am Plan. Das Investitionsvolumen für 2016 beträgt rund 17 Mio. Euro, für die Maßnahmen 2017 sind weitere 22 Mio. Euro vorgesehen.

### Neue 6er-Sesselbahn von DOPPELMAYR

Die Olympiabahn, die DOPPELMAYR gebaut hat, ersetzt den Ifenlift, einen Kurvenschlepplift, der den Anforderungen nicht mehr gerecht werden konnte. Mit dieser Bahn werden Pisten erschlossen, die für den geübten Skifahrer gedacht sind.





Talstation der Olympiabahn.

Die Talstation wurde auf einer Höhe von 1.279 m Seehöhe, direkt neben der Ifenbahn gebaut. Diese Platzierung wurde deshalb gewählt, weil man das Gebäude der Olympiabahn und im Anschluss jenes der neuen Ifenbahn zu einem modernen Komplex zusammenfassen will. Der moderne Bau hat eine Fassade, die mit Holz und Glas punktet und eine helle Atmosphäre im Inneren schafft. Für die Architektur zeichnet das Architektenbüro Alpstein/Oberstaufen verantwortlich. In der Talstation werden im Stationsumlauf sowie einem Stichgleis die 63 Sessel der Bahn garagiert.

Die Bergstation wurde auf eine Höhe von rund 1.865 m Seehöhe platziert, und damit in Höhe der Stütze 8 des ursprünglichen Schleppliftes. Auf diese Weise wird eine bessere Anbindung an die Pisten erreicht und der vorhandene Raum optimal genutzt. Auch bei der Bergstation wurde auf eine harmonische Einbindung in die Umgebung geachtet, indem man wieder Holzelemente verwendet hat und auch in der farblichen Gestaltung entsprechend zurückhaltend geblieben ist.

Die Fahrgeschwindigkeit der „Olympiabahn“ beträgt 6 m/s, womit diese Bahn die schnellste Sesselbahn in

Der Zutrittsbereich der Talstation.



Foto: dhw

# PFEIFER

## Innovative Lösungen für Seil- und Hebeteknik

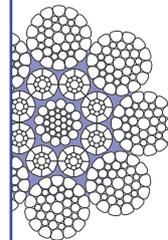


*Fordern Sie jetzt unseren neuen Katalog Forst • Piste an!*



- ▶ Individuelle Anwendungen
- ▶ Größte Kompetenz
- ▶ Professionelle Beratung
- ▶ Optimale Sicherheit
- ▶ Internationales Know-how

Wir bringen Technik <sup>seit 1579.</sup> in Anwendung...



**PFEIFER  
SEIL- UND HEBETECHNIK  
GMBH**

HARTERFELDWEG 2  
A-4481 ASTEN  
TELEFON +43 (0) 7224-66224-0  
TELEFAX +43 (0) 7224-66224-13  
E-MAIL [psh-austria@pfeifer.de](mailto:psh-austria@pfeifer.de)  
INTERNET [www.pfeifer.info](http://www.pfeifer.info)



Fotos: GLB

Die Bergstation wurde auf 1.865 m Seehöhe gebaut.



Speicherteich Gaisbühl.

Vorarlberg ist. Die Beförderungskapazität beträgt 2.000 P/h. Um den Gästen höchsten Komfort und Sicherheit zu bieten, wurden die Sessel mit Wetter-schutzhauben, Sitzheizung und dem bewährten Kindersicherungssystem von DOPPELMAYR versehen.

**Moderne Beschneigungsanlage**

Realisiert wurde am Ifen außerdem eine moderne Beschneigungsanlage inklusive Abwasser- und Trinkwasserleitung zur Bergstation Hahnenköpfle. Dadurch können nun 13 Pistenkilometer beschneit werden. Die Planungsarbeiten wurden der Klenkhart & Partner Consulting um die Geschäftsführer DI Christian Klenkhart und DI Christian Weiler übertragen. Gebaut wurde ein Speicherteich mit einem Fassungsvermögen von 100.000 m<sup>3</sup>, die Pumpstation Gais-

bühl mit 4 Kühltürmen unterhalb des Teiches sowie eine Druckerhöhungsstation auf 1.586 m Seehöhe. Zum Einsatz kommen 48 mobile Propeller-Schneeerzeuger und 28 Turmlösungen, die auf 124 Zapfstellen verteilt werden können. (Vgl. dazu MM 6/16 S. 58 ff.)

**Ökologische Verantwortung**

Um die Bauvorhaben so umweltverträglich wie möglich durchführen zu können wurden umfangreiche ökologische Vorstudien durchgeführt. Dabei hat man mit Dipl. Geologen Thomas Dietmann zusammengearbeitet, der sein Fachwissen seit rund 20 Jahren immer wieder bei Arbeiten sowohl bei der Fellhornbahn als auch am Ifen einbringt. Die Herausforderung bei der Olympiabahn lag im oberen Teil der Strecke, da sie in einem empfindlichen, ökologisch sensiblen Karstbereich liegt. Deshalb wurden beim Bau spezielle Baumaschinen eingesetzt und abgestimmte Bautechniken ausgeführt. Anstelle von Bauhilfswegen wurde eine Materialeilbahn benutzt. Besondere Sorgfalt wurde auch bei der Rekultivierung der Bauflächen angewandt. Für den Speicherteich erklärt Thomas Dietmann: „Der Speicherteich musste besonders sensibel in die natürliche Umgebung eingebunden werden, da er am Eingang zum hinteren Schwarzwassertal liegt. Das Tal ist Wanderziel für fast jeden Gast, der im Kleinwalsertal Urlaub macht. Durch eine naturnahe Gestaltung der Dämme des Speicherteiches ist eine Optimierung der landschaftsbildlichen Wirkung sehr gut gelungen. Die Arbeiten wurden vorbildlich umgesetzt und im Rahmen der ökologischen Bauaufsicht überwacht und dokumentiert sowie seitens der Aufsichtsbehörde, also amtlicherseits bestätigt.“ **dwl**



Das Bergrestaurant am Nebelhorn entsteht.

Foto: Nebelhornbahn AG

**Vorzeigeprojekt am Nebelhorn**

Alles neu ist auch am Gipfel vom Nebelhorn. Hier wurde die bestehende Gipfelhütte abgerissen und durch ein Restaurant ersetzt, das einen beeindruckenden Panoramablick auf 400 Gipfel der Umgebung erlaubt. Der Aufbau des Gebäudekomplexes ist terrassenförmig und so konzipiert, dass der Blick auf das Gipfelkreuz frei ist. Auch die Dimensionen sind beeindruckend: das Gipfelrestaurant umfasst 152 m<sup>2</sup>, die dazugehörige Terrasse 215 m<sup>2</sup>, die Gipfelbar 85 m<sup>2</sup> und die Terrasse der Gipfelbar 507 m<sup>2</sup>. Einen atemberaubenden Ausblick verspricht der neue Nordwandsteig, der rund um den Nebelhorngipfel führt und sowohl im Sommer als auch im Winter begehbar sein wird. Investitionsvolumen für das Nebelhorn: 5,5 Mio. Euro. (vgl. dazu Bericht im MM 1/2017)

<b>Technische Daten</b>	
<b>6-CLD-B „Olympiabahn“</b>	
Seilbahnbau:	DOPPELMAYR
Höhe Talstation:	1.279 m
Höhe Bergstation:	1.865 m
Höhenunterschied:	586 m
Anzahl Sessel:	63
Fahrtgeschwindigkeit:	6 m/s
Beförderungskapazität:	2.000 P/h

## DOPPELMAYR/GARAVENTA

# Zweithöchster Umsatz der Firmengeschichte

Das Geschäftsjahr 2015/16 war für die DOPPELMAYR-Gruppe ausgesprochen erfolgreich. Mit einer neuerlichen Umsatzsteigerung und einer ganzen Reihe an Highlights und Innovationen ist man für anstehende Aufgaben bestens gerüstet.

**M**ichael Doppelmayr und Hanno Ulmer, Vorstände der DOPPELMAYR-Gruppe, hatten zur Bilanzpressekonferenz im November 2016 beeindruckendes Zahlenmaterial mitgebracht. So konnte der Jahresumsatz im Vergleich zum Vorjahr um 5 % auf 834 Millionen Euro gesteigert und damit der zweithöchste Umsatz in der Firmengeschichte eingefahren werden. Gestiegen ist im gleichen Zeitraum auch die Anzahl der Mitarbeiter. Aktuell beschäftigt man mit 2.673 Personen weltweit um 127 mehr als im Jahr zuvor, davon rund die Hälfte in Österreich. „Sehr zufrieden“ zeigte man sich außerdem mit einem EGT von 92 Mio. Euro und der Tatsache, dass es dem Unternehmen gelungen ist, das Eigenkapital auf über 60 % zu erhöhen.

Realisiert wurden im Geschäftsjahr 2015/16 insgesamt 103 Seilbahnprojekte für 85 Kunden. Der größte Einzelmarkt ist für die DOPPELMAYR-Gruppe weiterhin Österreich mit einem Anteil von 15 % bzw. gemeinsam mit Deutschland 17,54 % am Gesamtumsatz. Die Schweiz, Frankreich und Italien tragen 20,32 % zum Umsatz bei, die USA und Kanada 10,93 %. Beeindruckend ist mittlerweile der Anteil, den Südostasien der Unternehmensgruppe bringt, nämlich 15 %, Lateinamerika trägt 16,09 % zum Umsatz bei.

Der Löwenanteil in der Bautätigkeit entfällt nach wie vor auf den Wintertourismus (82 Bahnen), für den Sommertourismus konnten 18 Anlagen und für den Materialtransport 1 Anlage realisiert werden. Im urbanen Bereich wurden 2 Bahnen gebaut, wobei man hier in Bezug auf die Akzeptanz in Lateinamerika eindeutig die Nase vorne hat. „Dort wird bereits gebaut, in Europa sind wir noch beim Missionieren“, so Hanno Ulmer.



V. l.: Michael Doppelmayr und Hanno Ulmer, Vorstände der DOPPELMAYR-Gruppe.

## Interessante Projekte

Ein voller Erfolg war die Einführung der neuen Produktlinie D-Line, die erstmals bei der Kirchenkarbahn in Hochgurgl in Betrieb gegangen ist. 2016 konnten Folgeaufträge realisiert werden. Auch die DOPPELMAYR-Steuerung wurde komplett überarbeitet: „Doppelmayr Connect“ wird in diesem Winter das erste Mal eingesetzt.

Weitere Highlights im Geschäftsjahr 2015/16 waren die Penkenbahn in Mayrhofen, mit der man erstmalig die Kurvenfahrt für 3S-Bahnen möglich gemacht hat sowie der Gletscherjet 3 (Kombibahn) und 4 (10er-Kabinenbahn) am Kitzsteinhorn in Kaprun, die durch ein spezielles Durchfahrssystem in der Zwischenstation verbunden sind. In Vietnam verfügt die Ha Long Queen Cable Car über die höchste Seilbahnstütze mit 188,88 m sowie die beiden

weltgrößten Kabinen für je 230 Personen. Der Fansipan, Vietnams höchste Erhebung, ist seit April ebenfalls mit einer Seilbahn erschlossen. Während der knapp 15-minütigen Fahrt mit der 6.326 m langen 3S-Bahn Fansipan Legend überwinden die Fahrgäste einen Höhenunterschied von 1.410 m.

Neben zahlreichen Bahnen für den alpinen Winter baut die DOPPELMAYR-Gruppe aktuell weitere Linien im weltgrößten urbanen Seilbahnnetz in Bolivien, die nächste Weltrekordbahn auf Hon Thom in Vietnam sowie Projekte für die Olympischen Spiele in Südkorea. Gebaut wird außerdem in Wolfurt/Areal Hohe Brücke. Das neue Firmengebäude wird 2017 fertig. Der Komplex besteht aus 6 Türmen, deren Fassadengestaltung an Schneeprofile denken lässt.

Foto: dwf

LEITNER ropeways/Fellhornbahn GmbH

# Ökologisches Bauen am Fellhorn

Pünktlich zum Saisonbeginn wird am Fellhorn die neue Bierenwangbahn in Betrieb gestellt. Beim Bau der ersten 6er-Sesselbahn mit Premium-Sessel von LEITNER in Deutschland wurde auf eine möglichst umweltschonende Realisierung Bedacht genommen.



Die neue Bierenwangbahn am Fellhorn ist ein wesentliches Element des groß angelegten Investitionsprogrammes, das in der Urlaubsregion Kleinwalsertal-Oberstdorf umgesetzt wird. So wurden rund 5,5 Mio. Euro in den Bau der modernen 6er-Sesselbahn investiert, mit deren Hilfe der bisherige Schlepplift Baujahr 1972 zum Fellhorn-Gipfel ersetzt wurde, der besonders im letzten Drittel der Strecke sehr steil war. Der Auftrag zum Bau der Bahn ging an LEITNER ropeways. Für eine 6er-Sesselbahn hat man sich entschieden, weil es sich aufgrund des Standortes um eine reine Wintersportbahn für Wiederholungsfahrten handelt. Eine hohe Förderleistung war hier genauso wichtig wie Top-Komfort für die Fahrgäste. Dazu wurde die 6er-Sesselbahn mit Sitzheizung, Wetterschutzhauben und dem bewährten Kindersicherungssystem mit mittig platzierten Fußrastern (automatisch oder mechanisch bedienbar) ausgestattet. Mit LEITNER ropeways gibt es am Fellhorn eine langjährige, bewährte Zusammenarbeit. Realisiert wurden seit Mitte der 90er-Jahre schon die Doppelsesselbahn „Scheidtobel“ 1995, die 6er-Sesselbahn „Möser“ 1999, die 6er-Sesselbahn „See-Eck“ 2002 und die kuppelbare 8er-Kabinenbahn „Fellhorn“ II für den Winter 2006/07. Bei der „Bierenwangbahn“ waren mehrere Gründe ausschlaggebend, wieder auf das bewährte Know-how aus Südtirol zurückzugreifen. Christian Hauber, techn. Leitung Fellhorn- und Kanzelwandbahn, fasst zusammen: „Entscheidend für die Auftragsvergabe waren nicht nur die Preisgestaltung, sondern vor allem Qualität und Funk-

*Die Bauarbeiten für die neue CD6C „Bierenwangbahn“ am Fellhorn lagen im November gut im Zeitplan.*

tionalität der Bahnen, die voll unseren Anforderungen entsprechen. Wir können bei LEITNER außerdem eine sehr positive Weiterentwicklung in den Bereichen Projektierung, Mechanik und Elektrik beobachten. Da wir bereits mehrere LEITNER-Bahnen am Fellhorn haben, waren außerdem Synergieeffekte etwa bei den Ersatzteilen ein wichtiges Kriterium.“

### Modernste Technik

Die Talstation wurde auf 1.614 m Seehöhe gebaut. Hier wurden Antrieb und Abspannung positioniert. Beim Antrieb hat man sich für den DirectDrive von LEITNER ropeways entschieden, der mit seinen geringen Geräuschemissionen und seiner Energieeffizienz punktet. Dennoch steht genügend Leistung zur Verfügung, um etwa die kurze Beschleunigungsstrecke bis zur Maximalgeschwindigkeit an der Ausfahrt optimal zu nutzen.

In der Station werden alle 39 Sessel garagiert – 23 im Stationsumlauf, 16 im angeschlossenen Stichgleisbahnhof. Betrieben wird die Bahn durch ein modernes Steuerungssystem, wobei die PC-Bedienung durch den Maschinisten selbsterklärend erfolgt. Die Auswertung und Aufbereitung der Betriebsdaten ist effizient, die Bedienoberfläche übersichtlich gestaltet. Beim Stationsgebäude wurde eine moderne, funktionelle Architektur verwirklicht. Die Stahlhalle verfügt über eine kombinierte Holz- Kunststoffglasfassade, die viel Licht in die Räumlichkeiten lässt. Je nach Blickwinkel wird das Gebäude von außen entweder in seiner Transparenz oder durch die Holzverkleidung wahrgenommen.

