D 4945 F 37. Jahrgang Mai 2006

MOUNTAIN Manager

3/06

Special:
FOKUS CHINA

Der Everest Power® mit Trommelwinde.
Extrem stark und einsatzfreudig.

Mountain-Manager 39:
Markus Müller: Hohenbogenbahn

Interview:
Paul Zach: Young Mountain

LEITNERGROUP®

Prinoth®

1973
1974
1975

1976

1976 investiert YORK in die technische Beschneiung und entwickelt seine ersten Schneeerzeuger

---

2006 ermöglicht YORK Neige bei den XX. Olympischen Winterspielen die volle Leistung der Athleten auf den Pisten von Sestrière

1977
1978
1979
1980
1981
1982
1983
1984
1985
1986
1987
1991
1992
1993

YORK® Neige
A JOHNSON CONTROLS COMPANY

www.yorkneige.com

1976-2006

30 Jahre

qualitativ hochwertige Produkte und Serviceleistungen

ANS - YEARS - AÑOS - ANNI - JAHRE

30

INTERFAB
snow business

e-mail: snow@interfab.at
www.interfab.at

Wir sichern Ihre Beschneiung

© newzealand

Editorial

Chefredakteur
Dr. Markus Kalchgruber

Jade-Drache trifft Tiroler Adler

Das wirtschaftlich geöffnete China mit seinen 1,3 Milliarden Einwohnern und einem seit 5 Jahren ungebrochen anhaltenden Wirtschaftswachstum von 9,5 % /p. a. ist für viele Wirtschaftszweige Europas ein Hoffnungsmarkt. So ist es auch für die Tourismuswirtschaft generell und für den Wintersporttourismus speziell ein neuer Sonnenaufgang, der sich hier ankündigt. Denn parallel zum wirtschaftlichen Wachstum steigt auch die Reiselust der Chinesen. 2004 reisten bereits 29 Millionen Chinesen ins Ausland – laut Schätzungen der WTO sollen es bis 2020 dann rund 100 Millionen sein!

Österreich steigerte seine Nächtigungen chinesischer Gäste im Jahr 2005 auf 248 750, das entspricht einem Plus von 41 Prozent! Das ist natürlich gegenüber den Hauptherkunftsländern Deutschland und Niederlande nur ein statistischer Zwergfaktor – aber einer mit großem Wachstumspotenzial. Hingegen stagnieren die Nächtigungen der Deutschen und Niederländer seit vielen Jahren. Ja noch mehr, diese Märkte brechen teilweise weg. Sicherlich wird Deutschland weiterhin der wichtigste Markt für Österreich bleiben, die Alpenrepublik tut aber gut daran, die Abhängigkeiten zu reduzieren und sich auf eine breite Basis zustellen. Wie der internationale Vergleich zeigt, ist der rot-weiß-rote Tourismus hier schon relativ gut unterwegs. Nachbar Deutschland bringt es „nur" auf ca. 800 000 Nächtigungen/Jahr von Gästen aus dem Reich der Mitte – pro Kopf umgelegt müssten es 2,5 Millionen sein, um mit Österreich mithalten zu können.

Die Mentalität verstehen, ist Voraussetzung

Allerdings fällt einem das neue Potenzial nicht in den Schoß. Um diese Chance nutzen zu können, müssen sich alle Touristiker – und dazu zählen natürlich auch die Mountain Manager – mit den Gewohnheiten dieser Gäste vertraut machen und ihre Mentalität studieren. Dazu hat z. B. die Österreichische Hoteliervereinigung (ÖHV) in Kooperation mit dem BM für Wirtschaft, Austrian Airlines und der Fachhochschule Salzburg Anfang 2006 extra eine Broschüre „China meets Austria" herausgebracht. Darin werden der Hoffnungsmarkt China analysiert und praktische Tipps geliefert wie z. B. keine Zimmer im 4. Stock anzubieten (die Zahl 4 bringen Chinesen mit Unglück oder Tod in Verbindung), dafür aber in jedem Zimmer einen Wasserkocher aufzustellen, mit dem sie sich jederzeit ihren geliebten Tee zubereiten können...

Asiens Weisheit auf den Pisten

Auf der Bozener Doppelmesse Alpitec/Prowinter wurde zur Zukunft des „gelben Skitourismus" sogar eine Podiumsdiskussion ausgerufen. Die MM-Redaktion hat den Ball aufgenommen und in dieser Ausgabe einen der Themenschwerpunkte dem neuen „Fokus China" gewidmet (S. 6–14). Auf der Turracher Höhe in Kärnten steht bereits ein chinesisches Teehaus, das Hotel „Übergossene Alm" in Salzburg brachte diesen Winter das chinesische energetisierende Bewegungsritual QiGong erstmals als „SkiGong" auf die Piste! Und das Skigebiet Flachau zieht neuerdings die über dem Körper liegenden 7 Energiezentren – Chakren genannt – in das Skierlebnis ein und gab den Polsterungen der Aufstiegsanlagen die dazugehörigen Farben. EnerSki nennt sich das Angebot und ist wie SkiGong einerseits eine Würdigung asiatischer Weisheit und andererseits der Versuch, diese in unsere alpenländische Geisteshaltung zu integrieren. Mit solchen Initiativen bereiten wir uns – ob bewusst oder unbewusst – auf die Begegnung mit der asiatischen Kultur bei unseren künftigen Skigästen vor! Und das ist gut so, denn damit geben wir der Absicht Ausdruck, diese (für uns bislang exotischen) Menschen wirklich willkommen zu heißen. Außerdem erweitern wir dabei auch selbst unseren Horizont ein Stück, was uns zu vielfältigeren und wendigeren Gastgebern macht. Eben multi-kulturell, passend zur Qualität der nächsten Zeit.

IAT

IAT GmbH
Zweigniederlassung Kärnten · A-9344 Weitensfeld Nr. 130
Tel.: +43 (0) 4265/20031 · Fax.: 20033
Abdichtungen mit Kunststoff-Dichtungsbahnen im
Tunnel-, Flachdach-, Speicherteiche- und Deponiebau

IMPRESSUM

MOUNTAIN Manager

Internationale Zeitschrift
für Berg- und Wintersporttechnik
und bergtouristisches Management

Verlag:
EuBuCo Verlag SA, Neuchatel, CH

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

Herausgeber und Geschäftsführer:
Horst Ebel, Tel. +49(0)61 46/605-100

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

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

Anzeigenleitung Österreich:
Otto Roman Fosateder
Mobil +43(0)6 64/4 42 06 80
E-Mail: o.r.fosateder@aon.at

Verlagsbüro Österreich:
Scherenbrandtnerhof-Str. 6, A-5020 Salzburg,
Tel. +43(0)6 62/42 30 12
Fax +43(0)6 62/42 15 15

Redaktion Österreich:
Dr. Luise Weithaler,
Tel. +43(0)6 62/88 38 32
E-Mail: weithaleripr@aon.at

Redaktion Schweiz:
Roland Hofer
Tel. +41 (0) 31/9 34 44 11
Fax +41 (0) 31/9 34 44 14
E-Mail: roland.hofer@maropress.ch
Postfach 1257, Obere Zollgasse 69e,
CH-3072 Ostermundigen 1

Produktion & grafische Gestaltung:
Dagmar Wedel c/o EuBuCo Verlag GmbH,
E-Mail: d.wedel@eubuco.de
Tel. +49(0)61 46/605-163, ISDN: -232

MM-online: www.mountain-manager.com
Felix Viehhauser

Anzeigenpreise:
Preisliste Nr. 30 vom 1.1.2006

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

Bezugspreise
Einzelpreise 9,– €
inkl. Versandkosten und ges. MwSt.

Jahresabonnement
Deutschland: 64,– € inkl. Versandkosten und ges. MwSt. / Europa: 74,– € inkl. Versandkosten
Übersee: 74,– € + Versandkosten

37. Jahrgang, 2006
ISSN 1618-3622

Alle Rechte © EuBuCo SA, Neuchâtel

Editorial 3

MM MAGAZIN

FOKUS CHINA
- Meinung: Erwin Stricker: Herausforderung China 6
- Chinesisches Teehaus in den Alpen 9
- Warum China ein Hoffnungsmarkt ist 10
- Erfahrungen mit dem Reich der Mitte 12

SPIEL- & ERLEBNISWELTEN
- Sommerrodelbahn für Wildpark Assling 15
- Sunkid: Österreichs längster überdachter Zauberteppich 16
- Wie-Li: kuppelbarer Vierer/Sechser von Wiegand 18
- Erste Behinderten-Skischule Österreichs 19

NEUE BAHNEN
- Leitner: Erfolgreiche Marktpräsenz in Frankreich 20
- Doppelmayr: Zubringer für Speikboden 24
- Doppelmayr: Komfortschub durch Hochmaisbahn 25

MARKETING & MANAGEMENT
- Salzburger Seilbahntagung 23
- 39. MM-Interview: Markus Müller, Hohenbogenbahn 26
- Nachbericht: 17. TourismusForumAlpen 32
- Vorarlberger Seilbahntagung 34
- Young Mountain – ein Konzept der scouts event marketing gmbh 36

TECHNIK & WIRTSCHAFT

MESSE
- ALPITEC und Prowinter: Experiment gelungen 40
- Momentaufnahmen der Aussteller 42
- Snowpark Event Melchsee-Frutt 65

BESCHNEIUNG
- Tegelberg: Auferstehung dank Beschneiung 50
- ILF: Erweiterung der Schneeanlage Ahorn 53
- Freimoser: Flutlichtanlagen vom Profi 54
- TechnoAlpin am Hauser Kaibling 56
- Wasserqualität beeinflusst die Schneeproduktion 58
- FHP: reiche Erfahrung (nicht nur) im Schneeanlagenbau 60

PISTENPRÄPARIERUNG
- Pana: der kleine Gigant mit der Megaleistung 61
- Kässbohrer: Großes Interesse am PB 600 62
- Schmeiser: Service als Schlüssel zum Erfolg 64

FIRMEN NEWS
- Frey AG übernimmt Fernüberwachung von EAG 41
- Neuer Sprengmast von Wyssen 49
- Dateninterpretation leicht gemacht 67
- Salzmann verwendet PowerGIS 69
- NILS – ein echter Partner für die Seilbahnen 72
- Kärntner Saatbau: Neues von der Hochlagenbegrünung 74

TICKETING
- Kooperation SkiData und Legic 68
- SKIDATA: Freie Wahl beim Zugang 70

www.alpmedia.at
Ihr Partner für Werbung im Skigebiet
ALP Media@-International Mountain Advertising GmbH | tel +43-1-495 44 69-0 | office@alpmedia.at
ALP Media

„Fokus China“ lautet der diesmalige Magazin-Schwerpunkt mit 4 Beiträgen, angefangen von der Meinung mit Erwin Stricker über diese neue Herausforderung, prophezeite14 Millionen Skitouristen für die Alpen zu gewinnen, über eine Podiumsdiskussion zum „Hoffnungsmarkt“ bis zu den bisherigen Erfahrungen der europäischen Wintersportindustrie mit dem Reich der Mitte – und last but not least das Chinesische Teehaus auf der Turracher Höhe!

Um China geht’s von Seite **6–14**

Das 39. MM-Interview mit Markus Müller, GF der Hohenbogenbahn im Bayrischen Wald, zeigt, dass sich auch kleinere Bergbahnen erfolgreich behaupten können und große regionale Bedeutung haben. Müller hat u. a. die Umkehr von der Sommerbahn zur Winterbahn bewerkstelligt.

Lesen Sie Seite **26–29**

INSERENTENLISTE

AGB	58	Klenkhart	5
Alp Media	4	Leitner AG	30/31
Borer	63	Lenko	29
Brandner Andreas	51	Multi Skiliftbau	71
Compac	76	Nivis GmbH	43
Congress & Messe Innsbruck	13	Pfeifer Seil- und Hebetechnik	27
CWA	17	Pool Alpin	7
Elektro Berchtold	57	Prinoth	1
Fatzer AG	39	Rottensteiner	47
Foidl, Hegland & Partner AG	45	SISAG	41
Freimoser, Wolfgang	59	Suche/Biete	71
Gaugelhofer & Ganyecz	23	SUFAG	35
GIFAS Electric GmbH	55	SunKid	28
HDP Gemini	12	TechnoAlpin	75
HELOG-HELISWISS AG	8	Von Rotz	74
IAT	3	Wintersteiger AG	37
Kaeser	52	York Neige Interfab	2

Paul Zach von der scouts event marketing gmbh aus Graz stellte in einem Interview das Konzept „Young Mountain – wie gewinnt man heute die Gäste von morgen?“ vor. Ein Magnet dafür sind professionelle Snowparks, weil sie ein Lifestyle-Zentrum bilden.

Lesen Sie das Interview von Seite **37–39**

Hinweis:
Sie finden unter
www.mountain-manager.com
unsere neue Homepage.

Beschneiung mit Blick auf das „Märchenschloss“ Neuschwanstein! Die Tegelbergbahn im Allgäu machte es 05/06 mit einer gemischten SUFAG-Anlage möglich – und hat sich damit auch ihre Zukunft gesichert: Nach 15 Jahren kann im Dezember wieder Skibetrieb angeboten werden!

Bericht auf den Seiten **50–52**

Arta Graphica
www.klenkhart.at
Tel: +43/(0)512/264880
office@klenkhart.at
...die Skipistenplaner
KLENKHART &Partner Consulting

Meinung

Erwin Stricker

Herausforderung China – 14 Mio. Skitouristen bis 2010

Erwin Stricker, Ex-Skirennläufer und Gründer von Rent a Sport, engagiert sich seit längerer Zeit in China.
Foto: mak

Im Vorfeld der ALPITEC, das ein Symposium zum Thema „Herausforderung China" organisierte, wurde dessen Initiator Erwin Stricker, der ehemalige Top-Skirennläufer Italiens und Gründer der Rent-a-Sport-Organisation mit nunmehr über 500 nationalen und internationalen Vermiet- und Servicepartnern im Winter- und Radsportbereich zum Interview gebeten. Stricker ist seit Jahren in China aktiv und engagiert sich mit Südtiroler Partnern (z. B. Leitner und Plose AG) beim Aufbau von Skigebieten, unterstützt den chinesischen Skiverband in der Skilehrer- und Skifahrerausbildung und organisiert zahlreiche Events rund um den Skisport. Wie stehen nun die Chancen für die alpine Wintersportindustrie bzw. – Dienstleister, am stark expandierenden chinesischen Markt zu reüssieren? Thorsten Block fragte für den MOUNTAIN MANAGER nach.

MM-FRAGE: *„Herr Stricker, wo liegen die Voraussetzungen für die vielversprechenden Perspektiven eines chinesischen Berg- und Wintertourismus?"*

Stricker:
„Zuallererst natürlich in der Größe des Landes und seinen vielfältigen Möglichkeiten für den Wintersport, die sich über ganz China von Südwesten bis Nordosten erstrecken. In den großen Ballungszentren boomt der Indoor-Ski, dort baut man mittlerweile die siebte Skihalle – richtige ‚Skifahrerfabriken' mit 24 Stunden Betrieb – das ist absolut beachtlich. Der chinesische Skiverband plant innerhalb der nächsten fünf Jahre ein Prozent der Chinesen zum Wintersport zu bringen. Insgesamt also 14 Millionen Menschen – und das sind so viele, wie wir momentan auf allen Pisten in Europa haben."

MM-FRAGE: *„Kann man schon von einem breiten Ski-Boom sprechen oder überwiegen doch noch eher punktuelle Entwicklungen? Gibt es Parallelen zu den Ski- und bergtouristischen Anfängen etwa in Nordamerika oder Japan?"*

Stricker:
„Die chinesische Entwicklung ist recht einzigartig, das derzeitige Angebot unterscheidet sich grundlegend von den Ausgangsvoraussetzungen des Skitourismus in Amerika oder Japan. Amerika hat seine Skiresort-Kultur vor allem für reiche Leute auf der Basis von Ferieneigentum entwickelt und auch in Japan konnte die Ski- und Tourismus-Industrie auf ein ganz anderes Konsumenten-Verhalten aufbauen. Noch heute ist Japan mit gerade 10 Prozent Mietanteil der schlechteste Rentalmarkt weltweit – in China besitzt kaum jemand Skier oder Snowboards, der Mietanteil liegt hier bei 90 Prozent! Überhaupt sind Chinas Skigebiete meist ‚Snowparks', das heißt, sie bezahlen einen Eintritt wie bei Disneyland, können am Simulator skifahren, vom Restaurant aus nur zuschauen, in einem Gummireifen die Piste runterrutschen oder tatsächlich Ski mieten – das ist alles im Eintrittspreis inbegriffen. Es gibt nur zwei ‚freie Skigebiete' in China, das ist zum einen Wanlong im Chongli Country an der Grenze der Inneren Mongolei und zum anderen Yabuli in Nordchina in der Nähe von Harbin.
Die Aufbruchstimmung in China ist unwahrscheinlich groß. Allerdings schafft ein gewisses Chaos ebenso enorme Probleme. Noch ist alles schlecht organisiert, vor allem das Material ist in miserablem Zustand. Lange Zeit war China gewissermaßen eine ‚Müllhalde' des japanischen Marktes, der ja bekanntlich große Krisen durchgemacht hat. In diesem Sinne braucht die chinesische Wintersportwirtschaft unser Know-how und unsere Unterstützung."

MM-FRAGE: *„China ist weit weg. Bis auf wenige große Hersteller, die mit einer eigenen Organisation den Markt bearbeiten können, gestaltet sich für kleinere Unternehmen ein Engagement meist schwierig und risikoreich. Welche Möglichkeiten bieten sich an?"*

Stricker:
„Man muss sich klar darüber sein, dass alles was wir den Chinesen voraus haben, unser Know-how ist – das ist unser Kapital. Geben wir es ungeschützt heraus, kann es passieren, dass es gnadenlos und brutal kopiert wird. Um dies zu umgehen, müssen wir die Chinesen an uns binden, wir müssen selber unsere Hausaufgaben vor Ort machen, eigenes Kapital ins Land bringen.

Meinung

Diese Möglichkeit besteht auch für kleine und mittlere Unternehmen, wenn sie sich in Gruppierungen zusammenschließen. So engagiert sich gerade eine Gruppe Südtiroler Unternehmen im Bau eines Skigebietes in der inneren Mongolei, und ich bin mir sicher, dass dieses ambitionierte Projekt zu einem Modell des künftigen Skilaufs in China werden kann.
Eine weitere Möglichkeit sind sogenannte Jumelage-Programme, das heißt, ein Hersteller oder Dienstleister, ja selbst ein kleines Skigebiet entwickelt vor Ort einen Beratungsvertrag mit einem chinesischen Unternehmen. Auf Basis internationaler Verträge und in Zusammenarbeit mit den richtigen Beratern kann man auch dadurch die verschiedenen Sektoren langfristig an sein eigenes Unternehmen binden."

MM-FRAGE: *„Neben dem reinen Ausrüstungssektor – Skiindustrie, Aufstiegs- und Beschneiungsanlagen – gibt es andere Teilbranchen, die sich am Aufbau der notwendigen Infrastrukturen beteiligen können?"*
Stricker:
„Der Dienstleistungsbereich ist der größte Markt für uns. Hier muss dringend System hinein. Für uns wäre es kaum vorstellbar, in einem riesigen Ameisenhaufen mit stundenlangen Wartezeiten überhaupt in den Schnee zu gehen. Und dann die Sicherheit: ohne Helme, ohne Netze und mit lebensgefährlichen Liftkonstruktionen im Eigenbau. Wir schütteln darüber den Kopf, aber wir vergeben uns auch ein riesiges Potenzial. Von der einen Million Menschen, die sich dieses Jahr zum ersten Mal in chinesische Skigebiete begeben, bleiben gerade einmal 10 bis 20 Prozent beim Wintersport.
Ein wichtiger Punkt ist die Skilehrerausbildung. Die existiert momentan praktisch nicht. Zwar drängen momentan alle Skidestinationen auf den chinesischen Markt und wollen dort ihr eigenes System umsetzen, aber das wollen die Chinesen gar nicht. Sie brauchen ihr eigenes Skischulsystem. Daran arbeitet gerade der chinesische Skiverband, der auch die Lizenzen vergibt, in Kooperation mit einer internationalen Kommission unter der Leitung von Hubert Fink, dem früheren Präsidenten des internationalen Skilehrer-Verbandes. Das wird dem chinesischen Skilauf und dem gesamten Wintersport die richtige Richtung geben. Schon jetzt haben die Chinesen ja Olympiamedaillen im Skisport gewonnen – und das alleine kennzeichnet ihre Dynamik, mit der sie die vergangenen neunzig Jahre aufholen. Noch 1994 gab es kein einziges Skigebiet in China, seitdem haben sich 205 Skigebiete entwickelt. Wenn man sie denn so nennen darf, denn das reicht tatsächlich von einer uralten Aufstiegsanlage mit einem einzigen Skilift bis zu modernen Snowparks."