Bei der Bergstation auf 1.845 m Seehöhe handelt es sich um eine Standardstation, die deutlich unterhalb jener des früheren Schlepliftes gebaut wurde. Auf diese Weise war eine bessere, vor allem weniger steile Anbindung an die Pisten möglich, sodass dieser Bereich jetzt auch gut von Familien mit Kindern genutzt werden kann. Die Flächen der früheren Schleplifttrasse wurden in das Pistenangebot integriert.

*Christian Hauber,  
techn. Leiter Fellhorn-  
und Kanzelwandbahn,  
zeigt die Bergstation auf  
1.845 m Seehöhe.*



Fotos: dwl



*Der Premiumsessel von LEITNER ropeways verfügt über eine rot-anthrazit-farbene Lederpolsterung.*

#### Technische Daten CD6C „Bierenwangbahn“

Seilbahnbau:	LEITNER ropeways
Höhe Talstation:	1.614 m
Höhe Bergstation:	1.845 m
Höhenunterschied:	231 m
Beförderungskapazität:	2.400 P/h
Fahrtgeschwindigkeit:	5 m/s
Anzahl Sessel:	39
Position Antrieb:	Tal/DirectDrive

Auch im Bereich des Stationsgebäudes am Berg wurde mit Holz gearbeitet, das Gebäude selbst kompakt gehalten und direkt in den Hang gebaut. Im Tal und am Berg wurde ein 90°-Ein- bzw. Ausstieg realisiert. Für die 39 6er-Sessel wurde die Premiumvariante von LEITNER gewählt, die damit erstmals in Deutschland zum Einsatz kommt. Die Polsterung ist aus echtem Leder und wurde in den Farben anthrazit-rot gehalten. Mit der Top-Qualität der Sessel trägt man am Fellhorn der Qualitätsoffensive im gesamten Skigebiet Rechnung und macht schon die Fahrt zum Wintersport zum Erlebnis.

### Blickpunkt ökologisches Bauen

Ein schonender Umgang mit der Natur ist der Fellhornbahn GmbH seit langem ein Anliegen. Um die Baumaßnahmen für die Bierenwangbahn so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten, wurde daher großer Wert auf ökologisches Bauen gelegt. Projekt-, Genehmigungs- und Bauphase wurden durchgehend professionell begleitet. Anvertraut wurden diese Arbeiten dem Büro Thomas Dietmann, Immenstadt.

# Salzmann Ingenieure ZT GmbH/Doppelmayr/Skilifte Hochfügen Weltneuheit für Hochfügen

Bergstation D-Line 6-CLD-B  
„Waidoffen“.



Einfahrt der Sessel  
in die Bergstation.



Für die Wintersaison 2016/17 hat die Skiliftgesellschaft Hochfügen GmbH den fix geklemmten 4er-Sessellift „Waidoffen“ gegen eine moderne 6er-Sesselbahn getauscht. Zum Einsatz kommt bei dieser Sesselbahn erstmals die neueste Technik D-Line.

Die Skiregion Hochfügen verfügt über 12 Aufstiegsanlagen, die Pisten in einer Höhenlage zwischen 1.500 und 2.500 m erschließen. Der bisherige 4er-Sessellift „Hochfügen 2000“ wurde im hochgelegenen Teil des Areals für Wiederholungsfahrten genutzt. Da mit seiner Hilfe sowohl einfachere Pisten als auch Freeridehänge erreicht werden konnten, war der Lift bei den Gästen sehr beliebt.

Für die Wintersaison 2016/17 hat sich die Skiliftgesellschaft Hochfügen GmbH nun entschlossen, ihn durch eine top-moderne 6er-Sesselbahn von Doppelmayr zu ersetzen. Die Planung wurde der Salzmann Ingenieure ZT GmbH überantwortet. Dipl.-Ing. Stefan Salzmann erklärt die Herausforderungen: „Aufgrund der Höhenlage und der heurigen Wettersituation war der Baustart erst Mitte Juni im Tal bzw. Ende Juni am Berg. Dadurch war die Bauzeit sehr kurz, zumal der Großteil der Bauteile in Beton hergestellt wurde. Außerdem war es dem Bauherrn wichtig, möglichst viel Bausubstanz in der Talstation zu erhalten. Wir haben dem mit einer entsprechend schnell zu errichtenden Baukonstruktion in Fertigteilm Bauweise Rechnung getragen. Bei der Gestaltung haben wir gemeinsam mit dem Auftraggeber das Ziel definiert, die Seilbahn möglichst harmonisch in die Natur einzubetten. Daher haben wir viel mit gefärbtem Beton gearbeitet. Die Integration des Bestands in das neue Stationsgebäude war neben der rein technischen Einbindung auch deswegen eine fordernde Aufgabe, weil die Optik des gesamten Gebäudes wie aus einem Guss er-

scheinen sollte. Im Zusammenspiel mit der erneuerten Technik und dem neuen Design der Seilbahntechnik konnten wir so ein Projekt umsetzen, das hinsichtlich Optik, Funktion und Kosten den Wünschen des Bauherrn voll entspricht.“

Mit dieser Bahn geht in Hochfügen eine Weltneuheit in Betrieb: die erste D-Line 6er-Sesselbahn, die höchste Ansprüche an Design, Sicherheit und Komfort verbindet. „Wir freuen uns, die welterste D-Line Sesselbahn der Firma Doppelmayr einzusetzen. Dieses Premiumprodukt wird unseren Gästen ein besonderes Fahrgefühl in Bezug auf Komfort, Ausstattung, Geschwindigkeit und Sicherheit bieten“, so Helmuth Grünbacher, GF der Skiliftgesellschaft Hochfügen GmbH.

## Beste Anbindung

Die Talstation wurde auf rund 1.995 m Seehöhe, im Bereich des Lamarkalm-Hochlegers gebaut. Im Vergleich mit der ursprünglichen Station wurde sie etwas nach Westen verschwenkt. Während der westliche Teil der alten Station abgerissen wurde, konnte der östliche Bauteil an den Neubau angeschlossen werden. In der Talstation findet die hydraulische Abspannung Platz. Dazu wurde hier auch die Sesselgarage für alle 58 Sessel gebaut.

Die Bergstation befindet sich nordwestlich des Pfaffenbichl auf rund 2.312 m Seehöhe und wurde gänzlich neu gebaut. Die neue Bergstation wurde zweigeschossig ausgeführt. Im unteren Bereich befinden sich

die Trafoanlage, ein Brauchwasserreservoir und ein Lagerraum, im Erdgeschoß sind neben einigen Nutzräumen auch der Niederspannungsraum sowie der Kommandoraum untergebracht. In der Bergstation wurde der Antrieb platziert, der als Brückenantrieb ausgeführt wurde. Dazu wurde die Bergstation mit Fotovoltaik-Elementen ausgerüstet, die direkt in das Stationsdach integriert wurden.

Die Geschwindigkeit der 6er-Sesselbahn beträgt 5m/s, die Förderleistung 2.600 P/h. Damit wurde die Förderleistung im Vergleich mit dem Vorgängerlift nur mäßig erhöht. Um den Gästen höchsten Komfort zu garantieren, wurde die Bahn mit Bubbles und Sitzheizung versehen. Dazu verfügt sie über das „Auto-lok“ Kindersicherungssystem, wobei die Bügel automatisch geschlossen werden und in der Bergstation entriegelt und auch wieder automatisch geöffnet werden.

### Top-Technik, Design und Komfort

Die Umsetzung der D-Line von Doppelmayr garantiert höchsten Fahrkomfort, ausgesprochen leisen Betrieb sowie einfache Wartung. Optimiert wurden bei der D-Line sowohl die Stationen, als auch Kuppelklemmen und Rollenbatterien. Die Einzelsitze der 6er-Sessel sind durch die Wahl der D-Line-Variante 5 cm pro Fahrgast breiter als Standard-Sitze und ergonomisch geformt. Sie sind dadurch ausgesprochen komfortabel, überzeugen aber auch im Design, in das Know-how und Gestaltungselemente der gehobenen Automobilbranche eingeflossen sind. Die Sitze in Echtleder wurden für die Skifitgesellschaft Hochfügen in edlem Schwarz-Rot ausgeführt und greifen damit die Farben der Unternehmens-ID auf.

Erstmals zum Einsatz kommt bei der Waidoffenbahn auch die neue Steuerung „Doppelmayr-Connect“, die innovatives Design mit erweiterten Funktionen und höchstem Sicherheitsniveau kombiniert. Bei der Entwicklung von „Doppelmayr-Connect“ wurde darauf Bedacht genommen, die Bedürfnisse und Aufgaben des Anwenders in den Fokus zu rücken. Die Navigation ist einfach und logisch aufgebaut, der Touchscreen ergonomisch geneigt. Es gibt eine zweistufige Menüführung, die eine leichte Orientierung möglich macht. Wichtige Daten wie Fahrgeschwindigkeit, Windwerte oder aktuell anliegende Fehlermeldungen, Warnungen und Informationen bleiben immer auf der ersten Ebene und damit im Blickfeld des Mitarbeiters, unabhängig davon, in welchen Bereichen er gerade navigiert.

Neue Sesselsgeneration D-Line.



### Technische Daten 6-CLD-B „Waidoffen“

Planung:	Salzmann Ingenieure ZT GmbH
Seilbahnbau:	Doppelmayr
Höhe Talstation:	1 994,76 m
Höhe Bergstation:	2 311,70 m
Höhenunterschied:	316,94 m
Schräge Länge:	1 097,11 m
Mittlere Neigung:	31,36%
Antrieb:	Berg
Antriebsleistung Betrieb:	372 kW
Antriebsleistung Anfahren:	468 kW
Hydr. Abspannung:	Tal
Förderleistung/Endausbau:	2 600 P/h
Anzahl Sessel:	58
Anzahl Stützen:	11
Fahrgeschwindigkeit:	5 m/s

Dazu verfügt die Steuerung über ein integriertes Hilfetool, das Solution Center, das im Falle einer Fehlermeldung eine genaue Beschreibung möglicher Ursachen sowie Lösungsvorschläge anzeigt. Das Fernwartungssystem ist mit IT-Security-Mechanismen abgesichert. Alle Bedienstellen, ob am Bahnsteig, am Bedienpult oder an den Schaltschränken, folgen derselben Bedienlogik. Sie sind übersichtlich und ermöglichen eine Konzentration aufs Wesentliche. Alle Elemente sind für den Außeneinsatz bei Schnee, Eis, Regen und UV-Einstrahlung ausgelegt und erprobt.

**GIFAS**  
E L E C T R I C

- LED-Beleuchtung
- Beschneigungsselektanten
- Bahnsteig- und Streckenkästen
- Veranstaltungsverteiler
- Zeitnehmungsverteiler

Individuelle Lösungen.  
Kompetente Beratung.  
Langjährige Erfahrung.



GIFAS-ELECTRIC GmbH  
Pebering-Sträß 2  
5301 Eugendorf  
AUSTRIA

Web: [www.gifas.at](http://www.gifas.at)  
Mail: [office@gifas.at](mailto:office@gifas.at)  
Tel.: +43 6225 / 7191 - 0  
Fax: +43 6225 / 7191 - 47

## Kärntner Seilbahntagung in Klagenfurt

# Der Wertschäftungsmotor stottert nicht

Die Kärntner Seilbahnwirtschaft traf sich am 15. 11. Im WIFI Klagenfurt zur Jahrestagung in durchaus positiver Grundstimmung. Mit einer sehr guten Sommersaison im Rücken und frühzeitigem Schneefall sowie 13 Mio. € Investitionen in die Infrastruktur, stehen die Sterne für die Wintersaison 2016/17 günstig. Mut machten auch die Ergebnisse der Manova-Studie „Wertschäftung der Kärntner Seilbahnen“, welche der Branche einen Multiplikatoreffekt von 6,3 bescheinigte.

**K**ärntens Fachgruppenobmann Mag. Klaus Herzog eröffnete die Tagung mit einem Rückblick auf die vergangene Sommersaison, die vielerorts über 6 % Steigerung bei den Erstzutritten brachte. Besonders zulegen konnten die 7 Mitglieder der Gruppe „Beste Österreichische Sommerseilbahnen“. Herzog sieht hier noch Platz für ca. 10 weitere Kandidaten aus Kärnten mit seinen 64 Seilbahnbetrieben, die sich noch zertifizieren lassen könnten. Während des Sommers wurden auch über 13 Mio. Euro Investitionen in neue Anlagen, effiziente Beschneidung und Sicherheitsmaßnahmen für die Wintersaison 2016/17 getätigt. Auf der Turrach (3,5 Mio.), dem Nassfeld (2,5 Mio.), in Bad Kleinkirchheim

(zwei Mio.) und auf der Gerlitzen (1,3 Mio.) wird am meisten investiert. Das Thema Schneesicherheit und Pistenpräparierung dominiert derzeit die Ausgaben, neue Lifte oder Seilbahnen gehen dieses Mal zum Winterauftakt nicht in Betrieb. Ungefähr 80 Prozent der Kärntner Pisten werden technisch beschneid und zwar mittels 100 Prozent erneuerbarer Energie. Außer Zweifel steht für Herzog, dass die Seilbahnen das wichtigste Zugpferd für den Kärntner Tourismus sind. Zählt man die Investitionen der vergangenen zehn Jahre zusammen, ergibt das eine viertel Milliarde Euro, welche die Seilbahnwirtschaft für Modernisierungen und Verbesserungen ausgegeben hat.

### Jeder Euro bringt der Region 6 Euro

Das bringt klarerweise zahlreiche Wertschäftungseffekte für andere Branchen. In Zahlen ausgedrückt kann man davon ausgehen, dass die Bruttoumsätze durch Seilbahnnutzer pro Saison etwa 273 Millionen Euro betragen und die generierten Umsätze 411,9 Mio. €. Hauptprofiteure sind dabei die Branchen Beherbergung, Freizeit, Gastronomie, Seilbahnen, Sporthandel, Transport und sonstiger Handel. Wobei sich der Seilbahnumsatz „nur“ auf 87,4 Mio. € beläuft, jener der Beherbergungsbranche auf 98,9 Mio. €. Pro Ersteintritt werden in Kärnten 120,- Euro ausgegeben und ca. 5000 Arbeitsplätze im Winter gehen insgesamt auf das Konto der Seilbahnen. Dies geht aus einer Studie von Manova hervor, die Geschäftsführer Mag. Klaus Grabler auf der Tagung präsentierte. Das erfreulichste Statement dabei lautete: „Jeder Euro Umsatz bei einer Seilbahn bewirkt über sechs Euro Umsatz in der Region.“ So kann man nämlich den berechneten Multiplikatoreffekt von 6,3 ausdrücken.

Von den ökonomischen Daten abgesehen hat Manova jedoch auch „weiche“ Daten bei der Bevölkerung erhoben, welche die ökologischen, sozialen und gesundheitlichen Werte im Zusammenhang mit den Seilbahnen berühren. Das Ergebnis fasste Grabler folgendermaßen zusammen: „Wir hätten ohne Euch



Der Fachgruppenobmann der Kärntner Seilbahnen Mag. Klaus Herzog berichtete über die Lage der Branche.



Christian Lang, GF von pronatour, referierte über das Thema „Exzellente Winterinszenierungen“.

weniger Geld, weniger Beschäftigte, weniger Spaß, weniger erhaltene Lebensräume und schließlich eine funktionierende Regenerationsmöglichkeit in der Natur weniger.“

### Noch immer ein Trend

Den anhaltenden Spaß rund um den Pistensport griff auch Fachgruppenobmann Herzog auf und betonte in Richtung vieler Vorurteile: „Skifahren ist kein Risikosport und genauso wenig ist es out, über die Piste zu wedeln!“ Hohe Qualität der Seilbahnanlagen, intensive Pistenpräparierung und eine aufgestockte Pistenrettung sorgen dafür, dass die Sicherheit auf den Pisten hoch gehalten wird. Die Anzahl der Skiunfälle hat sich in den letzten zehn Jahren halbiert – und das trotz steigender Beförderungszahlen. Das liegt nicht zuletzt auch an dem engmaschigen Rettungssystem. Steigende Skier Days beweisen: Skifahren ist jung, „in“ und gut. Der Altersdurchschnitt der Skifahrer liegt seit Jahren bei etwa 39 Jahren. Ein Drittel der alpinen Wintersportler ist unter 30 Jahren. „Jeder sechste weltweite Skitag wird auf heimischen Pisten verbracht. Das sagt eigentlich schon alles. Österreich und auch Kärnten stehen bei den Wintersportlern hoch im Kurs“.