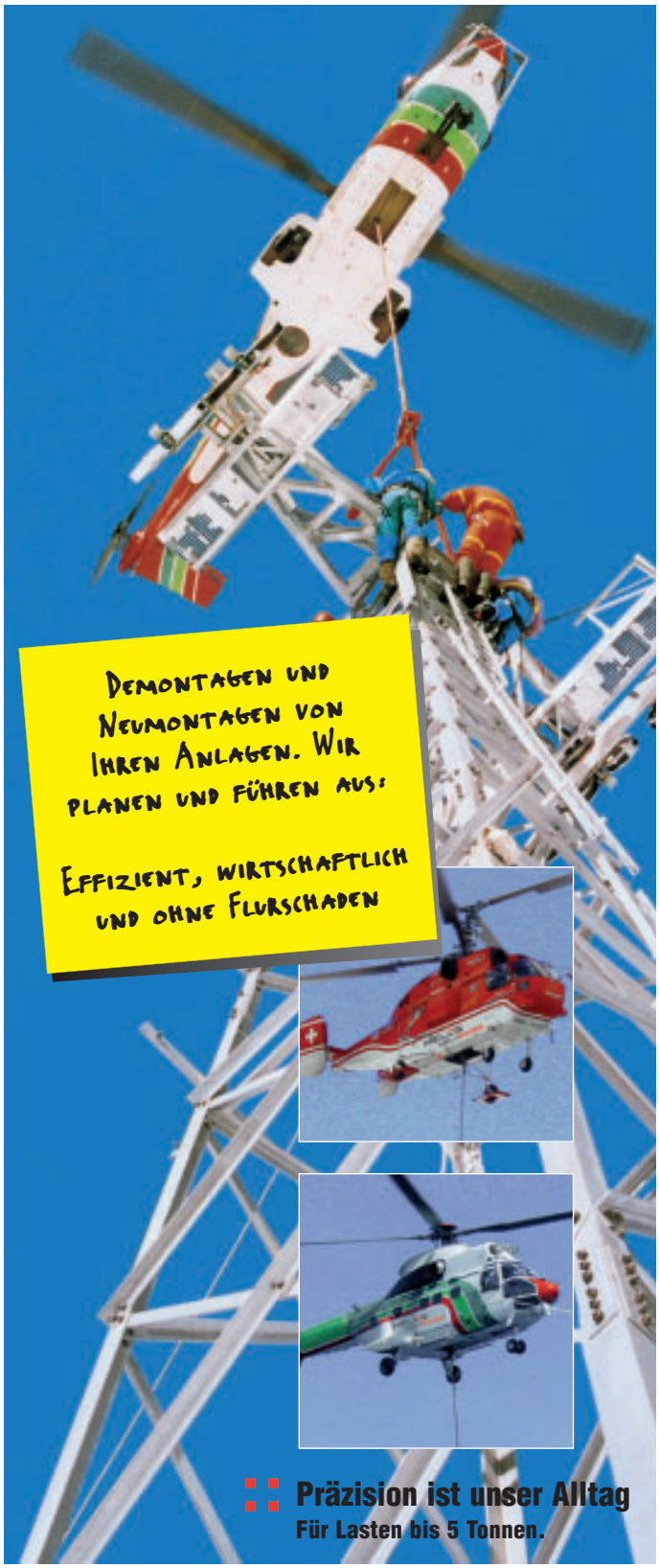
MM-FRAGE: *„Gibt es Möglichkeiten für den touristischen Know-how-Transfer?"*
Stricker:
„Noch ist der Tourismus nicht ausgelegt wie bei uns. Als reiner Wochenend-Tourismus gibt es keine Gastronomie in den Skiorten und keine Hotelbetten. Bei uns in Europa wäre solches Business nicht vorstellbar, weil es sich bei den enormen Investitionen nicht rechnen würde. China braucht jetzt auch den Wochentourismus, um den Qualitätssprung in Material und Beratung zu schaffen. Das entsprechende Know-how fehlt fast ganz, niemand weiß, dass man einen Ski oder ein Snowboard präparieren muss – und es gibt meines Wissens zur Zeit in China nur eine einzige Maschine, um Ski zu schleifen."

Ein Skigebiet in der Nähe von Shanghai. 80 % der Chinesen sind Anfänger.
Foto:Reichmann

MM-FRAGE: *„Blicken wir in die Zukunft: kann das Engagement der europäischen Berg- und Winterindustrie dazu führen, dass langfristig auch europäische Destinationen vom chinesischen Skiboom profitieren?"*
Stricker:
„Tien Younian, der Generalsekretär des chinesischen Skiverbandes, sprach von einem Prozent der Chinesen auf Skiern innerhalb der nächsten fünf bis zehn Jahre. Auch wenn er sich um die Hälfte täuscht, dann sind das immerhin 7,5 Millionen – das hat momentan kein Land auf der Welt. Diesem Potenzial sollten wir mit Respekt und Aufmerk-

www.pool-alpin.com
Zeit, Geld, Wissen und Transparenz für die Seilbahnbetreiber
Zeit, Marktanteile, direkter Kundenzugang für die Lieferanten
POOL-Alpin

a compass holding company
swisshelicoptergroup
HELOG
HELISWISS



HELOG-HELISWISS AG
Haltikon 32, 6403 Küssnacht am Rigi, Switzerland
Phone +41 41 854 32 23, info@helog-heliswiss.com

Betriebsstätte Hammerau-Ainring D
Phone +49 08 654 77 99 10

Meinung

samkeit gegenüberstehen. Das gilt für unser Engagement in China, indem wir nicht einfach nur versuchen, kurzfristige Deals zu machen, um da unseren Schrott los zu werden, sondern wirklich langfristige Partnerschaften eingehen und planen. Und das sehe ich auch für unseren heimischen Tourismus, da die Chinesen und womöglich kurz danach Indien die Schlüsselposition im organischen Wachstum des Weltwintersports einnehmen werden."

MM-FRAGE: *„Werden chinesische Ferntouristen zu einem ernst zu nehmenden Faktor für unseren heimischen Fremdenverkehr?"*

Stricker:

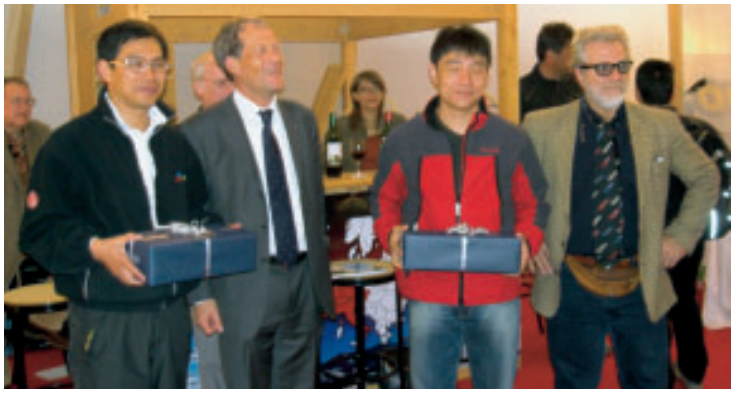
„Davon gehe ich aus. Wir haben heute schon viele chinesische Tour-Operator, die nach Europa drängen. Wir haben in Italien einen China-Boom im Kultur-Tourismus – und die Gäste werden, wenn sie erst einmal skifahren können oder wenn ein kleiner Prozentsatz von ihnen skifährt, auch in unsere Gebiete kommen. Es gibt jetzt schon Tour-Operator, die Skiprodukte gesucht haben an der Mailänder Tourismus-Börse BIT, und wir haben bereits Pakete angeboten. Dabei ist dieser Tourismus kein Wochentourismus wie wir ihn kennen. Die Chinesen wollen zwei, drei Tage skifahren, zwei, drei Tage Shopping, sie besuchen Venedig und Rom – eigentlich ja typisch asiatische Verhaltensmuster. Jedenfalls werden die ‚Weißen Wochen', wie wir sie besonders mit unseren deutschen Nachbarn kennen, in China kurzfristig kein Erfolg sein."

MM-FRAGE: *„Das heißt – Skifahren in den Dolomiten wird nur ein Teil der Italien-Reise sein?"*

Stricker:

„Momentan sehen wir in der allgemeinen Tendenz einen starken Gästerückgang über die Wochentage – dagegen boomt unser Wochenendtourismus. Immer mehr der europäischen Gäste buchen vornehmlich nur Samstag/Sonntag oder lange Wochenenden und wir haben dann leere Betten am Anfang der Woche, speziell in den kleineren Skigebieten. Vielleicht gelingt es uns ja, diese schwachen Tage mit Ferntouristen auszugleichen. Städtetourismus läuft am Wochenende oder an anderen Tagen – mit den angesprochenen Fernreise-Paketen könnten wir die Frequenz auf den Pisten und eine bessere Belegung der Betten gewährleisten."

MM: *„Vielen Dank für dieses Gespräch!"*



Erwin Stricker und der Präsident der Bozener Messe, Dr. Gernot Rössler (2 v. l.) übberreichten Repräsentanten chinesischer Skigebiete auf der Pro Winter Geschenke.

Chinesisches Teehaus in den Alpen

Das Hotel Hochschober ist bekannt für sein außergewöhnliches Angebot um Wasser, Wärme und Wohlgefühl. Seit kurzem bietet man den Gästen nun auch noch ein Eintauchen in chinesische Kultur und Medizin.

Direkt am Turracher See auf 1 800 m Seehöhe, angeschlossen an das Hotel Hochschober, findet man seit Mitte 2005 ein besonderes Bauwerk. Hier haben die Familien Leeb und Klein den so genannten Chinaturm in Pagodenbauweise realisiert. Das 4-stöckige Gebäude darf für sich in Anspruch nehmen, über echt chinesische Elemente zu verfügen und damit authentisch zu sein. Immerhin waren in Planung und Realisierung chinesische Experten eingebunden.

Als Planer hat man sich etwa Professor Zhang, den obersten Denkmalschützer der Provinz Henan zur Seite geholt, chinesische Handwerker wurden für Schnitzarbeiten und die Dachgestaltung aus China eingeflogen. Dazu wurden Keramik-Dachziegel verwendet, die auch im Rahmen der Renovierungsarbeiten für den ehemaligen Kaiserpalast der Verbotenen Stadt Anwendung fanden.

Dieser Rahmen bildet nun die Grundlage für ein umfassendes fernöstliches Wohlfühlprogramm, das die Gäste des Hochschober Hotels kostenlos nutzen können.