**POWER**

**für Strasse, Schiene und Piste!**

Unsere Produkte sind umweltfreundlich und weltweit führend.

**ZAUGG AG EGGIWIL**  
 CH-3537 Eggwil  
 Tel. 0041 (0)34 491 81 11  
 www.zaugg-ag.ch



Foto: Schmittenhöhebahn

Beispiel einer erfolgreichen Kidslope® von pronatour: Schmidolins Drachenpark in Zell/See.

### Den Winter zum Erlebnis machen

Damit das so bleibt, kümmert man sich neben bequemen Aufstiegshilfen und perfekten Pisten natürlich auch um ein vielfältiges Eventprogramm. Eines davon, die „Erlebniswoche im Schnee“, weckt auch bei den jüngsten Kärntnerinnen und Kärntnern den Spaß am Skifahren. Pro Jahr ermöglichen die Kärntner Seilbahnen und der Kärntner Landesschulrat 5.000 Kindern aus 300 bis 350 Schulen dieses Angebot – das nächste Mal von 23. 1. bis 27.1. 2017.

Passend zur Thematik stellte sich Mag. Christian Lang, GF von pronatour, mit dem Vortrag „Exzellente Winterinszenierungen – Glückliche Familien“ ein. Der Fokus auf spezielle Kinder-Winterländer und/oder inszenierte Kinder-Pisten – bei pronatour nennt man es KIDSWINTERLAND® und KIDSSLOPE® – kann gerade für kleinere Skigebiete eine geeignete Positionierung sein.

„Moderne Winterangebote gehen längst über perfekte Pistenpräparierung und über Hightech-Lifanlagen hinaus. Wie im Sommertourismus setzen erfolgreiche Tourismuskonzepte auch in der Hauptsaison auf durchkomponierte Erlebnisinszenierungen“, sagte Lang. Dabei sei ein roter Inszenierungsfaden die Basis

der Gestaltung: Man erzählt eine Geschichte und entwickelt daraus Erlebnisangebote. Von der Ski-Infrastruktur über die Pisteneinrichtung bis zu Relax- und Aufenthaltsbereichen müsse alles in diese Story passen. Das Skifahren bzw. Skilernen werde so zu einem Gesamterlebnis.

„Über Schaumstoff-Tiere und Torbögen hinaus haben wir eine gänzlich neue Generation von Winterland entwickelt. Wir planen gezielt für Skischulen oder entwerfen und realisieren unabhängig davon Anfängereareale, Übungshänge, Genuss-Pisten oder ganze Skigebiete. Die Liftfahrt gehört dabei genauso dazu wie die Bergbahnstationen und die Besucherlenkung. Ein Erlebnis aus einem Guss ist – Sommer wie Winter – das Geheimnis des Erfolges! Im Anschluss präsentierte Lang einige Beispiele erfolgreicher Winter-Realisierungen wie

- ▶ Mont Magic in Andorra
- ▶ Galstiland in Pruggern (Steiermark/A)
- ▶ Fichtelland in Altenmarkt (Salzburg/A)
- ▶ WinterBlumenTraum in Samnaun (CH)
- ▶ Skiing in Paradise in Schladming (A)
- ▶ Schmidolins Kidslope in Zell/See (A)



Die Einkaufsgemeinschaft für Seilbahn- und Skiliftbetriebe in Österreich und Deutschland.

[www.pool-alpin.com](http://www.pool-alpin.com)

Seit über **20 Jahren** für Euch am Markt!

BAG Kitzbühel:

# Rekordumsatz im Sommer, guter Start in den Winter

Die BAG Kitzbühel setzt auch in diesem Winter ihre Qualitätsoffensive fort. Gleichzeitig kann man sich über neue Rekorde im letzten Sommergeschäft freuen, und das trotz der nicht immer erfreulichen Witterungsverhältnisse.

**D**ie BAG hat für den Winter 2016/17 ihre dynamische Qualitätsoffensive fortgesetzt. So wird der Skibetrieb am Kitzbüheler Horn, dessen Angebot auf Kinder, Jugend, Familien und Genussskifahrer ausgerichtet ist, durch die Errichtung einer unterstützenden Beschneigung vom Gipfel über die Trattalmulde bis zur Mittelstation mittelfristig abgesichert und qualitativ deutlich verbessert. Dazu wurde ein Speicherteich mit einem Gesamtnutzhalt von 110.000 m<sup>3</sup> gebaut, der in der geologisch und ökologisch besonders geeigneten Hornköpfmulde platziert wurde. Das Wasser wird von der Entnahmestelle Köglerbach über die Pumpstation Köglern in den Teich gepumpt. Vom Speicherteich gelangt das Wasser über die Pumpstation Hornköpfel und die Kompressorstation Windtal zu den 30 Schneilanzen und 25 Propellermaschinen. Das Füll- und Feldleitungsnetz umfasst eine Länge von 12,8 km.

Mit diesem Projekt wurde die Beschneischlagkraft weiter erhöht. So wurde im Zeitraum 2005 bis 2016 die Anzahl der Schneerzeuger verdreifacht (1.080 Stk.), die Wasserkapazität am Berg (724.000 m<sup>3</sup>) um mehr als das Zweieinhalbfache erhöht und die Pumpleistung und der Stromanschlusswert mehr als verdoppelt.

Freuen durfte man sich im Herbst über einen ausgesprochen frühen Skistart. Am 22. Oktober konnte KitzSki am Pass Thurn/Resterkogel als eines der ersten Nicht-Gletscher-Skigebiete zum Skifahren einladen, am 5. November folgte der Skibetrieb am Waldehang/Hahnenkamm. Und auch der Saisonkartenvorverkauf verlief erfreulich. Anfang November konnte man ein Plus von 18 % im Vergleich zum Vorjahr melden.



Foto: dwl

*Signe Reisch, Chefin TVB Kitzbühel, und Dr. Josef Burger, Vorstand Bergbahn AG Kitzbühel, konnten erfreuliche Daten präsentieren.*

## Ausgezeichneter Verlauf

Der Sommer 2016 konnte wettermäßig nicht immer überzeugen, das Umsatzergebnis für die Bergbahn AG Kitzbühel war dennoch hervorragend. So konnten den 6. Sommer in Folge Rekorderlöse und beeindruckende Steigerungsraten von +15 % im Vergleich zum Vorjahr erzielt werden und +35 % im Vergleich mit 2014. Besonders erfreulich dabei war, dass die Steigerungsraten bei den Kindern mit knapp 22 % gegenüber 2015 und mehr als 49 % gegenüber 2014 die starken Gesamtzuwächse signifikant übertrafen.

Dr. Josef Burger, Vorstand der Bergbahn AG Kitzbühel, nannte drei Gründe für die Zuwächse im Sommergeschäft: „Der Berg ist wieder in Mode, die Gäste aus der Stadt haben Sehnsucht nach der Strahlkraft der alpinen Naturlandschaft und der Trend geht eindeutig zum aktiven Erholen, weg vom passiven Nichtstun.“

Die BAG Kitzbühel hat ein umfassendes Angebot für den Sommer entwickelt, zu dem u. a. das Höhenlinienwandern zwischen Bichlalm und Kitzbüheler Horn oder das 4-Seen-Wandern vom Hahnenkamm zum Pengelstein gehören. Dazu gibt es naturnahe, bewegungsaktive Erlebnisse für Kinder, das für den Sommer adaptierte Erlebnis Hahnenkamm mit dem Mythos Streif oder den Trendsport Single-Trail, dem man mit 2 Trails am Gaisberg und dem Fleckalmtrail, dem längsten Single-Trail Tirols (7,5 km auf 1.000 Höhenmeter) Rechnung trägt. Gut durchdachte Kooperationen mit Audi, Schöffel, Atomic, der Skiabteilung TSV 1860 München, dem Flughafen München Franz Josef Strauß, Lufthansa, dem Busunternehmen Geldhauser und natürlich Kitzbühel Tourismus sorgen für ein stimmiges Angebot rund um den Urlaub am Berg und machen sowohl den Sommer als auch den Winter für alle Gäste zum Erlebnis.



**Hansjörg Pflauder, Vorstand Bad Kleinkirchheimer Bergbahnen Holding AG**

# Auf dem Weg zum innovativen Ganzjahres-Impulsgeber beschleunigen

Hansjörg Pflauder wurde im Juli 2015 als Co-Vorstand zu den Bad Kleinkirchheimer Bergbahnen geholt und agiert seit 2016 als Alleinvorstand von Kärntens größtem Seilbahnunternehmen. Im MM-Interview verrät der Lienzer Tourismus-, Seilbahn- und Marketingprofi, wie er den Weltcup-Ort, der Pistengenuss, Thermenspaß sowie Golfleidenschaft kombiniert, in die Zukunft führen will. Ziel ist, aktiv-innovativer Ganzjahres-Impulsgeber zu sein und schlagkräftige Strukturen aufzubauen.

*Ein Sonnenuntergang auf der Kaiserburg, dem höchsten Punkt des Skigebiets von Bad Kleinkirchheim (2.055 m), ist ein prachtvolles Naturschauspiel oben in den Nockbergen.*



Fotos: TVB Bad Kleinkirchheim



Das Skigebiet Bad Kleinkirchheim – im Bild die Kaiserburgbahn mit Blick auf den Ort – ist vielfach weltcup-erprobt.

Das Thermal Römerbad ist ein Wellness-Paradies mit 13 Saunen und vielfältigem Thermal-Bade-Angebot direkt neben der Talstation der Kaiserburgbahn.

**MM:** „Herr Pflauder, was hat Sie für die Vorstands-Position in Bad Kleinkirchheim qualifiziert bzw. wie war Ihr Werdegang zuvor?“

**Hansjörg Pflauder:** „ Der Tourismus ist für mich eines der spannendsten, vielseitigsten und herausforderndsten Betätigungsfelder. Mit großer Freude konnte ich mir Fähigkeiten in den unterschiedlichsten Bereichen des Tourismus aneignen – von der Hotellerie, Gastronomie, der touristischen Infrastruktur bis hin zum Verbandsmanagement. In den jeweiligen Funktionen zeichnete ich für die Weiterentwicklung als auch für die Führung aller strategischen Prozesse verantwortlich. Ergänzend dazu übte ich auch die Aufsichtsratsfunktion im Seilbahnbereich aus. Meine zentrale Aufgabe sehe ich darin, die Bad Kleinkirchheimer Bergbahnen mit ihren drei Kerngeschäftsfeldern Seilbahn (Ski- und Sommerbetrieb), Thermen und Golf als aktiven Ganzjahres-Impulsgeber weiterhin auszubauen und die Wahrnehmung des Unternehmens als starken Partner für die Wirtschaftstreibenden vor Ort zu stärken.“

Meine jahrzehntelange Erfahrung entlang der touristischen Wertschöpfungskette, mein Kompetenzschwerpunkt in den Bereichen Finanz- und Marketingmanagement in Kombination mit dem Verständnis für Interessensgruppen und Marktdynamiken zeichnen mich aus und bilden die Grundlage für meinen Erfolg.“

**MM:** „Wie konnten Sie Ihre Erfahrungsvielfalt und Kompetenzen bisher im Sinne von Bad Kleinkirchheim umsetzen?“

**Pflauder:** „ Die ersten Monate als Vorstand der Bad Kleinkirchheimer Berg-

bahnen nutzte ich primär zum Einarbeiten in bestehende Projekte, zur Analyse der Prozesse und Abläufe sowie zur ersten Prüfung für neue Geschäfts- und Vermarktungsmöglichkeiten.

In Gesprächen mit unterschiedlichsten Stakeholdern haben sich ganz klar die Stärken und Potenziale sowie die Herausforderungen innerhalb des touristischen „Systems“ Bad Kleinkirchheim gezeigt. Ein verstärkter Produktfokus in Kombination mit einer zielgerichteten und schnellen Vermarktungsstruktur wird aktuell forciert und vorangetrieben.

Eine stringente und befähigende Organisationsstruktur stellt sicher, dass der Dienstleistungscharakter fokussiert wird und dies für den Gast spürbar ist. In enger Zusammenarbeit mit den wesentlichen Stakeholdern wird an der Schärfung der Hauptprodukte und Kompetenzen – Ski, Wandern, Therme, Golf – gearbeitet. Die Vermarktung zu gängigen Kanälen wird um einen fokussierten Verkauf auf dem neuen Destinationsportal badkleinkirchheim.com per Anfang Dezember realisiert. Ergänzend dazu wird an einem Kooperationsmodell zwischen Bergbahnen, Region und Betrieben gearbeitet, um zukünftig die Kommunikationskraft der Region Bad Kleinkirchheim zu verstärken.

Ich bin überzeugt, dass die Region Bad Kleinkirchheim als die Stärkste in Kärnten zu sehen ist. Ergänzend zum Beherbergungsangebot aller Kategorien und breit aufgestellten Infrastrukturangebot, verfügt die Region Bad Kleinkirchheim über eine Angebots- und Dienstleistungsvielfalt, die dem Gast zentral und ganzjährig attraktive Urlaubserlebnisse bietet.“

**MM:** „Welche Situation haben Sie „als Neuer“ in der renommierten Urlaubsregion mit ‚Franz Klammer-Mythos‘ vorgefunden? Gab es einen Aufhol- und Erneuerungsbedarf?“

**Pflauder:** „ Ich habe von meinem Vorgänger (Rudolf Egger) ein solides Unternehmen übernommen und kann mein Augenmerk somit auf die Weiterentwicklung der einzigartigen Kombination aus Seilbahn, Therme und Golf richten. Potenzial liegt meines Erachtens noch in der Erweiterung von innovativen und neuen Kombinationsmöglichkeiten. Bei diesem Prozess sind alle am Tourismus partizipierenden Betriebe in der Region gefordert, ihren Beitrag zu leisten. Aufgrund der Schnelllebigkeit ist der von Ihnen angesprochene Aufhol- bzw. Erneuerungsbedarf vielfach gegeben. Auch Bad Kleinkirchheim darf sich dieser Herausforderung stellen. Die Voraussetzungen im Spitzenfeld dabei zu sein, sind meines Erachtens gegeben. Nun gilt es diese akribisch in der Produktentwicklung zu innovieren, in die Auslage zu stellen und dem Gast den Konsumationszugang entsprechend schnell, bequem und einfach zu ermöglichen.“

**iCAT**  
pro13<sup>ZE</sup>

**100 %**  
Elektro-Motorschritten

Vertriebspartner gesucht  
Dealer wanted

www.icatpro.com

**Zero Emission**



Eine der neuen 10 Meter langen, monumentalen „nock/art“-Bänke, die an verschiedenen markanten Punkten am Berg und im Tal aufgestellt wurden. Im Bild: die Bank in der Nähe der Nationalparkbahn Brunnach-Bergstation.



Abfahrts-Olympiasieger & Skikaiser Franz Klammer ist Ehrenmitglied des Golfclub Bad Kleinkirchheim und ist regelmäßig auf seinem Lieblingsplatz anzutreffen.

Foto: Bad Kleinkirchheimer Bergbahnen (S)



Bad Kleinkirchheim bietet mit „nock/bike“ herausragende Möglichkeiten für Mountainbiker mit 700 km beschilderten Bikestrecken, darunter auch attraktive Single-Trails. Im Bild: Mountainbiken auf der Kaiserburg.

**MM:** „Sie sagten bei Ihren Antritts-Statements u. a., dass Sie eine ‚konstruktive Außensichtweise‘ in Ihre Funktion einbringen wollen. Was ist darunter zu verstehen und wie hat sich das ausgewirkt?“

**Pflauder:** „ Als Außenstehender verfügt man über eine unabhängige, objektiv-kritische und reflektierende Sichtweise. Ergänzt man diese durch komplementäres und unternehmensfremdes Know-How, ergeben sich neue Perspektiven bzw. Sichtweisen, die Innovation und Weiterentwicklung eröffnen. Im Austausch mit wesentlichen Stakeholdern ergeben sich daher positive Effekte, wie beispielsweise Produktinnovation oder Strukturveränderungen.“

**MM:** „Das letzte Sommerergebnis brachte Euch ein bemerkenswertes Plus. Worauf führen Sie das zurück – auf die Mitgliedschaft bei den ‚Besten Österreichischen Sommerbergbahnen‘ seit 2015 oder auf das wanderbare Kunstprojekt ‚nock/art‘?“

**Pflauder:** „ Die von Ihnen angeführten Punkte zeigen, dass ein gutes Produkt vom Gast honoriert wird. Eine Fokussierung der Kommunikationsmaßnahmen auf den regionalen Markt Steiermark, Niederösterreich und Wien hat die Attraktivität von Bad Kleinkirchheim bei den ÖsterreicherInnen wieder ins Blickfeld gebracht. Die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den Kernmärkten sowie der entscheidende Aspekt „Sicherheit“ bei der Anreise und beim Aufenthalt in der Urlaubsdestination, haben sicherlich auch einen

Beitrag zum Nächtigungszuwachs geleistet. Ergänzend zum Plus von 6,7 Prozent der Nächtigungen, konnten die Bad Kleinkirchheimer Bergbahnen bei den Frequenzen der Seilbahnen ein Plus von 10 Prozent verzeichnen – dies freut mich als Vorstand natürlich besonders.“

**MM:** „Was genau ist eigentlich unter ‚nock/art‘ zu verstehen? Abwechslung beim Wandern durch Inszenierungen à la Land-Art? Wie sind die Bergbahnen darin involviert? Bringt es einen Vorteil bei der Positionierung?“

**Pflauder:** „ Das von der Region Bad Kleinkirchheim im Jahr 2012 initiierte Projekt „nock/art“ fokussiert die Auseinandersetzung mit der Landschaft, den in ihr lebenden Menschen und dem Wandern unter dem Aspekt der zeitgenössischen Kunst. Mehrere temporäre Projekte wurden bereits umgesetzt. Die Zertifizierung als „Beste Österreichische Sommer-Bergbahnen“ im Bereich Kunst/Kultur wird in der Region als spannender Diskurs geführt. Die Bad Kleinkirchheimer Bergbahnen sehen sich auch in diesem Punkt als aktiven Gestalter rund um die zwei Berggipfel Kaiserburg und Brunnach. Weitere Projekte sind bereits in der finalen Planungsphase und sollen in der kommenden Sommersaison umgesetzt werden. Die Wanderkompetenz einer Region, meist konsumiert als Sport- und Naturerlebnis, wird in Bad Kleinkirchheim durch „nock/art“ um eine zusätzliche und wichtige Dimension – nämlich der geistigen und seelischen Bereicherung – erweitert. Die Kombination aus Wan-

dern, Entspannen in den heilenden Thermalquellen und geistiger bzw. seelischer Bereicherung ermöglicht Regeneration im ganzheitlichen Sinne.“

**MM:** „Gibt es bei der Positionierung Veränderungen? Man wollte ja schon immer aktiv-innovativer Ganzjahres-Impulsgeber sein. Das Motto im Winter lautet: Von den Pisten in die Themen! Wie ist das Gästeecho darauf?“

**Pflauder:** „ Die Region Bad Kleinkirchheim verfügt über eine klare Positionierung. Die Vielfältigkeit der Region darf sich zukünftig noch stärker in Produktkombinationen aus den Kompetenzfeldern Ski, Terme, Wandern, Bike und Golf darstellen. Das von Ihnen angesprochene Kombi- bzw. Wahlprodukt Skivergnügen und Thermengenuss im Winter wird von den Gästen als klarer Wettbewerbsvorteil wahrgenommen und ermöglicht der Region Bad Kleinkirchheim eine klare Abgrenzung zum unmittelbaren Wettbewerb. Individualität und Wahlfreiheit bezogen auf den Angebotskonsum ist der klare Auftrag an die Produktgestaltung in der Region Bad Kleinkirchheim.“

**MM:** „Sie haben kürzlich einen Masterplan in Auftrag gegeben bezüglich der Entwicklung im Sommer als auch im Winter. Was ist hier das Ziel? Ist so ein Plan eigentlich ein Muss für eine bedeutende Destination?“

**Pflauder:** „ Für mich stellt der Masterplan einen zentralen Leitfaden für die kommenden Jahre dar. Auf Basis einer fundierten Bestandsaufnahme werden

unter Teilnahme der wesentlichen Stakeholder in der Tourismusregion die Potenziale herausgearbeitet und mit konkreten Maßnahmen und Umsetzungen zeitlich abgebildet. Dieser Leitfaden ermöglicht ein ständiges Abgleichen von Investitionen, Produktentwicklung und Vermarktungsstrukturen mit dem sogenannten „roten Faden“ bzw. der Positionierung und den Kompetenzfeldern der Destination. Dadurch wird sichergestellt, dass der Gast ein starkes Gesamtprodukt von der Kommunikation bis zur Konsumation vor Ort erlebt. Kontinuität spielt hier eine entscheidende Rolle.“

**MM:** „*Angeblich gibt es bereits für die kommende Wintersaison eine Umsetzung – eine Kidslope von pronatour? Beschreiben Sie diese Innovation näher, was soll sie bewirken?*“

**Pflauder:** „ Das Produkt Skifahren ist ein Erlebnis, das mit der Familie, mit Freunden oder mit dem Partner genossen wird. Die Bad Kleinkirchheimer Bergbahnen legen auch großen Wert auf altersadäquate Angebote im Skigebiet. Der bereits im letzten Jahr umgesetzte und diesen Winter erweiterte Snowpark bietet Spaß und Abwechslung zum Carven auf den breiten und komfortablen Pisten. Den Jüngsten auf zwei Brettern bietet die neue Kidslope die Möglichkeit, das kürzlich Erlernte mit Spaß und Unterhaltung zu verbessern.“

Für den kommenden Sommer ist die Umsetzung eines „Flow-Country-Trails“ für das Kompetenzfeld „Bike“ geplant. Ergänzend dazu wird mit Hochdruck an der Planung eines Themenweges am Berg gearbeitet.“

**MM:** „*Es wurde auch eine neuartige Verkaufs- und Marketingstruktur geschaffen sowie eine Kooperation mit Feld am See eingegangen. Welche Effekte sollten dadurch ausgelöst werden?*“

**Pflauder:** „ Die Zielsetzung ist ganz klar die Bündelung von Ressourcen zwischen Regiongesellschaft, Bergbahn und Betrieben, um zukünftig die Marketingkraft zielgerichtet einzusetzen. Dies betrifft vor allem die Kommunikation der buchbaren Angebote und die Präsenz auf den Hauptmärkten. Die Konzentration der personellen Ressourcen bietet die Chance einer schlanken und effizienten Organisationsstruktur innerhalb der Region. Die Bündelung der

Budgets und die Kooperation auf Projektbasis ermöglicht ein zielgerichtetes Regionsmarketing mit einem größtmöglichen Kommunikationsbudget.“

**MM:** „*Sind in näherer Zukunft auch Investitionen in neue Aufstiegsanlagen geplant? Ein Erneuerungsbedarf scheint ja gegeben zu sein.*“

**Pflauder:** „ Es sind Projekte diesbezüglich in Planung. Priorität hat aktuell jedoch die Optimierung der bestehenden Beschneigungs-Infrastruktur und der Pistenqualität. Gerade der letzte Winter hat gezeigt, wie wichtig schlagkräftige Beschneigungsanlagen sind. Großer Wert wird dabei auf Energieeffizienz und Nachhaltigkeit gelegt. Den optimalen Ressourceneinsatz gilt es auch bei der Schneeproduktion, -verteilung und Pistenpräparierung zu erreichen. Dahingehend wurden erhebliche Investitionen in ein modernes Pistenmanagement-System getätigt. Pistenverbreiterungen und -attraktivierungen mit Maß und Ziel

sollen auch zukünftig das einzigartige Schwurgerlebnis im Skigebiet Bad Kleinkirchheim sicherstellen.“

**MM:** „*Zu Euren Stärken zählt die Kulinarik und die vielen gemütlichen Hütten. Habt Ihr da Ideen für die Zukunft?*“

**Pflauder:** „Bereits im letzten Jahr konnten mit den Hüttenpartnern vor Ort Akzente zum Thema Kulinarik gesetzt werden. Produktschwerpunkte zu bestimmten Themen – im letzten Jahr beispielsweise Kaffee – wurden von den Hütten aufgegriffen und mit speziellen Angeboten und Veranstaltungen erlebbar gemacht. Das Besucherecho war im vergangenen Jahr sehr gut und hat uns somit gleichzeitig die Aufgabe an die Hand gegeben, hier verstärkt in die Produktentwicklung zu gehen.“

**MM:** „*Herr Pflauder, wir danken für das Gespräch.*“





TECHNIK UND GESTALTUNG

**SEILBAHNEN -  
ENGINEERING & MANAGEMENT**  
HOCHSCHULLEHRGANG MIT ZWEI AUSBILDUNGS-  
VARIANTEN UND VERTIEFUNGSRICHTUNGEN

**Beginn:** 12. September 2017  
**Dauer:** 4 bzw. 5 Semester, berufsbegeitend in 12 Blockwochen  
**Abschluss:** Akademische(r) Fachexperte(in) für Seilbahn-Engineering bzw. Seilbahn-Management oder Master of Science (M.Sc.) der FH Vorarlberg  
**Infoabend:** 21. Februar 2017, 17:00 Uhr an der FH Vorarlberg

**SCHLOSS HOFEN**  
**Wissenschaft & Weiterbildung**  
 Hofer Straße 26, 6911 Lochau, Austria  
**E** info@schlosshofen.at  
**W** www.schlosshofen.at



**SCHLOSS HOFEN**  
 WISSENSCHAFT & WEITERBILDUNG

## Ausblick Interalpina 2017

## Eine internationale Erfolgsstory

Die Interalpina 2017 steht vor der Tür. Ein Grund für den MOUNTAIN MANAGER, einmal hinter die Kulissen der Leitmesse der Branche zu blicken. In den vergangenen 30 Jahren – 2015 feierte die Messe ihr Jubiläum – hat die Interalpina einen steilen Aufstieg erlebt. Dipl.-BW. Christian Mayerhofer zeichnet als verantwortlicher Direktor für Congress und Messe Innsbruck den Erfolgsweg des Branchenprimus nach.



Messedirektor Dipl.-BW Christian Mayerhofer (li.) und der CMI Presse-referent Julian Bathelt im Gespräch mit dem MOUNTAIN MANAGER.

**MM:** „Seit vier Jahren begleiten und führen Sie die Congress Messe Innsbruck. Wie haben Sie die Entwicklung erlebt und wie ist der Branchenevent heute positioniert?“

**Christian Mayerhofer:** „Auf die Entwicklung der Interalpina können wir schon ein wenig stolz sein. War früher die SAM, heute Mountain Planet, in Grenoble die führende Messe für Seilbahntechnologie, so hat Innsbruck seit einigen Jahren die Position als Weltleitmesse für alpine Technologien. Wenn wir die Entwicklung von Messen betrachten, so ist diese immer mit Personen verbunden. Zu nennen wäre bei der Interalpina eine Reihe von Entscheidern der ausstellenden Unternehmen. Die Fäden laufen seit einigen Jahren beim Messeprojektleiter Stefan Kleinlercher zusammen, der die Messe maßgeblich geprägt hat. Betrachtet man die führenden Absatzmärkte, so ist sicherlich Frankreich und auch die USA zu erwähnen. Der Congress Messe Innsbruck ist letztes Jahr die Ehre für eine kooptierte Mitgliedschaft im amerikanischen Verband der Bergdestinationen der NSAA zuerteilt worden. So war die Interalpina auch auf der in den USA rotierenden NSAA National Convention and Trade Show mit einem Ausstellungsstand vertreten.“

Blickt man auf den Österreichischen und noch detaillierter auf den Tiroler Markt, so kann festgestellt werden, dass die hohe Dynamik und die Investitionen die Entwicklung der Interalpina am Standort Innsbruck unterstützen. Wenn man bedenkt, dass beispielsweise allein in Tirol 350 Millionen Euro pro Jahr in Bergbahnen investiert werden, sagt das einiges über die Be-

deutung des Bergtourismus hier im Lande aus. Ein zweiter nicht unerheblicher Faktor ist sicherlich die räumliche Nähe des Standortes Innsbruck zu den Firmensitzen und Produktionseinheiten der Keyplayer Doppelmayr, Leitner, Techno Alpin usw. 2016 kamen auch Niederlassungen von der MND Gruppe sowie Schneeschieber aus Polen und USA hinzu. Alles zusammen ein hervorragender Nährboden für die Weiterentwicklung der Fachmesse. Und so freuen wir uns, dass auch 2017 die Neuheiten der Branche zur Interalpina in Innsbruck präsentiert werden.

**MM:** „Wie drückt sich das in Zahlen aus?“

**Mayerhofer:** „Die Interalpina 2015 zählte rund 650 Aussteller und 23.000 Besucher. Der Anmeldestand lässt darauf schließen, dass zumindest die Anzahl an Ausstellern nochmals gesteigert werden kann. Der Branche stehen 40.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche zur Verfügung.“

Als ganz entscheidend möchte ich den hohen Internationalitätsgrad der Messe hervorheben, mit dem klaren Fokus auf die Core-Zielgruppen. Das hohe Investitionsvolumen geht mit der hohen Internationalität der Besucher einher. Der internationale Besucheranteil der Interalpina lag 2015 bei mehr als 60 Prozent und umfasst mehr als 80 Nationen. Die Entscheider kamen entsprechend nicht nur aus den europäischen Ländern. Wir haben beispielsweise aus den USA einen beträchtlichen Teil aller bedeutenden Skigebiete als Besucher. Darüber hinaus nutzen Delegationen aus Südamerika und Asien den Branchenüberblick und das konzentrierte Angebot der Interalpina. Eine verstärkte Präsenz erwarten wir zur Interalpina 2017, durch die wintersportlichen Großereignisse in China und Südkorea, aus Asien.“

Die Gastgeberrolle liegt den Tirolern im besonderen Maße. Das schätzen auch die rund 12 Millionen Touristen, die ein Volumen von rund 46 Millionen Nächtigungen in 2015 generiert haben. Diese Gastfreundschaft lieben auch die Besucher der Interalpina. Messebesucher nutzen oftmals den Aufenthalt für Exkursionen zu den modernen Tiroler Skigebieten und Bergbahnen und auch zu den Produktionshallen der nahe angesiedelten Hersteller. Das alles macht die Interalpina am Standort Innsbruck so authentisch.“

**MM:** „Schlägt sich das in der Konzeption der Messe nieder?“

**Mayerhofer:** „Dass wir die Leadmesse der Branche sind, bedeutet, dass wir eine große Verantwortung tragen und uns viele konzeptionelle Gedanken machen müssen. Es gibt Randbereiche und da könnte man natürlich weiter und immer weiter ausbauen. Das ist nicht die Strategie der InterAlpin. Sie bleibt im Kern die Messe für Alpine Technologien mit den Segmenten Seilbahn, Beschneigung, Pistenbau- und Präparierung, Zutrittssysteme, IT Systeme und Sicherheit. Hier soll die InterAlpin nicht nur den etablierten Herstellern eine Bühne bieten, sondern auch den jungen innovativen Unternehmen. Weltweit finden sich interessante Unternehmen, die den Zugang zu ihren Zielgruppen über die InterAlpin suchen. Deshalb wächst diese Messe.“

**MM:** „In den vergangenen Jahren haben sich um die traditionelle Seilbahntechnologie neue Bereiche wie Ökologie, unterstützende Technologie und die Sommernutzung der Berge entwickelt.“