Meditation, Medizin und Teekultur

Das Teehaus wurde im 4. Stock untergebracht und wird den ganzen Tag als kommunikativer Treffpunkt genutzt. Am Morgen wird zum Teefrühstück geladen, vormittags und mittags steht individueller Teehaus-Genuss im Mittelpunkt. Am späten Nachmittag kann der Gast nach vorheriger Anmeldung an der traditionellen Teezeremonie teilnehmen. Verantwortlich für die Hochschober Teeauswahl, für die konzeptionelle Hilfestellung und für die Schulung der Mitarbeiter ist die chinesisch-österreichische Tee-Expertin Hue Van Ngo-Layman, die auch Inhaberin des Teehauses „Artee“ in Wien ist.

In der Etage unter dem Teehaus wurde ein typisch fernöstlicher Meditationsraum realisiert, in dem ein entsprechendes Meditationsprogramm angeboten wird. Ein weiteres Stockwerk des Chinaturms ist schließlich noch der Traditionellen Chinesischen Medizin (TCM) gewidmet. Hier stellt ein chinesischer Arzt jedem Gast auf Wunsch ein maßgeschneidertes Behandlungsprogramm zusammen, das u. a. eine Tuina Massage, Akupunktur, Moxibution, Schröpfen und Gua-Sha-Fa zum Inhalt haben kann.

Das unterste Stockwerk des Chinaturms wird für unterschiedliche Aktivitäten und Angebote zur körperlichen und geistigen Betätigung genutzt. **dwl**

Die traditionelle chinesische Teezeremonie verhilft zum Eintauchen in die uralte Tradition des Teegenusses.

Blick auf den Chinaturm auf der Turracher Höhe. **Fotos: www.hochschober.at**

Warum China ein Hoffnungsmarkt ist

Das Podium der China-Diskussion: (v. l. n. r.): Erwin Stricker, Renzo Morresi (Rechtsexperte chin. Recht), Patrick Yue (Yabuli Ski-Resort), Qiaobo Ye (Indoor-Halle Peking), Dr. Michael Seeber (GF Leitner), Alessandro Marzola (Präsident Plose AG), Martin Bayer (Präsident Ttiss).

Im Rahmen der ANEF-Generalversammlung während der ALPITEC in Bozen wurde eine Podiumsmdiskussion zum Thema „China – die Herausforderung" veranstaltet. Als Redner traten u. a. Patrick Yue, Manager des derzeit einzigen „echten" chinesischen Skigebiets Yabuli Ski Center, Qiaobo Ye, Manager der Indoor-Skihalle in Peking und Olympiasiegerin im Ice Skating, sowie Dr. Michael Seeber, GF der Leitner Group, Alessandro Marzola, Präsident der Plose AG und Vizepräsident der ANEF und Martin Bayer, Präsident der Firma Ttiss bzw. chinesischer Handelsexperte, auf. In Summe erzeugten die Statements beim Zuhörer die Devise vom „Kontrollierten Enthusiasmus": einerseits werden 14 Mio. Skifahrer in 5 Jahren prognostiziert, andererseits sind die Ausgangsvoraussetzungen für ein Engagement nach wie vor anspruchsvoll. Wie es gehen könnte, zeigt Leitner mit einem Muster-Skigebiet 230 km von Peking entfernt.

Qiaobo Ye (mit Dolmetscher), Olympiasiegerin im Ice Skating und Managerin der Indoor-Skihalle in Peking, brachte dem Publikum den wachsenden chinesischen Wintersportmarkt näher.

Die chinesischen Referenten Qiabo Ye und Patrick Yue waren sich einig: China ist ein neu aufstrebender Skimarkt mit großem Zukunftspotenzial – natürlich auch für Investoren aus den Alpenländern. „Es wäre gut, wenn die Chinesen nach Italien Skifahren kämen. Das würde die Handelsbeziehungen fördern. China könnte für die italienische Wintersportindustrie ein wichtiger Absatzmarkt werden", so die Olympiasiegerin Ye. Immerhin registrierte man im Jahr 2005 ja bereits 37 Mio. chinesische Touristen weltweit. Und auch der Skitourismus werde sich in den nächsten Jahren entwickeln. Derzeit gebe es zwar „erst" 4 Millionen Skifahrer in China, aber bis 2010 soll 1 % der Chinesen diesem Sport frönen (14 Millionen) und laut Schätzung der Welthandelsorganisation WTO könnten es bis 2020 schon 27 Mio. Skifahrer und 70 Mio. Ski Visits pro Jahr sein! Davon können die chinesischen Skigebiete aber nur 5 Millionen Skisportler aufnehmen, sagte Patrick Yue. Er ist Manager des ersten öffentlichen Skigebietes Yabuli, das erst 1996 eröffnet wurde und bis 199 auch das einzige war. Nun sind es ca. 200, wobei nur etwa 50 – 60 Gebiete annähernd unserem Standard entsprechen. Die meisten sind wie Vergnügungsparks organisiert, man bezahlt einmal Einritt für einen halben Tag oder zwei Stunden und kann dann so oft die Anlagen benutzen, wie man will. Nur das private Yabuli Ski Center ist

auch in der Lage, internationale Skirennen auszutragen – und strebt dies bis 2012 auch tatsächlich an! 2006 wird für Yabuli ein weiterer Meilenstein sein: kuppelbare Gondeln und ein integriertes Beschneiungssystem sollen realisiert werden.

80 % der Skifahrer sind Anfänger

Weiters verfügt China bereits über 3 Indoor-Skihallen – in Peking, Shanghai und Shenzhen. Die jüngste in Peking wurde im letzten August eröffnet und soll noch ein 400-Betten-Hotel dazubekommen. Allerdings sind 80 % der Besucher Anfänger. Sie rutschen mehr herunter als sie fahren! Bei diesem Punkt hakte Alessandro Marzola (Plose AG) ein: „China kann eine gewaltige Chance für uns sein! Aber man muss den Leuten das Skifahren beibringen und das Erlebnis der Berge nahebringen. Das sollte Italien zugute kommen." Noch fehlen aber die Skischulen, wie auch Martin Bayer, GF Ttiss, feststellte. Es versuchen zwar die Österreicher und andere bereits ihr Ausbildungssystem ins Reich der Mitte zu bringen, aber die Chinesen möchten eines, das auf ihre Mentalität zugeschnitten ist.

Privatisierung löste neues Konsumverhalten aus

Wie auch immer, in China wird seit einigen Jahren privatisiert – und gleichzeitig gibt es von der Regierung Unterstützung. Außerdem habe China seit Jahren ein konstant hohes Wirtschaftswachstum, ein großes Kapitalvermögen und ein dynamisches Konsumverhalten, so Yue. Es stellen sich neue Konsumtrends ein: Immobilien, Autos, Luxusgüter und auch spirituelle Güter wie Kultur, Freizeit, Sport. Und aktuell eben auch Skisport, der in China selbst ein vieldiskutiertes Thema ist. „Man liebt es, über Ski zu sprechen". Und so erfasst das Phänomen immer breitere Bevölkerungsgruppen. Es ist ein Symbol des neuen Stils, das Leben zu genießen. Das alles macht den chinesischen Markt für Investoren interessant. Allerdings unterstrich auch Yue die Notwendigkeit eines Engagements vor Ort, was jedoch durch die positive Einstellung der chinesischen Politik gegenüber (ski-)touristischen Initiativen zukünftig deutlich erleichtert werde. Die Firmen bräuchten jedenfalls viel Geduld, würden dafür aber später belohnt. Eines der Beispiele dafür sei SkiData, bemerkte Yue. Er schloss sich der Prognose an, dass zwischen 2012 und 2022 für die Chinesen auch Skifahren im Ausland sehr interessant werde und ab 2022 dann die Chinesen ihrerseits im Ausland investieren würden!

Das Yabuli Ski-Resort.

Partnerschaften vor Ort Voraussetzung

Bei Interesse an einem Engagement rieten alle Referenten einhellig zu langfristig angelegten partnerschaftlichen Initiativen vor Ort. Die Firma Leitner hat in China schon Anlagen gebaut – aktuell entsteht in Hongkong z. B. wieder eine Zweiseilumlaufbahn – und aus diesem Grund auch gute Kontakte. Als konkretes Beispiel berichtete Michael Seeber, Vorsitzender der Leitner-Gruppe, vom Projekt eines „Muster-Skigebiets", das Leitner in Zusammenarbeit mit Südtiroler Partnern und Investoren rund 230 Kilometer von Peking im Bezirk Chongli entfernt plant. Hier sollen insgesamt sechs kuppelbare Aufstiegsanlagen, Beschneiungsanlagen, neue Pisten sowie eine Hotelkapazität von etwa 4 000 Hotelbetten realisiert werden. Als Anbindung soll in den nächsten Jahren eine Autobahn gebaut werden. Im Endausbau (nach 3 Phasen) soll das Skiresort mit einem Einzugsgebiet von insgesamt 375 Millionen Einwohnern das europäische Know-how sowohl in punkto Ausrüstungen als auch bezüglich skitouristischen Rahmenbedingungen und vor allem Sicherheit widerspiegeln. Leitner wird sein Know-how aber nicht nur am Wintersektor einbringen, sondern auch bei der Energieversorgung mit Windkraftanlagen. Grundsätzlich soll mit diesem Projekt die Beziehung zwischen Südtirol und China gefördert werden, sodass es auch eine Zusammenarbeit in anderen Gebieten, wie z. B. dem Weinbau, geben wird.

Marzola, einer der Partner beim o. a. Musterprojekt, erzählte von seinem Lokalaugenschein beim künftigen Skigebiet: „Das sind natürlich keine Dolomiten. Aber der politische Wille und eine große Aufbruchsstimmung sind vorhanden. Dabei wird der Tourismus künftig sicher eine zentrale Rolle spielen. Es gibt auch einige Gebirge in China mit tollen Möglichkeiten."

„Tja, wenn Marzola daran glaubt, muss wohl etwas dran sein!", impfte Moderator Erwin Stricker dem Publikum abschließend Vertrauen in den Hoffnungsmarkt China ein.

mak

Dr. Alessandro Marzola (GF Plose AG) und Dr. Michael Seeber (GF Leitner AG) bei ihrem letzten China-Besuch.
Foto: Leitner

Erfahrungen mit dem „Reich der Mitte“

Der chinesische Markt rückt für Europa immer stärker ins Blickfeld. Spätestens seit den immensen Stahleinkäufen, mit denen China den Weltmarkt ordentlich aufgemischt hat, und der Erkenntnis, dass die chinesische Wirtschaft jährlich rund 10 % wächst, ist den westeuropäischen Staaten sehr bewusst, dass sich hier eine neue Wirtschaftsweltmacht selbstbewusst positioniert.