**Mayerhofer:** „Das ist richtig. Diese Bereiche haben sich hervorragend auf der InterAlpin etabliert. Ein wichtiger Treiber ist die Ökologie. Hier gibt es viele Beispiele wie bei den Öl- und Schmierstoffen, die neu auf den Markt gekommen sind. Schneerzeugung ist ein wesentlicher Faktor für die Winterdestinationen. Hier hat sich in den letzten Jahren einiges getan, um den gesamten Betrieb ökologischer zu gestalten. Vieles steht heute auf dem Prüfstein und es wird versucht, den ökologischen Aspekt mit einzubinden. Den Anbietern darf hier ein großes Lob ausgesprochen werden. Und auch die Bergbahnen haben seit vielen Jahren die Zeichen der Zeit erkannt. Es wäre wünschenswert, diese positive Entwicklung der Ökologie im Bereich der Alpenen Technologien noch stärker durch gezielte Berichterstattung der Öffentlichkeit vorzustellen.“

**MM:** „Mit der hohen Bedeutung des Tourismus ist eine positive Einstellung eingefordert. Kann da die Messe mithelfen?“

**Mayerhofer:** „Wir können natürlich nichts verordnen, wir können nur aufzeigen, welche Entwicklungen es gibt. Die InterAlpin ist durch den direkten Kontakt mit den Branchenteilnehmern sozusagen ein Teil der Branche geworden. Man muss aber auch immer kritisch bleiben. Eine Messe wie die InterAlpin hat die Möglichkeit, die Zukunft zu skizzieren – wo geht die Reise hin. Das werden wir auch wieder im kommenden April zur InterAlpin in Innsbruck sehen.“

**MM:** Die Vermarktung des Berges im Sommer ist inzwischen eine Erfolgsgeschichte geworden. Auch für die Messe?

**Mayerhofer:** „Die InterAlpin griff Lösungen für die Sommernutzung von Bergdestinationen bereits vor zehn Jahren auf. Damals wurden erstmals konkret Projekte im größeren Rahmen realisiert. Die Einbindung

von Lösungen für den Sommer war logisch, da die gleiche Besucherzielgruppe angesprochen wurde. Wir haben also für die Messebesucher einen erheblichen Mehrwert geschaffen. Mittlerweile findet man auf der Messe bereits ein breites Spektrum zu diesem Thema.“

**MM:** „Ein weiterer Bereich hat sich ja auch durch die urbanen Transportsysteme aufgetan?“

**Mayerhofer:** „Ja, das ist richtig. Urban Transport wird sich zu einem weiteren flankierenden Segment entwickeln. Die Anbieter überschneiden sich mit den klassischen InterAlpin Ausstellern und schaffen den Transfer von der Vertikale in die Horizontale. So kommen verstärkt als neue Zielgruppe der InterAlpin Besucher aus den Kommunen nach Innsbruck. Natürlich gibt es in diesem Bereich Fachmessen, die sich ausschließlich mit dem Thema Public Transport beschäftigen. Wir wollen mit diesen Messen nicht in Wettbewerb treten, sondern sehen uns als eine wunderbare Ergänzung. Die InterAlpin hat sich bereits einen Namen aufgebaut und ist auch schon bei den Kommunen ein Begriff.“

**Ingenieurbüro Brandner**



Karl-Schönherr-Straße 8  
6020 Innsbruck  
office@ib-brandner.com  
Tel.: 0512/563332  
Fax: 0512/5633324



Planung - Geotechnik - Bauleitung  
Seilbahnen und Lifte - Tragwerksplanung  
SiGe-Planung

SPT<sup>®</sup> und PistenBully bilden unschlagbares Team  
im Parkbau

## Experten unter sich



*Chris „Gunny“ Gunnarsson  
blickt auf 20 Jahre  
Erfahrung im Park zurück –  
und freut sich auf die  
Zusammenarbeit mit  
PistenBully in Zukunft.*

Dank der neuen Partnerschaft mit Snow Park Technology (SPT<sup>®</sup>) ist PistenBully nun auch mitverantwortlich für optimale Bedingungen bei den wichtigsten internationalen Parkevents in Nordamerika. In einem Gespräch erläutert Chris „Gunny“ Gunnarsson, Eigentümer und Präsident von SPT<sup>®</sup>, seine Philosophie und das Geheimnis seines Erfolges.

**PistenBully:** „Die Partnerschaft zwischen SPT<sup>®</sup> und PistenBully verspricht spannend zu werden. Welche Gründe haben Ihre Entscheidung beeinflusst?“

**Gunny Gunnarsson:** „Bei all unseren Aktivitäten lege ich viel Wert auf Zielorientierung und Weiterentwicklung: das gilt von den Parks über Projekte bis hin zu unseren Partnerschaften. Die Zusammenarbeit mit PistenBully gibt uns die Möglichkeit, wirklich eingebunden in das Team zu arbeiten und in einem langfris-

tigen Plan gemeinsam den jetzt schon großartigen PistenBully ParkPro weiterzuentwickeln. Die innovativen Features und die hohe Leistungsfähigkeit des ParkPro setzen Maßstäbe und werden auch unsere Fertigkeit im Geländeparkbau entscheidend erhöhen und weiter nach vorn treiben. In unserer 20-jährigen Geschichte haben wir schon viele Fortschritte rund um die Funparks und das dazugehörige Equipment erlebt. Es ist wirklich reizvoll, mit Profis zusammenzu-



arbeiten, die gleichgesinnt unseren Ansatz der Weiterentwicklung mitverfolgen. Für mich ist das der vorrangige Faktor für die Zusammenarbeit mit PistenBully. Und dass PistenBully auch hier in Reno sitzt, macht diese Partnerschaft natürlich umso direkter und persönlicher.“

**PistenBully:** „SPT® hat in diesem Herbst ihre Kundenveranstaltung in unserer nordamerikanischen Zentrale in Reno veranstaltet. Was stand da alles auf der Agenda?“

**Gunnarsson:** „Der Schwerpunkt unserer Herbsttagung ist die Vernetzung mit all unseren Park-Partnern und die Vorbereitung auf die Wintersaison. Hier ist auch die richtige Plattform, um unserem Team und allen drumherum bewusst zu machen, wie stark sie die Branche beeinflussen können – und auch sollen. Ich sage ja immer, dass SPT® viel mehr als eine einzelne Person ist. Unsere größte Stärke liegt in unserem kollektiven Wissen und den Ressourcen unseres ganzen ‚Stammes‘, der hier zusammenkommt, um zu besprechen, wie wir uns nach wie vor abheben können.“

**PistenBully:** „Welche großen Events stehen bei SPT® in diesem Winter an?“

**Gunnarsson:** „Die großen Event-Projekte (in chronologischer Reihenfolge) sind: Die Dew Tour in Breckenridge, die X-Games in Aspen, die US-Open in

Vail und Peace Park. Wer weiß – vielleicht noch ein paar geheime Sonderprojekte. Wir werden sehen!“

**PistenBully:** „SPT® ist wohl am bekanntesten für die Winter-X-Games. Was sind bei diesem Event die größten Herausforderungen für Sie und Ihr Team?“

**Gunnarsson:** „Dieses äußerst komplexe Projekt erfordert extrem viel Vorplanung, Logistik und Koordination. Da spielen ganz viele Personen und Abteilungen eine Rolle. Wir sind immer besonders stark gefordert, weil wir vor allen anderen Teams fertig sein müssen – Gerüstbau, Beleuchtung, Verkabelung, Werbung, TV usw. Bis wir nicht aus dem Weg sind, können die anderen nicht loslegen oder zumindest nicht fertigmachen.“

In diesem Jahr haben wir eine Flotte von 10 PistenBully-Raupen im Einsatz. Allein schon die Rundum-die-Uhr-Einsatzplanung der Fahrzeuge und auch deren Instandhaltung sind echt nicht ganz ohne!“

**PistenBully:** „Und was fordert Sie besonders stark in der Vorbereitung dieses Events?“

**Gunnarsson:** „Wir machen die X-Games jetzt schon seit 20 Jahren. Die größte Herausforderung liegt darin, Jahr für Jahr attraktive Strecken zu bauen, die sich gemeinsam mit dem Sport weiterentwickeln. In manchen Gebieten arbeiten wir schon seit über einem Jahrzehnt. Das hilft ungemein, weil wir mit der Topographie der Berge und den Beschneidungskapazitäten dort vertraut sind und schon jahrelang eng mit den Bergteams zusammenarbeiten. Die Rückseite der Medaille ist aber, dass es viel Kreativität erfordert, das Design für den immer gleichen Standort ständig zu verbessern und zu entwickeln. Am Ende des Tages zählt das, was gebaut wurde. Bislang ist es uns immer wieder gelungen, großartige Strecken und Wettbewerbe hinzubekommen.“

**Wiegand**  
WWW.WIEGANDSLIDE.COM

Projekte 2015/2016

WELTWEIT 33 NEUE RODELBAHNEN

- IN ÖSTERREICH  
ST. CORONA . SERFAUS
- IN DER SCHWEIZ  
GURTEN
- IN DEUTSCHLAND  
OCHSENKOPF . NEUKIRCHEN
- IN FRANKREICH  
AUTRANS . OLHAIN . ST. FRANCOIS . MEGEVE
- UND IN ITALIEN  
TRECCHINA . GAMBARIE . TARVISIO

Quality made in Germany

Quality by tradition - leading through innovation

PRINOTH

# Top Service in Graubünden

Mit der Neueröffnung der Servicestelle Aebli Landmaschinen und Pistenfahrzeuge bietet PRINOTH ausgezeichneten Service in Graubünden an. Bei der erfolgreichen Einweihung des neuen Standorts standen Innovationen, Investitionen und ein umfassendes Serviceversprechen im Vordergrund.



Fotos: PRINOTH

Die Niederlassung Aebli Landmaschinen und Pistenfahrzeuge in Landquart, Kanton Graubünden.

Johann Peter Aebli hat ordentlich investiert und umstrukturiert. Mit dem Ziel: noch besser und innovativer zu werden. Bei der Eröffnungsfeier der komplett neuen Werkstatt der Servicestelle Aebli in Landquart überzeugte er auf ganzer Linie. Wie er 1989 in einem alten Stall begann, Landmaschinen zu reparieren, wie er sich laufend vergrößerte und nun eine topmoderne Werkstatt auf 1.700m<sup>2</sup> führt - die 130 anwesenden Gäste waren beeindruckt.

## Exzellentes Serviceversprechen

„Wir freuen uns, so starke und motivierte Partner wie Aebli an Bord zu haben, die unsere Ausrichtung, aber vor allem

unsere Servicephilosophie teilen. Heute sehen wir es als unsere Verpflichtung an, unseren Kunden exzellente Servicedienstleistungen zu liefern. Und diese neue Servicestelle hier in Landquart ist der lebende Beweis dafür“, freute sich Werner Amort, Präsident von PRINOTH über die gelungene Neuausrichtung von Aebli. „Ein gut funktionierendes Netzwerk von motivierten Partnern ist die Grundlage unserer Servicephilosophie. Durch einen engen Austausch untereinander können wir weltweite Servicequalität auf höchstem Niveau bieten“, erklärte Horst Haller, Verantwortlicher für After Sales. Attraktive Servicepakete, eine optimierte Ersatzteilverfügbarkeit und die Möglichkeit, schnell vor

Ort zu sein, sind weitere Eckpfeiler dieses Serviceversprechens.

## Weitsicht und Innovation

Der Graubündner Regierungsrat Dr. Mario Cavigelli referierte über Trends und Herausforderungen im Wintertourismus und rief dazu auf, eine aktive Rolle bei der Gestaltung desselben einzunehmen. Die goldenen Zeiten in den alpinen Kantonen seien längst vorbei, das Bevölkerungswachstum unterdurchschnittlich und es fehle schlicht an Innovation. Die Menschen und Firmen ziehe es vermehrt in die städtischen Kantone, daher brauche es Menschen, die den Mut haben, etwas aufzubauen und zu einem breiteren Angebot auf dem Land

beizutragen. Es brauche treibende Motoren, so wie den neuen Standort von Johann Peter Aebli. Er gratulierte Herrn Aebli für seine Weitsicht und Innovation.

### **Führungswechsel bei PRINOTH Schweiz**

Im Rahmen der Eröffnungsfeier wurde der Führungswechsel bei der PRINOTH Schweiz AG offiziell vollzogen. Nach über 30 Jahren erfolgreicher Tätigkeit wird sich Gerhard Constantin als Geschäftsführer der PRINOTH Schweiz AG mit Jahresende aus dem operativen Pistenfahrzeuggeschäft zurückziehen.

Familiäre Gründe haben ihn vor einem Jahr dazu bewogen, sich vermehrt um die Gesellschaften der Familie zu kümmern und sich operativ zurückzuziehen. Ein Versprechen für die Zukunft ist



*Horst Haller, Managing Director After Sales PRINOTH Schweiz AG, Frédéric Bumann, GF PRINOTH Schweiz AG, Werner Amort, Präsident PRINOTH, Mario Cavigelli, Regierungsrat Graubünden, Gerhard Constantin, Verwaltungsrat PRINOTH Schweiz AG, Johann Peter Aebli, GF Aebli Landmaschinen und Pistenfahrzeuge.*

jedoch die Tatsache, dass Gerhard Constantin als Berater im Rahmen eines Verwaltungsratsmandates der PRINOTH Schweiz AG weiterhin mit Rat und Tat zur Verfügung stehen wird. Frédéric

Bumann, ehemaliger Direktor der Belalp Bahnen AG, hat seit 1. September 2016 die Geschäftsführung der PRINOTH Schweiz AG inne.

## PRINOTH

# Partnerschaft mit White Industries

PRINOTH freut sich, die Partnerschaft mit White Industries Ltd, dem Spezialisten für Design und Bau von FIS Snowboard Cross- und Ski Cross-Rennstrecken, zu verkünden. Ziel der Partnerschaft ist es, die Qualität und das Bewusstsein für die Ski Cross- und Snowboard Cross-Disziplinen zu erhöhen, die neuen Austragungsorte und Trainingseinheiten aufzuwerten und den Sport weiterzuentwickeln.

**W**hite Industries Ltd ist in der Ski- und Snowboardbranche tätig und auf Snowboardcross und Skicross spezialisiert. In diesen Disziplinen ist das Unternehmen für die Durchführung einiger der größten Events verantwortlich. Das Team von White Industries Ltd blickt auf mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Gestaltung von Rennstrecken zurück und ist maßgeblich an der Entwicklung des Wintersports beteiligt. White Industries Ltd arbeitet mit 3D-Designtechnologie und

kann auf die Gestaltung von mehr als 50 Weltcup-Pisten zurückblicken. Bei den weltweit größten Veranstaltungen hat White Industries stets auf PRINOTH Pistenfahrzeuge vertraut.

Zur Partnerschaft mit PRINOTH angesprochen, erklärt Jeff Ihaksi, Präsident White Industries Ltd: „Uns liegt sehr viel daran, die Zusammenarbeit mit PRINOTH immer weiter zu vertiefen. Die Durchführung von Weltcup-Austragungsorten erfordert die beste Ausrüstung am Markt. PRINOTH ist bei Pisten-

fahrzeugen zur Errichtung von Freestyle-Anlagen in Sachen Design und Innovation bereits seit Langem federführend. Es freut uns, PRINOTH beim Bau von Ski- und Snowboardcross-Strecken an Bord zu haben. Indem wir PRINOTH unsere Bedürfnisse mitteilen, können wir bei der Entwicklung von Pistenfahrzeugen, die in Sachen Schubleistung, Shaping und Finishing alles Dagewesene in den Schatten stellen, mitwirken.“

*White Industries Ltd gestaltet und baut erfolgreich Rennstrecken auf der ganzen Welt: bei den Olympischen Winterspielen 2006, 2010, 2014 und 2018, über 50 Strecken im Weltcup für Snowboard Cross und Ski Cross sowie bei drei Weltmeisterschaften.*



Der neue Joystick hoch 4:

# Wegweisendes Bedienkonzept von PistenBully

Der Jüngste aus dem Hause Kässbohrer Geländefahrzeug AG, das Multitalent PistenBully 100 4F, hat in der letzten Saison richtig gut laufen gelernt! Er verkörpert die neue Generation von PistenBully. Und steht für ein grundlegend neuartiges Bedienkonzept, welches den kompletten Arbeitsplatz des Fahrers umfasst: Herzstück des neuen, komplett in der Armlehne, dem sogenannten „Armrest“ integrierten Bedienfeldes ist ein innovativ konstruierter 4-Achsen-Joystick, mit dem sich das Räumschild intuitiv mit einer Hand in allen Freiheitsgraden steuern lässt.



Dabei waren die Anforderungen extrem hoch: Der Joystick musste, um die Freiheitsgrade des Räumschildes komplett abbilden zu können, mit zusätzlichen Achsen ausgestattet werden und darüber hinaus Betätigungselemente zur Quittierung, Justierung und Bereitstellung weiterer Funktionen aufnehmen. Zudem werden bei PistenBully immer höchste Anforderungen an Robustheit und Ausfallsicherheit gestellt. Und neben all dem ist eine angenehme Haptik wichtig: ergonomische Form des Griffstücks, verstellbare Position des Joysticks – kurz: komfortables, ermüdungsfreies Arbeiten auch während langer Einsätze.

## Gefunden: Elektronikspezialist für komplexe Anforderungen

Die Suche nach dem richtigen Partner war schwierig – aber schließlich sehr erfolgreich: RAFI aus Ravensburg übernahm die Entwicklung des innovativen 4-Achsen-Joysticks. Hinter dieser Idee steht aber viel mehr: Bald wird es eine für alle Modellserien einheitliche Bedienphilosophie geben.

Der neue Joystick kombiniert zur vollständigen Schildsteuerung vier Achsen, die mit unterschiedlichen Technologien umgesetzt wurden: Die xy-Kulisse des Joysticks ermöglicht das Verfahren des Räumschildes in der horizontalen und vertikalen Ebene. Zusätzlich lässt sich der Joystick-Griff mit einem oberen weiteren Gelenk auf waagerechter Ebene ähnlich einem Motorradgriff drehen, dadurch lässt sich die Neigung des Räumschildes justieren. Die besondere Herausforderung lag in der Implementierung einer weiteren

## Gesucht: Intuitiv bedienbare Hydrauliksteuerung

„Wir haben lange darüber nachgedacht, wie sich mit nur einem einzigen intuitiv bedienbaren Joystick die komplexe Steuerung des Räumschildes vereinfachen ließe“, erklärt Klaus Frankenhauser, verantwortlich für die Entwicklung der Fahrerhaus/Formteile bei der Kässbohrer Geländefahrzeug AG.

„Das spielt gerade für den Export unserer Fahrzeuge eine wichtige Rolle. Gerade in den USA bleiben die Fahrer oft nur eine Saison und werden nur kurz eingewiesen. Da ist eine möglichst einfache Bedienung hilfreich.“



Fotos: Kässbohrer Geländefahrzeug AG

z-Achse zur Steuerung des Räumschildquerstellwinkels. Zu diesem Zweck wurden Dehnmessstreifen an der Griffstange des Joysticks integriert, die verformende Querkräfte weglos erfassen. Auf diese Weise erhält der Bediener die jeweils gewünschte Querstellung.

„Die Anforderungen an unsere Entwicklungsabteilung waren hoch“, schildert Ulrich Riegger, Projektleiter bei RAFI. „Zum einen musste sie die akkurate Steuerung ohne Überlagerungen der Achsbewegungen realisieren. Dafür war das Spiel des Joysticks, das regulär in der Größenordnung von 7/10 mm liegt, auf 7/100 mm zu reduzieren – eine große Herausforderung für die serienmäßige Fertigung.“ Und auf eine 100 %-ige Funktionalität von -40° bis +80° bestehen die Konstrukteure von PistenBully ja immer.

### Geschmeidig in der Hand, flexibel in der Bedienung

Der Joystick-Griff sollte sich einerseits bequem in die Hand des Bedieners schmiegen und dabei andererseits eine gute Betätigung der vielen integrierten Taster, Wippen und Drehpotentiometer gestatten. Das ist überzeugend umgesetzt worden: Insgesamt bietet der Joystickgriff 18 Bedienelemente zur schnellen Funktionenauswahl, -justierung und Eingabequittierung: Das Daumenfeld ist mit neun Kurzhubtastern sowie jeweils drei Wipptastern und drei Drehpotentiometern bestückt, die durch ihre Doppelklickfunktion einen erweiterten Funktionsumfang bieten. Rückseitig verfügt der Joystick zusätzlich über drei Taster sowie ein Drehpotentiometer zur Bedienung mit dem Zeige-, Mittel- und Ringfinger. Um trotz dieser komplexen Ausstattung die optimale Ergonomie und die perfekte Form zu erzielen, wurden erst einmal mit vielen Fahrern Tests zur Bedienbarkeit durchgeführt.

### Der Erste seiner Art

Inzwischen hat der Joystick im PistenBully 100 4F die Feuerprobe bestanden und begeistert schon jetzt viele Fahrer. Künftig wird das neue Bedienfeld auch in allen anderen Modellreihen die bestehende Bedienphilosophie ablösen, das Werkzeughandling vereinfachen und zu einem einheitlichen „Look & Feel“ der Fahrzeugcockpits beitragen, verspricht Klaus Frankenhauser: „Wir haben lange an einem zukunftsweisenden, komfortablen Bedienkonzept gearbeitet, mit dem wir unsere Fahrzeuge einheitlich ausstatten können, und dabei viel Zeit und Geld investiert. Mit diesem einzigartigen Joystick haben wir den Erfolg auf unserer Seite“.

Fester Bestandteil im neuen PistenBully 100 4F, in allen zukünftigen Modellserien Standard.

Einer für alle: der intuitiv bedienbare Joystick. Komfortabel und einfach.



Klaus Frankenhauser, verantwortlich für die Entwicklung der Fahrerhaus/Formteile bei der Kässbohrer Geländefahrzeug AG: „Es war unser Anliegen, die Bedienung so intuitiv wie möglich zu gestalten. Als Novum wurden Kunden und bereichsübergreifende Teammitglieder schon beim Start des Projekts und entwicklungsbegleitend stark eingebunden.“



### Reparaturen und Wartungsdienste für Hydraulik-Anlagen und -Komponenten

Breites Produktesortiment: Pumpen, Motoren, Filter, Ventile, Zylinder, Zubehör, Kühlung und komplette Systeme.

Umfassende Dienstleistungen:

- Projektierung
- Auslegung
- Konstruktion
- Montage
- Inbetriebnahme

**BIBUS HYDRAULIK**  
SUPPORTING YOUR SUCCESS

Tel. 044 877 52 11  
[www.bibushydraulik.ch](http://www.bibushydraulik.ch)

# ARENA: Gelebte Kundennähe bei Inbetriebnahme und Schulung ist unsere Stärke

Für die gesamte Technik und Entwicklung zeichnet bei PowerGIS Ing. Christoph Schmuck verantwortlich. Als Miteigentümer des Unternehmens und Pisten-Management Pionier der ersten Stunde geht er – ganz im Sinne der Anwender – keine schlechten Kompromisse ein. So auch nicht bei der Inbetriebnahme der Technik. Alles durchläuft zahlreiche Prüfroutinen und wird auf Herz und Nieren gecheckt. „Bevor es dann für die Pistenteams an die Arbeit geht, findet natürlich final noch ein umfangreicher Know how Transfer in Form einer Anwenderschulung statt“, so Christoph Schmuck.

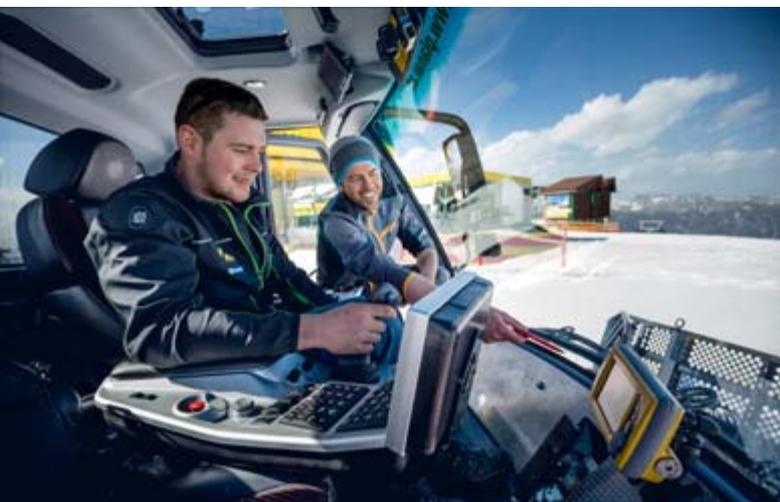


## Schritt 5 INBETRIEBNAHME UND SCHULUNG

„Die rechtzeitige Inbetriebnahme aller Projekte stellt uns jedes Jahr vor große Herausforderungen. Bei noch so sorgfältiger Planung, lässt sich am Ende doch nicht jeder Kundenwunsch erfüllen. Auch wenn wir uns dabei größte Mühe geben. Die Tage können da gut und gerne mal 14 Stunden dauern“, erläutert Christoph Schmuck. Eines ist dem Team von PowerGIS aber vollkommen klar, bei der Qualität will man auch trotz dieser hohen Arbeitsbelastung keine Abstriche machen. Die offene und ehrliche Kom-

munikation ist bei PowerGIS der Schlüssel zu hoher Kundenzufriedenheit. „Nicht nur dass unsere Kunden zu jeder Zeit wissen wo wir im Projekt stehen, sondern dass auch immer jemand erreichbar ist, wird sehr geschätzt“, schildert Technik-Chef Schmuck. Wenn die Technik dann fix und fertig installiert und in Betrieb genommen ist, werden alle Projektteilnehmer sorgfältig eingeschult. Auch hier kann PowerGIS auf langjährige Erfahrung zurückgreifen. Absolute Kundennähe und die Fähigkeit die Pistenteams für die Anwendung der neuen Werkzeuge zu begeistern, sind am Ende erfolgsentscheidend.





Fotos: PowerGIS

Technik-Chef Christoph Schmuck (re.) sitzt regelmäßig selbst in der Pistenmaschine. Der direkte Kundenkontakt ist für die weitere Entwicklung von ARENA Goldes wert.



Eines der wichtigsten Arbeitsgeräte von Technik-Chef Christoph Schmuck ist ein hochpräzises GPS-Gerät zur Prüfung der Geländemodelle.

**„Als Premium-Anbieter gehen wir auch bei der Technik keine schlechten Kompromisse ein. Alles durchläuft zahlreiche Prüfroutinen und wird auf Herz und Nieren gecheckt.“**

Die Technik macht noch lange keine Schneesicherheit, es sind die Menschen die den Unterschied in Sachen Pistenqualität ausmachen. Sprichwörtlich gewinnt das beste Pistenteam. „Für uns ist es immer wieder erstaunlich, mit welchem Einsatz die Teams ihrer Arbeit nachgehen. Natürlich sind manche im ersten Schritt etwas skeptisch, aber es erfüllt uns mit großem Stolz, wenn wir am Ende auch solche Menschen begeistern können. Der Mensch steht bei uns immer im Mittelpunkt“, erklärt Christoph Schmuck.

ARENA<sup>®</sup>

# TEAMS GEWINNEN

HIGHTECH IST WICHTIG,  
ABER WIR MENSCHEN MACHEN  
DEN UNTERSCHIED



Realisierbare und finanzierbare  
Lösungen für mehr Schneesicherheit  
und Pistenqualität.

Interessiert? +43 (0) 662 89 09 52

**WWW.PISTENMANAGEMENT.AT**

Fotos: Yamaha



*Motorschlitten-Hightech vor mehr als 40 Jahren...*



Yamaha Motor Co., Ltd.:

## Leistung aus Leidenschaft

Leidenschaft für Qualität und Perfektion kennzeichnen die Firmenphilosophie der Yamaha Motor Co., Ltd. Dazu kommt hohes Verantwortungsbewusstsein gegenüber Mensch und Umwelt. Vor diesem Hintergrund entwickelt und gestaltet das Unternehmen eine ganze Reihe an unterschiedlichen Produkten für internationale Kunden.

**D**ie Yamaha Motor Co., Ltd. zählt zu den führenden Herstellern von zwei- und vierrädrigen Fahrzeugen und Motoren. Weitere Produktsegmente des weltweit agierenden Konzerns sind u. a. Elektrofahräder, Boote, Waverunner, Jet Ski, Nutz- und Fischerboote, Außenboardmotoren, Kartmotoren, Golf Fahrzeuge, Mehrzweckmaschinen, Generatoren, Wasserpumpen, Schneemobile, Schneefräsen, Automotoren, Oberflächenmontagevorrichtungen oder ATV/Quads. Für die einzelnen Sparten wird ein globales Vertriebsnetzwerk mit zahlreichen Vertretungen weltweit betrieben. Über 63.000 Mitarbeiter stellen die Rundumversorgung in allen Bereichen sicher.

### Aus Tradition gut

42 Jahre Erfahrung und Leidenschaft für die beste Technik stecken in den Motorschlitten von Yamaha, deren Geschichte im Jahr 1965 beginnt und auf eine ganze Reihe an Innovationen und technischen Highlights verweisen kann. Deshalb überzeugen die Yamaha Motorschlitten in der alpinen Winterwelt seit Jahren durch ihre Zuverlässigkeit auch unter härtesten Bedingungen. Der überarbeitete Yamaha VK 540 V verfügt über einen zuverlässigen Yamaha 535 ccm 2-Zylinder 2-Takt-Motor mit einem neuen Mikuni-Flachschieber-Vergaser, ein neues Lufteinlass-System sowie eine neue DC-CDI mit Zündkennfeld. Überarbeitet wurden neben der Elektronik auch die Kufen

und das Karosserie-Design, sodass der Motorschlitten nun noch wendiger ist, gleichzeitig dem Fahrer aber mehr Komfort bietet.

Zum Angebot an Motorschlitten gehört außerdem der bewährte Yamaha VK Professional II, der Yamaha Venture Multi Purpose sowie der neue Sidewinder B-TX LE 153 mit turbogetriebenem Genesis®-Viertaktmotor mit 3 Zylindern und einem Hubraum von 998 ccm. Dieser Motor steht für Top-Technik von Yamaha und ist der stärkste Motor, der jemals in einen Motorschlitten eingebaut wurde. Er bringt es auf eine Leistung von knapp 200 PS und ein starkes Drehmoment schon bei geringer Drehzahl, sodass er sich im Tiefschnee noch besser kontrollieren lässt.



*Hans Zimmermann (re.), GF Yamaha Motor Niederlassungen Österreich/Tschechien/Slowakei/Ungarn, und Sascha Sobot, Verkaufsführung/Marketing Yamaha Motor Österreich.*



...und jetzt beim  
Yamaha VK 540 V.

### Verlässlich zu jeder Jahreszeit

Wer im Sommer und im Winter gleichermaßen unterwegs sein will, für den sind ATVs und Side-by-Side-Fahrzeuge von Yamaha genau richtig. Der Viking Side by Side ist vielseitig, robust und verfügt über ein On-Command®-Antriebssystem mit den Modi 2WD, 4WD und 4WD plus Differenzialsperre sowie einen kraftvollen, drehmomentstarken Motor mit 686 ccm Hubraum. Der YXZ1000R ist ein Supersport-SBS-Fahrzeug mit Sportgetriebe-Schaltwippen für eine perfekte Kontrolle. Er hat einen kompakten drehmomentstarken Dreizylindermotor mit 998 ccm und 5 Vorwärts- sowie einen Rückwärtsgang.

Der bewährte Grizzly 700 EPS / SE ist ein extrem belastbares ATV und verfügt über einen DOHC-Viertaktmotor mit 708 ccm sowie ein stufenloses Yamaha-Ultramatic®-Automatikgetriebe. Auf diese Weise ist er auch in schwierigem Gelände zuverlässig unterwegs, zusätzlich darf der Grizzly 700 Anhängelasten von bis zu 600 kg ziehen.

Zum bewährten Angebot gehört weiters der Kodiak 700 / EPS / SE mit seinem drehmomentstarken DOHC-Viertaktmotor mit 708 ccm Hubraum, dem stufenlosen Ultramatic®-Getriebe und einem zuschaltbaren Allradantrieb. Er kann 140 kg Zuladung plus Fahrer schultern und zusätzlich Anhängelasten bis zu 600 kg ziehen.