Michael Seeber (l.) und Alessandro Marzola im Gespräch mit der Vizebürgermeisterin von Zhangjiakou, einer Stadt mit 5 Mio. Einwohnern. **Foto: Leitner**

Der Wintertourismus ist schon seit einigen Jahren auf der Suche nach neuen Gästen und dabei auf das enorme Menschenpotenzial Chinas aufmerksam geworden. In Vorträgen und Referaten zum Thema „Wintertourist der Zukunft“ ist deshalb immer wieder vom „Hoffnungsmarkt China“ die Rede. Bei 1,3 Mrd. Einwohnern würde schon 1 % an Skifahrern enorme Impulse auslösen.

Die Anfänge in China sind gemacht, und auch die Winterindustrie hat schon ihre Fühler ins „Reich der Mitte“ ausgestreckt. Wenn auch nicht alle Erfahrungen nur positiver Natur sind und die Wege eines Know-how-Transfers gelegentlich überraschend direkt verlaufen, so können doch schon einige Unternehmen Erfolge für sich verbuchen.

Leitner baut Musterskigebiet

Die Leitner Gruppe ist bereits in China aktiv und baut derzeit eine automatisch kuppelbare Zweiseilumlaufbahn in Hongkong, die als größter Einzelauftrag des Unternehmens gilt und im Juni in Betrieb gehen soll. Die Bedeutung dieser Anlage, die den Außenbezirk Tung Chung in der Nähe des Flughafens mit dem Tourismuszentrum Ngong

Ping verbindet, wird außerdem durch ihre Definition als „urbanes Transportsystem“ unterstrichen. Gerade in diesem Bereich sieht man bei Leitner künftig gute Wachstumschancen bzw. Einsatzbereiche für seilgezogene Fördersysteme.
Als jüngstes Projekt wurde zur Alpitec in Bozen der Bau eines Musterskigebietes nach Südtiroler Vorbild im Norden Chinas vorgestellt, der gemeinsam mit Partnerunternehmen bewerkstelligt werden wird. Zur Vertragsunterzeichnung war Michael Seeber, Aufsichtsratspräsident Leitner, erst Mitte März gemeinsam mit Alessandro Marzola, Direktor der Plose AG und Vizepräsident ANEF Trentino-Südtirol, nach China gereist.
Seeber sieht für Leitner grundsätzlich gute Chancen im „Reich der Mitte“, wobei vor allem partnerschaftliches Handeln gefragt sei: „Meiner Ansicht nach muss man in einem Land wie China, das man als Handelspartner gewinnen will und in dem man verkaufen möchte, auch selbst produzieren, damit die Bewohner eine eigene Kaufkraft aufbauen und dann auch bei uns einkaufen können. Es ist nämlich falsch in einem Land dieser Größe und mit derartigen zukünftigen Marktaussichten nur verkaufen zu wollen, ohne dort einzukaufen und dadurch Arbeitsplätze zu schaffen.“
Wichtig für die Entscheidung der Chinesen, Südtiroler Know-how einzusetzen, war nicht zuletzt der Besuch einer chinesischen Delegation Anfang Januar 2006. Dabei stand neben Gesprächen in der Leitner-Zentrale in Sterzing auch die Besichtigung des Dolomiti Superski-Gebietes am Programm. Zudem öffnete ein Treffen mit dem Südtiroler Landeshauptmann Luis Durnwalder weitere interessante wirtschaftliche Perspektiven.
Das Ski Resort von Saibei, das sich am Vorbild Dolomiti Superski orientiert und höchsten Standard verspricht, wird 270 km nördlich von Peking im Bezirk Chongli entstehen. Geplant sind dafür 15 Skipisten und 6 Aufstiegsanlagen. Dazu sollen im derzeit unbewohnten Tal Beschneiungsanlagen, Hotels, Restaurants und die nötige Infrastruktur wie Abwasserbehandlung, Müllentsorgung oder Energieversorgung aufgebaut werden.
Realisiert wird das Projekt in 3 Phasen, wobei noch 2006 der erste Abschnitt der Arbeiten beendet werden soll. Er umfasst die notwendigen Infrastrukturarbeiten und die ersten Skipisten.
Diesem ersten Abschnitt werden sukzessive die nächsten Baulose folgen, wobei für den Ablauf der Arbeiten die Zusammenarbeit mit den chinesischen Behörden ausschlaggebend sein wird.

Die automatisch kuppelbare Zweiseilumlaufbahn von Leitner wird im Juni in Betrieb gehen.
Grafik: Leitner

Perfekter Start für Reichmann-Skiservice

Der deutsche Ski- und Snowboard-Servicemaschinen-Hersteller Reichmann & Sohn hat vor einem Jahr erste Kontakte mit China aufgenommen. Seither war man zweimal auf der ISPO China vertreten und hat erfolgreich an der ersten Asia Pacific Snow Conference (APSC) in Shanghai teilgenommen. Wichtig bei den Erstkontakten seien dabei vor allem vertrauensbildende Maßnahmen, intensive Gespräche und die Möglichkeit gewesen, entsprechende Kompetenz und Know-how vor Ort aufzubauen, so Stefan Reichmann.
Die Bearbeitung des chinesischen Marktes erfolgt mittlerweile in enger Kooperation mit einer chinesischen Partnerfirma in direkter Nähe zu den Skigebieten. Dazu wurden Mitarbeiter des chinesischen Unternehmens in Deutschland mit dem Thema Ski- und Boardservice sowie den entsprechenden Maschinen vertraut gemacht. Auf dieser Basis hat man dann verschiedene Marketing- und Kommunikations-Aktivitäten wie Events, Mailings oder

Stefan Reichmann, Direktor Marketing & Sales, und Verkaufsleiter Dipl.-Ing. Dieter Miller beim Testen der Skihalle in Beijing. ***Foto: Reichmann & Sohn***

Medienarbeit entwickelt und durchgeführt. Mittel- und langfristig, so zeigt man sich bei Reichmann überzeugt, wird der chinesische Markt allein aufgrund des großen Potenzials des Skimarktes große Bedeutung bekommen. Gleichzeitig sei mit diesem Potenzial ein großer Respekt für das Land verbunden, da es für Reichmann & Sohn eine außerordentlich große Herausforderung darstelle, hier aktiv zu werden. Aus diesem Grund sei man auch bestrebt, so früh wie möglich die Gesetze des chinesischen Marktes zu erkennen und daraus realistische Ziele formulieren zu können.

Nachdem man erst vor kurzem den 1. Chinesischen Ski- und Board-Workshop in Beijing und Nanshan Ski Resort abgehalten hat, laufen bei Reichmann nun die Vorbereitungen für die „Sport Show Winter"-Messe, die Ende Oktober 2006 über die Bühne gehen wird. Die Zeit bis zum Oktober wird man außerdem für eine Vertiefung der bestehenden Kontakte und weitere Aufbauarbeit nützen.

Mobiles Ticketingsystem von SkiData am Eingang zur Messe Peking. ***Foto: SkiData***

SKIDATA-Erfolge in China

Der Salzburger Spezialist für Zutrittssysteme ist seit den 90er-Jahren im Bereich „Car Access", also Lösungen für Parkhaus-Zugang und –Bewirtschaftung, im Rahmen eines Joint Venture in Hongkong aktiv. Im Segment „People Access" arbeitet man mit Partnerunternehmen wie z. B. dem China International Exhibition Center in Peking, wobei man derzeit hauptsächlich Stadien, Arenen und Messen ausrüstet.

So wurde 2004 die Messe Peking mit einer SKIDATA™-Zutrittslösung ausgestattet. Integriert in den Personenzutritt sind die Ein- und Ausgangsterminals sowie mobile Zutrittsstationen. Für das Ocean Terminal, einen Teil des Einkaufs- und Unterhaltungszentrums Harbour City mit rund 700 Shops, Restaurants und Kinos, konnte SkiData sein Know-how im Rahmen der Parkraumbewirtschaftung einbringen. Im Stadion "GongTi" in Peking ermöglicht die handshake™-Lösung von SKIDATA bis zu 66 000 Besuchern einen schnellen und reibungslosen Zutritt. Offiziell in Betrieb genommen wurde das System im Juni 2005 bei einem ausverkauften Konzert.

Dazu ist SkiData nun auch offizieller Zugangs-Ausstatter der neu gegründeten China Tennis Open. Das Event wird dieses Jahr erstmals vom 10. bis 25. September im neuen Beijing Tennis Center in Peking über die Bühne gehen. Die SKIDATA™-Lösung umfasst die voll automatisierte handshake™-Zugangskontrolle mit stationären Zugängen am Haupteingang und mobiler Ticketkontrolle an den Eingängen zu den einzelnen Courts. Dazu Johannes Lippert, Leiter People Access bei SKIDATA: „Inzwischen haben wir handshake™ schon so weit optimiert, dass selbst 70 000 Besucher pro Stunde keine nennenswerte Herausforderung darstellen. Wenn auch die Organisatoren der China Open mit insgesamt 600 000 Besuchern rechnen, bin ich zuversichtlich, dass alle problemlos und sicher zu ihren Matches kommen werden." **dwl**

Brandauer Ges.m.b.H.: Sommerrodelbahn für Wildpark Assling

2005 konnte man im Wildpark Assling/Osttirol mehr als 40 000 Besucher begrüßen. Für diese Sommersaison will man die Attraktivität noch durch eine Sommerrodelbahn erhöhen.

Vor 30 Jahren wurde auf einem 60 000 m² großen Areal in Assling ein Wildgehege für heimische Wildarten und Kleintiere gebaut. Dieses Gehege entwickelte sich schon bald zum Besuchermagnet, sodass man das Gelände schließlich auf 85 000 m² erweiterte. Heute können Gäste und Einheimische 30 bedrohte Tierarten in einer natürlichen Umgebung erleben, ein 20 m hoher Aussichtsturm verbessert den Überblick über das Areal.
Für die Sommersaison 2006 kann man jetzt mit einem weiteren Highlight aufwarten. Zwischen den Gehegen, in unmittelbarer Nähe des Winterschlepplifts Compedal, wurde in den letzten Wochen intensiv gearbeitet. Entstanden ist dort die neue Sommerrodelbahn, für die 410 000 Euro investiert wurden. Die TÜV-Abnahme erfolgte Ende April.