### An vorderster Front...

...stehen bei den Produkten von Yamaha Forschung und Entwicklung. Kein Wunder, dass auch die Schneefräsen eine optimierte Räumbreite und große Wurfweiten bei hoher Genauigkeit bieten. Sie sind leicht zu handhaben und besonders effizient. Ein Beispiel aus dem Programm ist die YS1070T mit ihrem OHV-Viertaktmotor von Yamaha mit Elektrostarter. Geschwindigkeit und Fräshöhe sind stufenlos einstellbar, die Räumbreite beträgt beachtliche 715 mm.

 Infos:  
[www.yamaha-motor.co.at](http://www.yamaha-motor.co.at)

### Spiel und Spaß für Kinder

Seit 2016 hat Yamaha Motor Austria ein Angebot parat, das Kinderherzen höher schlagen lässt. Der Spaß heißt Yamaha „Junior Track“ und ist ein Parcours speziell für Kinder und Jugendliche, der sowohl im Sommer als auch im Winter aufgebaut werden kann.

Beim Yamaha „Junior Track“ handelt es sich um einen aufblasbaren Rennstrecken Parcours, der eine Fläche von mindestens 2,5 m<sup>2</sup> x 1,9 m<sup>2</sup> benötigt. Die Bahn wird durch schlauchartige Banden gebildet, die über ein Dauergebläse aufrecht erhalten werden. Diese Art der Abgrenzung dient gleichzeitig als Knautschzone für die Sicherheit der Benutzer.

Zum Einsatz kommen hier Fahrzeuge von Yamaha, die auf allen Böden genutzt werden können – egal ob Erde, Asphalt, Schnee oder Wasser. Diese Fahrzeuge wurden speziell für Kinder und Jugendliche entwickelt. Sie entsprechen also den gängigen Sicherheitsstandards, Handling und Geschwindigkeit wurden entsprechend angepasst. Zu haben sind etwa das Kinder-Schneemobil SRX 120, das Kinder-MX-Motorrad PW50 oder die Jugend-Quads YFM90R und YFZ50.

Der Yamaha „Junior Track“ kann gemeinsam mit Yamaha Servicepersonal für Veranstaltungen und Events aller Art gemietet werden.

Infos gibt es bei Sascha Sobot,  
E-Mail: [sascha.sobot@yamaha-motor.co.at](mailto:sascha.sobot@yamaha-motor.co.at) oder Peter Panik,  
E-Mail: [presse@yamaha-motor.or.at](mailto:presse@yamaha-motor.or.at)

*Im Einsatz war der „Junior Track“ zuletzt beim legendären Kaunertaler Freeski- und Snowboard Opening 2016.*



Foto: Felix Pirker



Erfolgreiche Events brauchen professionelle Partner

# Demaclenko als Sponsor bei den Weltcuprennen auf der Saslong

Seit den 70er Jahren gehören die Weltcup-Rennen in Gröden zu den wohl bekanntesten Höhepunkten des Alpinen Skizirkus. Damit das Event auch jedes Jahr erfolgreich und sicher stattfinden kann, werden hinter der Bühne bereits im Vorfeld zahlreiche Maßnahmen für optimale Bedingungen während des Rennwochenendes getroffen.

Foto: Demaclenko



*Titan 2.0 bei der Pistenpräparierung der Saslong.*

## Neue Installationen sorgen für hohe Schneesicherheit

Ausschlaggebend hierfür ist neben vielen, sehr unterschiedlichen Komponenten v. a. eine Beschneiungsanlage der neuesten Generation, die es dem Veranstalter erlaubt, bereits im Vorfeld für den nötigen Schnee zu sorgen. „Durch das Abkommen und die Zusammenarbeit mit Demaclenko haben wir eine Partnerschaft gefestigt, die uns seit jeher die Durchführung unserer internationalen Veranstaltung gewährleistet. Dank des jüngsten Ausbaus auf der Saslong wird die Schneesicherheit durch die neue Zubringer- und Hauptpumpstation noch mehr erhöht. Das bedeutet zum einen, dass wir die Garantie haben, unsere Ski-Weltcuprennen in Gröden ordnungsgemäß austragen zu können und zum anderen, dass wir die Saison für all unsere Partner, wie zum Beispiel den Internationalen Skiverband FIS, die Kommunikationsagenturen sowie die Fernsehanstalten, planen können“, bestätigt Rainer Senoner, der Präsident des Organisationskomitees Val Gardena-Gröden, die hervorragende Zusammenarbeit mit Demaclenko. Nach mehreren Projektabschnitten in den letzten Jahren, kon-

zentrierte sich Demaclenko heuer darauf, eine neue Zubringer- und Hauptpumpstation samt Cooling System zu errichten, um so den ansteigenden Anforderungen gerecht zu werden. Die neue schlagfertige Beschneiungsanlage ist somit Erfolgsfaktor für das gesamte Skigebiet und garantiert auch in äußerst schneearmen Wintern wie 2015/16 einen reibungslosen Ablauf von Skisportereignissen.

Die neue Hauptpumpstation an der Einfahrt „Ciaslat“ unweit der Kamelbuckel verfügt über eine Gesamtleistung von 1 MW bei einer Förderleistung von 225 l/s und kann durch einen erneuten Ausbau auf die doppelte Leistung erweitert werden. Für eine zielorientierte Beschneigung sorgen 6 Kühltürme mit einer Gesamtleistung von 90 kW bzw. einer Gesamtliterleistung von 225 l/s, welche das Wasser auf die ideale Temperatur absenken, bevor es dann direkt zu den Schneeerzeugern geschickt wird. Die neue Füllpumpstation mit einer Gesamtleistung von 710 kW und einer Förderleistung von 2 x 75 l/s geht 2016 in Betrieb und dient der Speisung des zukünftigen Speichersees, der 2017 errichtet wird. Doch es wurde nicht nur eine

neue Pumpstation errichtet, sondern auch die bestehende ausgebaut, um das Gesamtkonzept noch leistungsfähiger zu machen. Die dort angebrachten Hochdruckpumpen erweitern die Gesamtleistung wiederum um 1 MW bei einer Förderleistung von 120 l/s. Außerdem beinhaltet der aktuelle Projektabschnitt die Verlegung von ca. 3,5 km Gussrohren mit einem Durchmesser von bis zu 500 DN bzw. 4,5 km verschiedenster Leitungen, welche für die exakte Steuerung der Anlage verantwortlich sind.

## Geschichte verbindet

Neben der langjährigen Zusammenarbeit mit den Skigebietsbetreibern der Saslong, unterstützt Demaclenko heuer den FIS Alpine Ski Worldcup als offizieller Ausstatter und verleiht der Partnerschaft so neue Wichtigkeit und Dimensionen. Für Demaclenko hat das Sponsoring des Events eine sehr große Bedeutung, da auch das mittlerweile weltweit agierende Unternehmen in Gröden seine Wurzeln hat.

Mit dem Sponsoring möchte Demaclenko die Wichtigkeit der Veranstaltung für die gesamte Region und darüber hinaus unter Beweis stellen und den Organisatoren bestmögliche Lösungen im Beschneigungssektor präsentieren. „Die Tatsache, dass wir in den letzten 16 Jahren, also seitdem die Anlagen von Demaclenko auf der Saslong montiert wurden, nur einen Rennausfall (2004) hatten, unterstreicht, dass wir in guten Händen sind. Die weiteren Investitionen, welche für die Schneeproduktion auf der Saslong vorgesehen sind, geben uns noch mehr Motivation und Garantien für die Zukunft“, so Senoner weiter.



# SCHNEE

Hocheffiziente Beschneigungsanlagen: Propellermaschinen, Schneilanzen, Pumpstationen, Steuerungssoftware und schlüsselfertige Lösungen für ein Pistenparadies der Extraklasse.



## Demaclenko's neue Herausforderung

# Beschneigung bei Plusgraden

Demaclenko hat Anteile am Start-up-Unternehmen NeveXN erworben, das ein Patent und einen Prototyp für umweltfreundliche Beschneigung auch bei Plusgraden entwickelt hat.

**D**ank der Unterstützung vonseiten der Provinz Trient und der Entwicklungsagentur Trentino Sviluppo konnte auf der Grundlage des von NeveXN angemeldeten Patents ein Prototyp gebaut werden, der im Oktober 2014 im Langlaufzentrum Lago di Tesero im Fleimstal zum ersten Mal vorgestellt wurde. Die Beteiligung von Demaclenko, einer Tochtergesellschaft der Leitner Gruppe, an der Firma NeveXN stellt einen entscheidenden Schritt bei der Entwicklung und Produktion dieser Maschine dar.

Unterfertigt wurde das doppelte Überkommen am Montag, den 7. November, durch Alessandro Olivi, Landeshauptmannstellvertreter der Provinz Trient, Fulvio Rigotti, Vizepräsident von Trentino Sviluppo, Anton Seeber, Präsident von Leitner, Martin Leitner, Präsident von Demaclenko, Andreas Dorfmann, CEO von Demaclenko, und Francesco Besana, CEO von NeveXN. „Es ist eine große Freude für unser Unternehmen, Teil des Polo Meccatronica zu sein und genau hier gemeinsam mit NeveXN unsere Forschungs- und Entwicklungsabteilung einzurichten“, betont Anton Seeber, Präsident von Leitner. „Unsere Entscheidung, gerade hier in Trient zu investieren, wo wir schon seit Jahren mit unseren Produkten vertreten sind, beruht auch auf der Tatsache, dass diese Provinz zukunftsweisenden Entwicklungsprojekten und technologischen Innovationen äußerst offen gegenüber steht.“ „Demaclenko ist in den vergangenen Jahren zu einem der weltweit führenden Unternehmen der technischen Beschneigung herangewachsen“, erklärt Präsident Martin Leitner „und die Partnerschaft mit NeveXN bezeugt unsere Absicht, uns keineswegs auf den Lorbeeren ausruhen zu wollen, sondern uns stets neuen Herausforderungen zu stellen. Die Schneeproduktion bei Plusgraden kann in diesem Sinne eine wahre Revolution dieser Branche darstellen.“



Foto: Demaclenko

*V.l.n.r.: Andreas Dorfmann, CEO Demaclenko, Francesco Besana, CEO NeveXN, Alessandro Olivi, Vize-Präsident der Autonomen Provinz Trient, Fulvio Rigotti, Vize Präsident Trentino Sviluppo, Anton Seeber, Präsident LEITNER ropeways, und Martin Leitner, Präsident Demaclenko.*

### Initialzündung für Weiterentwicklung

Seit seiner Gründung ist NeveXN im „grünen“ Gründerzentrum „Progetto Manifattura“ der Entwicklungsagentur Trentino Sviluppo angesiedelt. Mit der jetzt eingeleiteten Produktionsphase stehen nun neue, größere Räumlichkeiten im Polo Meccatronica, der zweiten wichtigen Innovationsschmiede des Trentino, zur Verfügung.

Die von NeveXN patentierte Maschine ist in der Lage, qualitativ hochwertigen technischen Schnee bei Temperaturen im Plus-Grad-Bereich unter der Nutzung von Wärmeenergie aus erneuerbaren Energiequellen wie Solarmodulen und Biomasse-Heizkesseln zu erzeugen. Die Steuerung der Maschine erfolgt zentralisiert und vollautomatisch und die Technologie lässt sich problemlos in bereits bestehende Beschneiungsanlagen integrieren. Diese technologische Innovation deckt den steigenden Bedarf an technischem Schnee bei immer schwierigeren klimatischen Bedingungen und ga-

rantiert eine optimale Beschneigung auch in tieferen Lagen; dies jedoch mit einem im Vergleich zu den herkömmlichen Beschneiungsanlagen geringerem Wasser- und Stromverbrauch.

Der mit diesem System erzeugte Schnee kann sowohl im Out- als auch im Indoorbereich verwendet werden; weitere nützliche und interessante Anwendungsbereiche stellen überdies der Lebensmittelsektor, das Gesundheitswesen sowie die Baubranche dar. Der industrielle Entwicklungsplan, an dem NeveXN, LEITNER und Demaclenko in den kommenden Monaten arbeiten werden, sieht die Produktentwicklung, die Produktion und den Vertrieb von drei „Maschinengrößen“ vor.

Die vor kurzem unterzeichnete Vereinbarung stellt die Initialzündung für die Zusammenarbeit des Mechatronik-Zentrums mit einem international tätigen Unternehmen wie LEITNER dar. Möglich wurde dieses Projekt auch durch eine Reihe von Förderungsstrategien für die Ansiedelung neuer Unternehmen.

Foto: TV Pitztal



Die Alpine Auto-Winterfahranlage in Mandarfen. • TORNADO Loipenfräse im Einsatz.



Foto: Müller Fahrzeugtechnik GmbH

Tiroler Pitztal/Müller Fahrzeugtechnik GmbH

# Beste Bedingungen für Alpine Auto-Winterfahranlage

1.700 m Meereshöhe, Schneesicherheit im Winter und eine professionelle Präparierung mit Hilfe einer TORNADO Loipenfräse garantieren beste Testbedingungen für Automobilhersteller.

## Driften, Kurven, Handling auf Schnee & Eis

Der Ort Mandarfen, am Fuße des Pitztaler Gletschers ist umgeben von 38 Berggipfeln über 3.000 Meter. Zudem lädt das höchste Gletscherskigebiet Tirols zum Skifahren, Langlaufen und Winterwandern ein. Neben den touristischen Highlights in der Region bietet eine moderne Auto-Winterfahranlage jene Umgebungsbedingungen, die für führende Automobilhersteller für Wintererprobungszwecke unerlässlich sind. Anhand von Wintererprobungstests legen die Automobil-Testingenieure Softwareabstimmungen für aktive Bremssysteme (ABS), Antriebsregelungen (ASR), Anti-Schleuderprogramme (ESC) und vieles mehr fest. Nicht zu vergessen sind auch diverse Untersuchungen hinsichtlich neuer Winterreifenentwicklungen.

Neben den Testingenieuren können auch Besitzer verschiedener Automarken die Winterfahranlage benutzen. Zu vorgegebenen Trainingstagen werden die Kunden durch erfahrene Instrukturen eingewiesen. So kann Schritt für Schritt das Driften erlernt werden.

## Professionelles Präparieren

Die Alpine Winterfahranlage im Tiroler Pitztal liegt auf 1.700 Meter Meereshöhe und garantiert Schneesi-

cherheit von Dezember bis April. Gesamtfläche der Anlage beträgt rund 3 Hektar. Die Strecke ist unterteilt in Dynamik-Felder, Drift-Oval und eine Handlingstrecke. Das Basiccamp für entspannende Kaffeepausen und Mittagessen ist eine Autominute entfernt. Um eine derart große Fläche professionell präparieren zu können, entschied sich der Betreiber der Anlage, der Tourismusverband Pitztal, zum Kauf einer TORNADO Loipenfräse aus dem Hause mueller. Diese ist schnell und einfach an einen Traktor anzubauen, unkompliziert und flexibel in der Anwendung. Das Ergebnis nach dem Präparieren ist stets wieder eine ebene, griffige und kompakte Schneedecke.

**i** Infos:  
[www.pitztal.com](http://www.pitztal.com)  
[www.mueller.ac](http://www.mueller.ac)



Foto: TV Pitztal

## GERHARD GSTETTNER, Geschäftsführer TV Pitztal:

„Durch den Einsatz einer TORNADO Loipenfräse in der Alpine Auto-Winterfahranlage Pitztal sind wir in der Lage, unseren Kunden eine top professionelle Strecke anbieten zu können. Grobe Fahrinnen oder harte Vereisungen können spielend wieder entfernt werden.“



Als erstes Skigebiet in Tschechien konnte Moníec seine Pisten dank Snowfactory eröffnen.



Zwei fixe und eine mobile Snowfactory sichern den Saisonstart in Moníec.

## Snowfactory von TechnoAlpin macht's möglich

# Frühester Saisonstart in Tschechien

Das tschechische Skigebiet Moníec eröffnete bereits im Oktober seine erste Piste mit Hilfe des Schneeerzeugers für Plusgrade von TechnoAlpin. Zwei fix installierte und eine mobile Snowfactory sicherten den frühen Saisonstart. Am 17. November konnte schließlich das gesamte Skigebiet aufsperrern.

### Snowfactory – der Schneeerzeuger für Plusstemperaturen

Die Snowfactory dient als Ergänzung zur traditionellen Beschneigung. Sie kommt also dann zum Einsatz, wenn das Potenzial einer Beschneigungsanlage ausgeschöpft ist – als Optimierung der Anlage. Besonders beliebt ist die Maschine in Biathlon-Zentren, wo mit relativ wenig Schnee viel erreicht werden kann. Innerhalb kürzester Zeit werden komplette Langlauf-Loipen, wie zum Beispiel im Biathlonzentrum Lenzerheide, mit Snowfactory-Schnee präpariert. Der Schneeerzeuger für Plusstemperaturen garantiert Schneesicherheit, was besonders für Skigebietsöffnungen und Events von großer Bedeutung ist. Durch den zahlreichen und erfolgreichen Einsatz der Snowfactory für Events hat sich der Schneeerzeuger als eine gute Investition, um den Skisport zu promoten, entpuppt.

### Neue Märkte erschlossen

Neben Märkten, in denen TechnoAlpin bereits agiert, wie Deutschland, Schweiz, Tschechien, Norwegen

oder Schweden, konnten mit der Snowfactory auch neue Märkte erschlossen werden: Dieses Jahr wird eine Maschine in einem Einkaufszentrum in Ho Chi Minh City (Vietnam) installiert. Dort dient die Snowfactory hauptsächlich dazu, den Schnee zu den Leuten zu bringen. In solch ‚exotischen‘ Märkten haben die Menschen meistens selten oder noch nie im Leben Schnee gesehen und sind überaus begeistert. Der Trend der Nachfrage an der Snowfactory ist insgesamt sehr positiv, hört man vom TechnoAlpin-Marketing. Zurzeit sind weltweit 19 Snowfactories im Einsatz und garantieren den Kunden Schneesicherheit für deren Pisten und Events.

Das Projekt in Moníec zählt zu den Highlights bei den jüngsten Snowfactory-Installationen. Zum einen ist Moníec das größte Skigebiet in Mittelböhmen und zum anderen aufgrund seiner Nähe zur Hauptstadt Prag sehr beliebt bei den lokalen sowie internationalen Wintersportlern.

## Innsbrucker Hofburggespräche

# Lawinenschutz im gesicherten Skiraum – ein Dauerbrenner

Skifahrer auf der Piste machen sich für gewöhnlich keine Gedanken über den tagesaktuellen Lawinenlagebericht. Müssen sie auch nicht, denn das erledigen Fachleute, die dafür Sorge tragen, dass der gesicherte Skiraum von solchen Naturgewalten verschont bleibt. Einige dieser Experten trafen sich am 23. November auf Einladung des Institutes für Naturgefahren des Bundesforschungszentrums für Wald (BFW) in der Innsbrucker Hofburg um über Neuigkeiten auf diesem Gebiet zu sprechen.

Lawinenabgänge betreffen Skigebiete in Österreich relativ selten. Dass sich Lawinen dennoch in diesen „gesicherten Skiraum“ verirren können, zeigen tragische Einzelfälle wie zum Beispiel ein verschütteter Schwede in Ischgl im Jahr 2012. Um aus solch tragischen Ereignissen Lehren ziehen zu können und den Schutz der Skifahrer ständig zu verbessern, vernetzen sich die Verantwortlichen ständig um die verschiedenen Möglichkeiten auszuloten. Die Innsbrucker Hofburggespräche standen am 23. November ganz im Zeichen dieser Vernetzung. Sechs Experten sprachen über die Ergebnisse ihrer Arbeit und beantworteten Fragen aus dem Publikum, das vorwiegend aus Sicherheitsverantwortlichen der Liftbetriebe und der Straßenerhalter bestand.

### Der gesetzliche Rahmen

Andreas Reiterer, der Sektionsleiter der Wildbach- und Lawinenverbauung in Vorarlberg, informierte die Zuhörer über den gesetzlichen Rahmen. Der Lawinenerlass, unter dessen Berücksichtigung heutzutage Skigebiete ihre Lifte und Pisten anlegen müssen, wurde 1975 nach dem Lawinenunglück in der Silveretta Nova festgeschrieben und bisher vier Mal, zuletzt 2011, angepasst. Um in Betrieb gehen zu dürfen, muss jedes Skigebiet die vorgeschriebenen Schutzmaßnahmen zur Anlagen- und zu Betriebssicherheit durchführen, die sicherstellen, dass im Falle eines Lawinenabganges im organisierten Skiraum niemand zu Schaden kommt. Zu diesen Schutzmaßnahmen gehört auch die Miteinbeziehung der Lawinenkommissionen. Harald Riedl von der Abteilung für Zivil- und Katastrophenschutz der Tiroler Landesregierung gab einen Einblick in die gesetzlichen Aufgaben und die Ausbildung der Tiroler Lawinenkommission. Als Mitglied der Lawinenkommission im Salzburger Skigebiet Saalbach-Hinterglemm berichtete Josef Mitterer aus der Praxis. Er sieht seine Aufgabe vor allem im Spannungsfeld der Wirtschaftsinteressen brisant. So sei die Akzeptanz für Sperren bei den Betrieben im Skigebiet höher, wenn Hüttenwirte und Geschäftsführer von

Bergbahnen auch die Ausbildung in der Lawinenkommission genossen haben.

### Erwartungen an die Dokumentation

Mit den Erwartungen und Herausforderungen an die Dokumentation von Lawinen in Skigebieten haben sich Martin Berner und Martin Schuster von alpineframework aus Lech am Arlberg befasst. So sollen Experten Inputs in einen Wissenspool liefern, aus dem dann von der Allgemeinheit Nutzen gezogen werden kann. Dabei stünden die unterschiedlichen Erwartungen der Endnutzer im Fokus.

So hätten etwa die Lawinenkommissionen andere Anforderungen als eine Gemeinde oder ein Liftbetrieb. Die Ergebnisse ihrer Bemühungen, dieses Wissen zu bündeln, finden sich auf den Plattformen Wikisnow und AVADO. Eine andere Plattform, stellten Walter Würtl und Peter Plattner von LO.LA\* Peak Solutions GmbH in Trins vor. LO.LA\* (Abkürzung für: Lokaler Lagebericht) soll es als

Tool zur lokalen Lawinenprognose Endverbrauchern wie Tourengern und Skifahrern einfacher machen, die Lawinengefahr in dem Gebiet in dem sie sich befinden, zu bewerten. Der Input soll dabei von Profis wie Lawinenkommissionsmitgliedern oder Liftangestellten kommen, die ihre Informationen möglichst zeitnah mittels mobiler Endgeräte auf der Plattform eingeben können.

Michael Butschek vom Lawinenwarndienst Salzburg zeigte die Grenzen des Lawinenlageberichtes für Skigebiete auf. Er sah darin nur einen Baustein von vielen in der Gefahrenbeurteilung und verwies auf zusätzliche Methoden wie Schneeprofile oder Sprengungen.



Foto: mak

Josef Mitterer, Lawinenkommission Skigebiet Saalbach.

# Technische Seilbahnfachtagung Schweiz

In diesem Jahr fand die technische Seilbahnfachtagung Schweiz vom 21. bis 23. September 2016 in Arosa statt. Arosa war im Jahr 2004 bereits Austragungsort für die VTK-SBS Tagung. 12 Jahre später lud der Weltkurort die Schweizer Seilbahnler wieder ein, damit sich diese über die neusten Trends der Branche informieren konnten.



Fotos: dab

Der Vorstand der VTK konnte mit der Tagung in Arosa sehr zufrieden sein. V.l.n.r. obere Reihe Andreas Zenger, Luca Jardini, Andreas Sturzenegger, Gieri Berthel, untere Reihe, Markus Good, Reinhard Lauber, Serge Guntern, Patrick Siggen, Peter Lussi, und Christoph Meier.

Zu Beginn des ersten Seminartages begrüßte der neue Präsident Andreas Zenger die rund 450 Teilnehmer und bedankte sich beim Organisationskomitee unter Leitung des technischen Leiters Andreas Sturzenegger für die Organisation der Veranstaltung. Einen speziellen Dank erwies er der langjährigen Sekretariats-Sekretärin Anita Widmer für ihr 30-jähriges Engagement bei der VTK.

## Informationen der Behörden und von Seilbahnen Schweiz

Vorstandsmitglied Christoph Meier führte während der beiden Tage durch das Tagungsprogramm. Als erster Referent konnte er den Sektionschef Seilbahntechnik vom BAV, Laurent Queloz, ankündigen. Der Sektionschef informierte in seinem Referat über das Stabilisierungsprogramm des Bundes, das Kosteneinsparpotenziale vorsieht. Unter anderem sieht es administrative Entlastungen bei der Bewilligungs- und Aufsichtsbehörde vor. Ferner informierte er über die Ereignisse und Unfälle bei den eidgenössischen konzessionierten Seilbahnen. Neu wird die Konzessionsdauer für 40 Jahre (bisher 25 Jahre) vergeben. Eine weitere

Maßnahme wird sein, dass der Technische Leiter keine Anerkennung durch das BAV erhalten wird. Jedoch die Mutationen sind weiterhin an das BAV zu melden. Zukünftig wird es auch keine Anerkennung von Seilprüfstellen, Spleissern und Herstellern von Verguss- und Klemmköpfen mehr geben. Hier erwarten wir einen Lösungsvorschlag von der Branche. Diese Änderungen aus dem Stabilisierungsprogramm des Bundes sind per 1. Juli 2017 geplant. Und die neue EU-Seilbahnverordnung wird ab dem 21. April 2018 in Kraft treten.

## Bericht der Kontrollstelle IKSS

Ulrich Blessing, Leiter der Kontrollstelle IKSS, präsentierte diverse vorgefallene Mängel an Skiliften und wies die Betreiber von Skilifthanlagen auf ihre Verantwortung hin. Derzeit wird das bestehende Reglement über Bau und Betrieb der nicht eidgenössisch konzessionierten Seilbahnen, Skilifte und Schrägaufzüge revidiert. Es ist vorgesehen das Reglement von 70 auf rund 20 Seiten zu reduzieren. Stephan Schelbi, Leiter Infrastruktur Titlis Bahnen und Sicherheitsbeauftragter orientierte über die Aufgaben und Kompetenzen



In der Eishalle von Arosa präsentierten 50 Lieferanten ihre Produkte während der Tagung.



V.l.n.r. Fritz Jost, Vizedirektor SBS, Andreas Sturzenegger, OK-Präsident, und Philipp Holenstein, Direktor, Arosa Bergbahnen AG.

von Sicherheitsbeauftragten. Es ist seine Aufgabe, Risiken und Gefahren zu erkennen, Mängel rasch zu beheben sowie die Mitarbeiter für die Sicherheit zu sensibilisieren, denn dies wirke sich beruhigend auf die Verantwortlichen des Betriebes aus und erspart manchen Ärger und Kosten.

Bauingenieur Rafael Wyrsh vom Büro Casutt Wyrsh Zwicky AG in Chur informierte über das Bemessungsmodell für Einzelfundamente von Seilbahnmasten mit Erkenntnissen aus einem Großversuch und den theoretischen Untersuchungen der Hochschule für Technik Rapperswil (HSR). Dank diesem Feldversuch konnte bereits bei einem Neubau einer Umlaufbahn an den Stützenfundamenten mit Einwilligung des Aufsichtsbehörde, die Betonmenge verringert werden, ohne dass dabei die Sicherheit gefährdet gewesen wäre.

Vizedirektor Fritz Jost von Seilbahnen Schweiz (SBS) orientierte über die steuerliche Entlastung bei der Mineralölsteuer für Pistenfahrzeuge die seit dem 1. Oktober von diesem Jahr in Kraft ist. Die Schweizer Seilbahnbranche wird dadurch um mindestens 10 Millionen entlastet. Er erinnerte daran, dass bei Umbau- und Erneuerungsprojekten rechtzeitig beim BAV vorstellig zu werden, sich bezahlt mache, damit die richtigen Dokumente, wie Zustandsbeurteilung, Richtpläne, Nutzungsplan, Masterplan sowie die Risikoanalyse hinterlegt werden können, damit nicht unerwartete Verspätungen eintreffen.

Nebst den diversen Ausbildungsprogrammen informierte der Fachlehrer Michael Nydegger vom Ausbildungszentrum SBS in Meiringen über die Neuausstattung der Ausbildungsstätte. Gesucht werden folgende Komponenten: – Ein- und Ausfahrtsüberwachung, Klemmkraftmessgerät, Steuerung einer Umlauf-Pendelbahn, Skiliftanlage mit CEN kompatibler Steuerung, eine Seillageüberwachung (RPD), Kuppelstelle mit Förderanlage, Brems hydraulik mit Betriebs- und Sicherheitsbremse nach CEN ausgestattet, Spannhydraulik, fixe und kuppelbare Klemmen, Rollenbatte-

rien, Fangbremse von einer Pendelbahn, Sessel mit Haube sowie eine Gondelbahnkabine. Mit den Lieferanten sei man im Gespräch um die neuesten Komponenten der Seilbahnbranche für Ausbildungszwecke erhalten zu können.

### **Zuverlässige Instandhaltung zahlt sich aus**

Ueli Spinner, Verkaufsleiter Großkunden ABB in Baden, orientierte wie eine kompetente Installation von einem Antrieb sowie eine sorgsame Pflege ausgeführt werden sollte, damit die Lebensdauer entscheidend verlängert werden kann. Sollte ein Antrieb wider Erwarten aussteigen, kann bei der Niederlassung in Baden auf ein großes Ersatzteillager zurückgegriffen werden, damit Unterbrechungen effizient und rasch behoben werden können.

Markus Mandel, Applikation-Ingenieur bei Alfred Imhof AG in Münchenstein, berichtete wie man die Zuverlässigkeit des Seilbahnantriebs erhöhen kann. Mit diversen Zustandsbeurteilungen, wie mit einer Ölanalyse, mit einer Endoskopie (Blick in das Innere), mit einer Thermographie, mit einer Schall- und Schwingungsmessung, sowie mit einer Rot-Weiss-Prüfung, lässt sich der Zustand eines Antriebes sehr genau analysieren. Und dadurch lassen sich die Instandhaltungsmaßnahmen am besten planen, was eine maximale Verfügbarkeit der Anlage gewährleistet.

Daniel Walser von der Fiberswiss AG aus Sitterdorf orientierte über die Möglichkeiten der Glasfasertechnik und über ihre Anwendungen bei der Seilbahnbranche. Eine präzise Planung ist immer von größter Bedeutung damit ein optimaler Einsatz der Kommunikations- sowie Steuerungsanlagen zwischen den verschiedenen Komponenten ermöglicht werden kann.

### **Ein Unikat der besonderen Klasse**

Dr. Christian Laesser, Professor für Tourismus und Dienstleistungsmanagement an der Universität St. Gallen, orientierte über die Entwicklungen im Alpentourismus. Die neuen Tourismusströme aus Asien, Russland und den Golfstaaten die insbesondere gewissen Destinationen große Zuwächse im Sommer bescheren, kann die rückläufige Entwicklung im Winter nicht aufhalten. Die Wintersportorte müssen künftig auch die Gesamtpalette verkaufen und zusammen mit den Metropolen Europas Angebote kreieren und diese auch in ihrem eigenen Vertriebskanal integrieren um wieder Zuwächse generieren zu können.

Am Anschluss der Referate im Kongresszentrum bot sich die Gelegenheit die neue Verbindungsseilbahn von Steurer über das Urdenal, die seit Januar 2014 die beiden Skidestinationen Arosa und Lenzerheide verbindet, zu besichtigen. Die beiden Verbindungsseilbahnen für jeweils 150 Personen ausgerüstet, funktionieren systemunabhängig und verfügen über ein ausgeklügeltes Energiemanagement. Somit fand die spannende Tagung in Arosa ein würdiges Ende und wird allen Teilnehmern noch lange in guter Erinnerung bleiben.

**dab**

*...thinking in solutions*

DESIGN BY NATDESIGN.AT



***carvatech***

[www.carvatech.com](http://www.carvatech.com)