Kleine Bahn, große Wirkung

Als Auftraggeber fungierte die Fun Alpin Osttirol Sommerrodelbahn GmbH, die eigens für den Bau und den Betrieb der Rodelbahn gegründet wurde. An ihr sind 5 Gesellschafter beteiligt, Geschäftsführer ist Harald Stocker.
Für das Brandauer-Rodelbahnsystem hat man sich entschieden, weil man von seiner Stimmigkeit überzeugt ist. So schätzt man vor allem die Führung der Rodeln auf einer fixen Schiene, da die Rodeln sich auf diese Weise nicht von der Bahn lösen können. Wichtig für die Entscheidung war außerdem das Bremssystem, das eine dreifache Sicherung bietet:

- Die Federspeichenbremse wird durch das Vordrücken des Bremshebels gelöst und wirkt ohne zusätzliches Heranziehen des Hebels.
- Die Kulissenbremse entfaltet ihre Wirkung durch das Anziehen des Bremshebels, wobei starkes Anziehen die Bremskräfte verstärkt.
- Die Fliehkraftbremse regelt die Höchstgeschwindigkeit durch eine Drehzahlbegrenzung der Laufrollen.

Außerdem werden die Benutzer in der Rodel durch einen Sicherheitsgurt fixiert. Kinder unter 7 Jahren, die noch nicht allein fahren dürfen, platziert man vor den Erwachsenen und sichert sie durch einen zusätzlichen Gurt.
Mit diesen Besonderheiten des Brandauer Rodelbahnsystems hatten sich die Verantwortlichen der Fun Alpin Osttirol Sommerrodelbahn GmbH im Vorfeld eingehend beschäftigt und bestehende Rodelbahnen besichtigt.

Die Strecke

Die Bergstrecke der Bahn ist 200 m lang, die Talstrecke 360 m, wobei die Bahn im geschlossenen Kreislauf geführt wird. Der Bergtransport erfolgt für die Benutzer auf der Rodel sitzend mit Hilfe eines Schlepplifts, der Bügel wird dann an der Zielstation automatisch ausgeklinkt. In Betrieb gestellt werden 15 Rodeln. Da der Sicherheitsabstand bei diesem System nicht mehr als 10 Sekunden betragen muss, kann man die Wartezeit auch bei großem Besucherandrang gering halten.
Das Gelände, das für den Bau der Rodelbahn ausgewählt wurde, ist relativ steil, sodass auf der Fahrt ein Höhenunterschied von 80 m überwunden wird. Aus diesem Grund kann die Geschwindigkeit bis zur vorgesehenen Sicherheitsgrenze von 40 km/h voll ausgenützt werden. Der Streckenverlauf wurde so gewählt, dass sowohl bei der Berg- als auch der Talfahrt ein guter Blick auf die Wildgehege der Umgebung möglich ist. Dazu hat man zwei Überführungen und interessante Kurveneffekte eingebaut. **dwl**

Spaß und Action für die ganze Familie gibt es mit der Sommerrodelbahn im Wildpark Assling.
Foto: Brandauer

Österreichs längster überdachter SunKid Zauberteppich

Wer für seine Kinder Spaß und Erlebnis sucht, ist am Wilden Kaiser gut aufgehoben. Dort wurde das umfangreiche Angebot neuerlich erweitert.

Das Kinderland der Skischule Ellmau im Überblick. **Fotos: SunKid**

Ellmau hat 2 600 Einwohner und liegt auf 804 m Seehöhe am Wilden Kaiser, ca. 20 km östlich von Wörgl und ca. 10 km entfernt von Kitzbühel. Im Verbund mit Söll, Brixen im Thale, Going, Scheffau und Westendorf gehört Ellmau zum größten zusammenhängenden Skigebiet Österreichs, zur „Skiwelt Wilder Kaiser/Brixental". Hier kann man durch 90 Aufstiegshilfen auf über 250 km Pisten gelangen.

Längster überdachter SunKid Zauberteppich.

Ein Kinderland voller Attraktionen

Nicht weit vom Ortskern entfernt liegt das Kinderland der „Top-Skischule Ellmau", das durch ein breites Angebot an Attraktionen nicht nur Kinder zum Austoben einlädt. Das Kinderland bietet viele Attraktionen, darunter ein SunKid Rotondo Ski- und Tubing-Karussell, viele Figuren, Hüpfburgen, Halfpipes, insgesamt 3 SunKid Zauberteppiche, Übungsparcours und einiges mehr.

111 m Zauberteppich mit Galerie

Seit kurzem beherbergt das Kinderland auch den längsten überdachten Zauberteppich Österreichs mit 111 m, der im Herbst 2005 von SunKid installiert wurde. Die Galerie hat eine Durchfahrtsbreite von 1,8 m und eine Innenhöhe von 2,2 m, ist in bewährter Modulbauweise gefertigt und weist aus sicherheitstechnischen Gründen alle 1,8 m beidseitige Öffnungen mit einer Breite von 1,2 m auf, welche ein jederzeitiges Aussteigen ermöglichen.

Dadurch bringt man nun Jung und Alt sicher auf die Übungsskipiste, jedoch andererseits auch zu einer weiteren Attraktion des Kinderlandes – der Snowtubing Bahn.

Auch am Abend Tubingspaß

Auf dieser Snowtubing Bahn, die ebenfalls von SunKid realisiert worden ist, kann man von 10 Uhr bis 21 Uhr, bei Tageslicht oder Nachtbeleuchtung und Musik, rasant mit den Sunkid Snowtubes den Hang „runterbrettern". Nach dieser Genussfahrt wird man dann durch eine über 3 m hohe Steilkurve am Ende der Strecke sicher abgebremst.

Im Nachhinein gesehen

Nach den Erfolgen, die man im Kinderland der Skischule Ellmau sowohl mit der SunKid Tubingbahn als auch mit den unterschiedlichen SunKid Förderbändern einfahren konnte, zeigt man sich dort für

neue Investitionen gerüstet. Dazu Skischulleiter Peter Haider: „Mit SunKid besteht schon seit längerer Zeit eine erfolgreiche Zusammenarbeit, deshalb war es aufgrund vom guten Service und der hochwertigen Qualität auch keine Frage, dass dieses neue Projekt von SunKid realisiert wird. Das Snowtubing ist zu einer Hauptattraktion in der Region geworden. RTL2 und ORF Tirol heute haben bereits TV-Reportagen darüber gesendet. Abends sind regelmäßig Reisebusse hier, die nur wegen dem Snowtubing zu uns kommen.
Die meisten Gäste liegen dabei in der Altersgruppe von 20 bis 40 Jahren und eben Kinder ab 5 Jahren, da sie als Skischulteilnehmer gratis tuben können. Wir überlegen nach diesem erfolgreichen Start bereits das Areal zu erweitern."

Infos:
www.sunkid.at

Snowtubing erfreut junges und jung gebliebenes Publikum gleichermaßen.

Wie-Li – kuppelbarer Vierer/Sechser von Wiegand

Das Schlittenfahren erlebt seit einigen Saisonen einen Aufschwung, zumal man diesen Wintersport ohne teure Ausrüstung und Ausbildung leicht ausüben kann. Die Crux dabei ist aber der Aufstieg zum Ausgangspunkt. Abhilfe verschafft nun das vom Sommerrodelbahnhersteller Josef Wiegand erfundene Transportsystem „Wie-Li®“, welches zuletzt auf der hessischen Wasserkuppe/Rhön realisiert wurde.

Wie Andrea Hentschel erklärt, funktioniert die Anlage so: In der Talstation steigen die Rodelgäste mit ihren Schlitten, Snowboarder mit ihren Boards, Skifahrer, aber auch Fußgänger oder Biker mit ihren Fahrrädern und sonstige Trendsportler in die viersitzigen Transportwagen ein und setzen sich. Auf einem Schienensystem aus Stahlrohren rollen die Wagen zur Bergaufstrecke, wo sie sich automatisch an das Förderseil anklemmen, welches zwischen den Rohren verläuft. Die Wagen werden nun bergwärts oberhalb des Schnees bis zur Bergstation gezogen – jedoch ist auch ein Zwischenaus/-einstieg ohne nennenswerten Aufwand möglich. Völlig problemlos werden auf der Wasserkuppe/Rhön zwei Kurven durchfahren, die Geschwindigkeit beträgt hier 3 m/s.

Erlebnisreise dank Kurven, Gefällstrecken und Jumps

Oben angekommen, klinken sich die Wagen vom Seil ab und kommen am Ausstieg zum Stehen, wo die Fahrgäste ihre Sitze verlassen. Der Wagen wird nun elektronisch überprüft und rollt auf dem parallelen Schienensystem, das als Endlosschleife verlegt ist, wieder talwärts. Auch auf dieser Strecke können wieder Fahrgäste transportiert werden. Neu ist zudem, dass durch Kurven- und Gefällstrecken sowie Jumps die Bergabfahrt zur Erlebnisreise aufgewertet wird.

Das neue 4- oder 6-plätzige Transportsystem Wie-Li von Wiegand. **Fotos: Wiegand**

Losgelöst vom Seil regulieren absolut sichere Wirbelstrombremsen die Geschwindigkeit, jede beliebige Trassenführung ist möglich.

Wenn überwiegend Skifahrer befördert werden sollen, stehen Transportwagen mit speziellem Aufbau zur Verfügung. Auf seinen Skiern stehend, gleitet der Ski- oder Snowboardfahrer quer zur Fahrtrichtung auf den stehenden Wagen und nimmt auf einem Klappsitz Platz. Nach der erholsamen Bergauffahrt kommt der Wagen wieder zum Stehen und die Fahrgäste gleiten vorwärts aus dem Wagen direkt auf die Piste.

Die Vorteile dieses Transportsystems

Das neue Transportsystem zeichnet sich durch viele Vorteile aus, die hier kurz zusammengefasst werden sollen:

- höchster Komfort durch Ein- und Ausstieg bei stehendem Fahrzeug, Beförderung im Sitzen;
- höchste Sicherheit, entspricht den neuen europäischen Seilbahnrichtlinien;
- variable Geschwindigkeit;
- scheut keinen Preisvergleich;
- doppelte Antriebsscheibe – geringe Seilvorspannung;
- hohe Förderleistung, bis 1 200 Personen pro Stunde;
- Aufständerung ohne Betonfundamente;
- äußerst robuste und langlebige Konstruktion, wartungsarm;
- Kurvengängigkeit sowohl in der Bergauf- als auch in der Bergabstrecke;
- Zwischenaus- bzw. -einstieg möglich;
- personalsparend, nur 1 Bediener notwendig;
- Winter- und Sommernutzung;
- Wetterschutz;
- neue Zielgruppen möglich: Rodler, Snowboarder, Trendsportler, Skischulen, behinderte Personen;
- keine Pflege der Schleppspur;
- mehrfache Rücklaufsicherung.

Warten auf den Einstieg – stehend oder sitzend.

Wie-Li®

Abenteuerurlaub für Menschen mit Behinderung

In Schladming wurde am 23. 12. 2005 eine Skischule für geistig und körperlich Behinderte ins Leben gerufen. Bereits drei Monate später war klar, dass sich dieses in Österreich einzigartige Projekt zu einem vollen Erfolg entwickelt hat.

Österreichs erste Skischule für Behinderte gibt es seit Dezember 2005 im steirischen Schladming.
Fotos: TVB Schladming

Am 23. März 2006 zogen die beiden Organisatoren Sabine Eham und Armin Wagenhofer eine erfreuliche Zwischenbilanz: der Zuspruch der Behinderten-Skischule übertrifft alle Erwartungen. Nun wird an einem ähnlichen Programm für den Sommer gearbeitet.
„Unsere Schätzungen wurden bereits in den ersten Monaten weit übertroffen“, freut sich Sabine Eham. Die gebürtige Deutsche ist Mitbegründerin des Vereins „FREIZEIT Para-Special Olympics“, der hinter der ersten Skischule für geistig oder körperlich behinderte Menschen steht. „In unseren Planungen für die erste Wintersaison sind wir von rund 170 Unterrichtsstunden ausgegangen, bereits heute stehen wir jedoch bei knapp 330 Buchungen bis April – und weitere kommen sicher noch dazu.“
Das beweist den hohen Bedarf von Menschen mit Behinderungen an einem gleichwertigen Sportangebot. Um dies zu gewährleisten wurde eine spezielle Ausrüstung angekauft. Sie eignet sich für alle Behindertenarten:

- Der Mono-Ski, auf dem ein Federsitz montiert ist, passt ideal für Querschnittgelähmte.
- Bi-Skier eignen sich für Menschen, die auch nur mehr ihren Kopf bewegen können,
- Krückenskilauf ist für jene gedacht, die durch Amputationen beeinträchtigt sind. Ein spezielles Ausbildungsprogramm gibt es auch für Sehbehinderte oder Blinde.

Gemeinsamer Urlaub für Behinderte und Nicht-Behinderte

Derzeit laufen die Planungen für ein adäquates Sommer-Programm in der Sportregion Schladming. Und dieses soll nicht minder spektakulär aussehen. Sabine Eham: „Wir werden zahlreiche Abenteuersportarten anbieten, darunter Klettern, Abseilen, Tauchen und sogar Paragliding.“ In vielen Gesprächen mit den behinderten Skischülern konnten Eham und Wagenhofer die hohe Nachfrage nach den Sommeraktivitäten erheben.
Ziel des Vereins ist es, das Programm gleichermaßen interessant für Menschen mit und ohne Behinderung zu gestalten. Das Motto lautet „Integrative Familienerholung“. Eham: „So können Familien und Gruppen aus Behinderten und Nicht-Behinderten gemeinsam ihren Urlaub verbringen.“ Für Menschen mit Handicap erhöht das Training das Selbstwertgefühl, steigert die körperliche Ausdauer sowie Kraft und Koordination und vermittelt Spaß. Auch Autisten zeigen Gefallen am Sport und reagieren sehr positiv.
Peter Donabauer, Direktor des Tourismusverbandes Schladming-Rohrmoos, zeigt sich von der Entwicklung und den Plänen des Vereins FREIZEIT Para-Special Olympics begeistert: „Für die Sportregion Schladming ist das Sport- und Freizeitprogramm für Menschen mit Behinderungen eine attraktive Erweiterung des Angebotes und natürlich auch ein wichtiger Türöffner zu einer neuen Zielgruppe.“

Förderer und Sponsoren gesucht

Das Projekt wird nicht als Gewerbe, sondern als gemeinnütziger Verein geführt, der sich vor allem aus Spendengeldern und Förderungen finanziert. Nur etwa 30 % der Kosten können durch die Einnahmen aus dem Sportunterricht gedeckt werden, Sponsoren sind für den langfristigen Bestand deshalb dringend notwendig.
Dabei bietet der Verein unterstützenden Unternehmen auch an, seine Trainer beispielsweise für einen Firmenski- oder -klettertag zur Verfügung zu stellen.
„Unsere Mitarbeiter haben ja alle eine reguläre Trainer-Ausbildung und können auch Nicht-Behinderte professionell betreuen.“ Für die Skischule haben sich bereits vereinzelt Sponsoren gefunden, auch für den Sommer hoffen Sabine Eham und Armin Wagenhofer nun auf finanzielle Unterstützung.

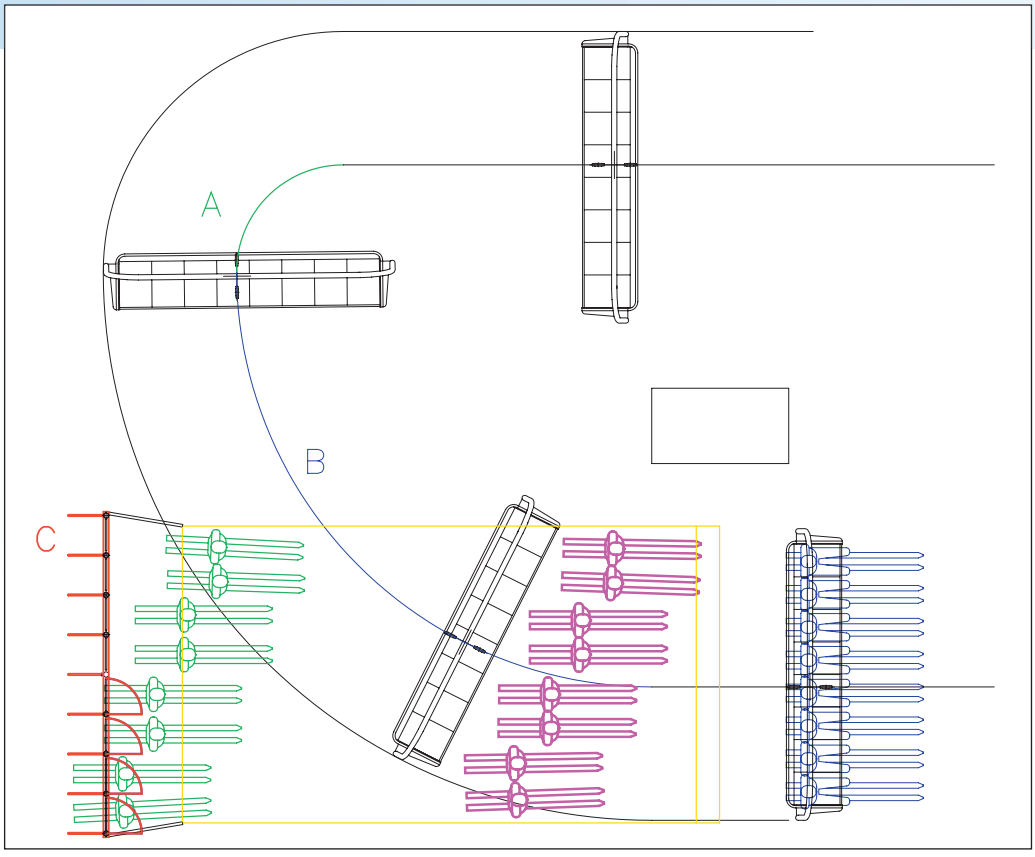
i Weitere Informationen
FREIZEIT Para-Special Olympics,
Telefon: +43(0)3687-22304,
Sabine_Eham@gmx.de;
www.freizeit-pso.com

Aufgrund großer Nachfrage konzipiert der Verein Para-Special Olympics nun auch ein Sommersport-Programm.

LEITNER: Erfolgreiche Marktpräsenz in Frankreich

Schon in den letzten Jahren konnte LEITNER in Frankreich schöne Erfolge für sich verbuchen. Und auch 2005 ließ man wieder mit ausgesprochen interessanten Aufträgen aufhorchen.

High-Capacity-Loading macht das Einsteigen in den 8er-Sessel einfach. **Fotos: LEITNER**



So funktioniert High-Capacity-Loading.

Wenn Skigebiete in Frankreich in moderne Aufstiegsanlagen investieren, wollen sie ihren Kunden vor allem mehr Komfort und minimierte Wartezeiten auch bei Hochbetrieb bieten. Außerdem legt man Wert darauf, dass die Anlagen optimal in die vorhandene Infrastruktur eingebettet werden.

Für den Südtiroler Seilbahnbauer LEITNER sind diese Voraussetzungen gute Parameter, um die Anpassungsfähigkeit seiner Produktpalette unter Beweis zu stellen. Dabei kommen dem Unternehmen neben dem bewährten technischen Know-how auch seine nahezu 20jährige Erfahrung am französischen Markt zugute und das Vertrauen, das man sich in dieser Zeit erarbeitet hat.

Als erste Aufstiegsanlage von LEITNER wurde 1988 ein Schlepplift in Les Ménuires gebaut. Ihm folgten mittlerweile über 60 Anlagen, wobei in den letzten Jahren vor allem technisch anspruchsvolle Aufträge lukriert werden konnten.

Ein weiterer Höhepunkt der LEITNER-Präsenz in Frankreich waren Bau und Inbetriebnahme einer modernen Niederlassung in Montmélian in der Region Savoyen 2002. Da man sich entschlossen hatte, den französischen Markt direkt vor Ort zu bearbeiten und zu betreuen, war eine Konzentration der Agenden in den Bereichen Seilbahnbau, Pistenfahrzeuge und Beschneiung ein wichtiger Aspekt für eine erfolgreiche Positionierung am Markt. Bestens bewährt hat sich auch die unmittelbare Nachbarschaft zu den bekannten französischen Skigebieten.

Da in Frankreich weiterhin eine Tendenz in Richtung Modernisierung der bestehenden Anlagen zu erkennen ist, gehört das Land neben Italien, Österreich und Deutschland zu den 4 großen Partnern im Alpenraum. Vor diesem Hintergrund rechnet man bei LEITNER auch damit, dass die Bedeutung des französischen Marktes in den nächsten Jahren ähnlich hoch sein wird wie heute.

Für die Wintersaison 2005/06 wurde dieser Einschätzung mit dem Bau von 4 kuppelbaren 6er-Sesselbahnen und einer technisch besonders anspruchsvollen kuppelbaren 8er-Sesselbahn Rechnung getragen.

Bergstation der 8er-Sesselbahn „Arpette“.

Anforderungen erfüllt

Im Skigebiet Le Corbier ist das Know-how von LEITNER bereits ein Begriff. So realisierte man im Jahr 2000 einen fix geklemmten 4er-Sessellift, der für diese Saison durch eine kuppelbare 6er-Sesselbahn mit dem Namen „Sybelles Express“ ersetzt wurde. Der abgebaute 4er-Sessel wurde im Anschluss generalüberholt und an anderer Stelle neuerlich in Dienst gestellt. Auf diese Weise profitiert die Skiregion gleich doppelt.

Auch in Megève weiß man die Qualität der Aufstiegsanlagen von LEITNER schon seit Jahren zu schätzen. Schließlich sind dort bereits 3 fix geklemmte Sessellifte in Betrieb. Im Zuge geplanter Modernisierungsmaßnahmen griff man für den Bau einer kuppelbaren 6er-Sesselbahn neuerlich auf LEITNER Know-how zurück. Die Anlage, der man den Namen „Alpette“ gegeben hat, transportiert 3 000 P/h ins Skigebiet und ersetzt eine veraltete 2er-Sesselbahn.

Talstation der kuppelbaren 6er-Sesselbahn „Alpette“.

Technische Daten SA6 „Alpette“	
Seilbahnbauer:	LEITNER
Talstation:	1 590,50 m
Bergstation:	1 871,20 m
Antriebseinrichtung:	am Berg
Spanneinrichtung:	im Tal
Geneigte Länge:	884,20 m
Gesamtanzahl Fahrbetriebsmittel:	54
Max. Förderleistung mit Hauptantrieb:	3 000 P/h
Antriebsleistung Hauptantrieb:	450 kW
Förderseildurchmesser:	46 mm

Technische Daten SA8 „Arpette“	
Seilbahnbauer:	LEITNER
Talstation:	1 933 m
Bergstation:	2 344
Höhenunterschied:	411 m
Antriebseinrichtung:	am Berg
Spanneinrichtung:	im Tal
Geneigte Länge:	1 810 m
Fahrgeschwindigkeit mit Hauptantrieb:	5,5 m/s
Gesamtanzahl der Fahrbetriebsmittel:	108
Max. Förderleistung mit Hauptantrieb:	4 400 P/h
Antriebsleistung Hauptantrieb:	2 x 550 kW
Förderseildurchmesser:	52 mm

Den Reigen moderner 6er-Sessel für die Wintersaison 2005/06 komplettieren Anlagen in Métabief im französischen Jura nahe der Schweizer Grenze sowie im Skigebiet Risoul in der Region Forêt Blanc.

8er-Sessel für La Plagne

Das Skigebiet „La Plagne“ gehört zur Skiarena Paradiski und damit zu den bekanntesten Skidestinationen Frankreichs. Um diesem Ruf gerecht zu werden, hat man 2005/06 kräftig investiert und eine Anlage gebaut, die höchsten Ansprüchen gerecht wird. Die kuppelbare 8er-Sesselbahn „Arpette“ ist in der Lage, 4 400 P/h zum Wintersport zu transportieren. Dabei wird auf der 1 810 m langen Strecke ein Höhenunterschied von 411 m überwunden. Da diese Sesselbahn eine wichtige Zubringerfunktion erfüllt und dementsprechend frequentiert wird, verfügt sie über zwei Motoren mit einer Leistung von je 550 kW.

Dazu wurde sie als erste Sesselbahn Frankreichs mit dem „High-Capacity-Loading-System“ ausgerüstet. Damit kann der Bewegungsablauf von Fahrgast und Sessel so aufeinander abgestimmt werden, dass der Fahrgast bei optimaler Förderleistung der Bahn doppelt so viel Zeit zum Einsteigen hat wie bei vergleichbaren Systemen. Auf diese Weise kann die Förderkapazität der Bahn voll ausgenützt werden, der Fahrgast muss dennoch nicht auf den gewohnten Komfort verzichten. Technische Zusatzeinrichtungen sind nicht nötig. High-Capacity-Loading basiert auf einem optimierten Bewegungsablauf, der durch zwei unterschiedliche Kurven der Sessel und eine gestaffelte Öffnung der Zustiegsschranke erreicht wird.

➤ Erste Kurve, 90°, mit engem Radius: Durch den ersten, engen Radius wird der Sessel außerhalb des Fahrgastbereiches in kürzester Zeit um 90° gedreht. Der direkt daran anschließende große Radius ermöglicht es, dass der Sessel bereits unter einem Winkel von ca. 45° zur Bahnachse in den Fahrgast-Bereich einschwenkt. Dadurch bleibt den Fahrgästen in jeder Phase der Bewegung viel Platz zwischen den Sesseln.

➤ Zweite Kurve (90°) mit sehr großem Radius: Durch den großen Radius im Einstiegsbereich wird ein kontinuierliches, ruckfreies Einschwenken des Sessels erreicht, so dass die Bewegung des Sessels für den Fahrgast einschätzbar und ein stressfreies Einsteigen ermöglicht wird.

➤ Gestaffelte Öffnung der Zustiegsschranke: Mit ihrer Hilfe werden die Fahrgäste in Zweiergruppen versetzt gestartet, sodass man eine Synchronisierung des Bewegungsablaufes zwischen Skifahrer und Sessel erzielt. **L/dwl**

Bergstation „Le Morond“.

Hervorragende Saison in **Salzburg**

Einen Tag vor Beginn der Bozener Fachmesse Alpitec hielt die Salzburger Seilbahnwirtschaft ihre Jahrestagung in Bad Hofgastein ab. Das mag einer der Gründe für etliche Absagen und zurückhaltenden Besuch gewesen sein. Der Rückblick auf die letzte Saison, in der 9 neue Bahnen in Betrieb gingen, fiel erwartungsgemäß sehr positiv aus.

Salzburgs Fachgruppenobmann VDir. Ferdinand Eder zog eine positive Bilanz auf der Tagung in Bad Hofgastein. **Foto: mak**

Fachgruppenobmann VDir. Ferdinand Eder sprach von einem perfekten Winter, der jedoch trotzdem – im Gegensatz zur landläufigen Meinung – 80 % an Schneeproduktion schlechterer Winter verlangte. Denn die Grundbeschneiung wurde im November gemacht. Die niedrig gelegenen Skigebiete erreichten bessere Umsätze als im Vorjahr, die höher gelegenen etwa das Niveau von 04/05. „In Summe war es eine sehr gute Saison für Salzburg" resümmierte Eder. Trotzdem sehe man auch die Bedrohungsszenarien wie Klimaerwärmung, fehlender Skifahrer-Nachwuchs, neue Skigebiete in Osteuropa und weiterhin hohen Investitionsbedarf. Trotzdem sieht Eder die „Zukunft rosig, wenn wir uns gemeinsam anstrengen".
Seine „Statements zur Lage der Seilbahnwirtschaft" betrafen folgende Themen:

Die aktuellen Themen

➤ Praktikerleitfaden für Skipistensicherung.
➤ Das neue Seilbahngesetz (das großen Aufwand für Behörde und Betreiber verursacht)
➤ Das seit 1.1.2006 geltende Unfall-Untersuchungsgesetz:
eine neue Behörde, die von den Seilbahnbetreibern nicht übergangen werden darf. Meldepflichtig sind nur Unfälle bei Seilbahnen, nicht Sesselbahnen.
➤ Nachtskifahrer bzw. Pistensperre bei Seilwindenpräparierung:
Salzburg strebt hier eine ortspolizeiliche Verordnung für mehr (Rechts)Sicherheit und Klarheit der Haftung an. Dazu wird jetzt zusammen mit der Gastronomie ein Antrag auf Änderung des Landes-Polizei-Strafgesetzes eingebracht. Dadurch würden die Gemeinden verpflichtet, ab 17 Uhr gewisse Pisten zu sperren und könnten bei Verstoß bis zu 500 Euro Strafe verhängen.
➤ Farbanstrich bei Stützen:
Ein Lokalaugenschein ergab kürzlich für LR Eisl keine Unterschiede für die Integration in die Landschaft von verzinkten oder grün bemalten Liftstützen. Der Naturschutz pocht jedoch auf das Gesetz. Somit wird je nach Einzelfall entschieden, ob eine Stütze bemalt wird oder nicht!
➤ Doppelgleisigkeit Naturschutz/Raumordnung:
Es hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass die Salzburger Skierschließungsrichtlinie als rechtlicher Rahmen genügt.
➤ Salzburger SuperSkiCard:
Hier konnten 10 % Steigerung auf 50 000 Kunden und 12 Mio. € erzielt werden. Eine Erweiterung um Skigebiete im Kitzbüheler Verbund ist angedacht. Erfreulich ist, dass die Kompatibilität der Skipass-Systeme endlich am 1.10. kommt, und zwar auf Basis ISO Chip 13,50 MHz.
➤ Schneiwasser:
Diesbezüglich soll eine Ö-Norm erlassen werden, die nur hygenisch einwandfreies Wasser zur Schneeerzeugung erlaubt. Dieser Titel bringt speziell Tirol Vorteile, das dann keine Trinkwasserqualität mehr nachweisen muss.

Weitere Referenten am Salzburger Seilbahntag waren Mag Viktoria Bucher über Aktuelles aus dem Marketingforum (vor allem das Projekt „(Wieder-)Einsteigen leicht gemacht"), VDir. Hans Wallner über Aktuelles aus dem Technikerkomitee und Mag. Peter Weissenböck über „ Digitale Erfassung der Skigebiete im Land Salzburg".

DOPPELMAYR/GARAVENTA: Zubringer für Speikboden

Das Südtiroler Ahrntal liegt eine Autostunde von Bozen entfernt und wird als Winterdestination sowohl von Gästen als auch Einheimischen geschätzt. 2005 hat DOPPELMAYR hier eine moderne 8 EUB gebaut.

Mit 90 schönen CWA-Kabinen geht es komfortabel und schnell ins Skivergnügen. **Fotos: Speikboden AG**

Für DOPPELMAYR nimmt die Skiregion Ahrntal einen besonderen Platz ein, immerhin baut hier die Speikboden AG seit 3 Jahrzehnten alle Aufstiegsanlagen mit Wolfurter Know-how. Als sich die Verantwortlichen der Bahn 2005 entschlossen, die kuppelbare 4er-Sesselbahn Michelreis aus dem Jahr 1989 und die kuppelbare 3er-Sesselbahn Speikboden (Baujahr 1984) zu ersetzen, führte deshalb der Weg auch dieses Mal zu DOPPELMAYR.

Anfang Juli 2005 wurden die Arbeiten mit dem Abriss der alten Aufstiegsanlagen begonnen, Mitte August nahm DOPPELMAYR seine seilbahntechnischen Arbeiten auf. Die Kollaudierung wurde am 18. Dezember abgeschlossen, die Bahn am 3. Dezember feierlich eröffnet.

Die Ausführung

Die neue 8 EUB „Speikboden" dient als Zubringerbahn und führt von der Talstation auf 950 m Seehöhe ins Skigebiet auf 1 958 m. Um die Trassen der Vorgängerbahnen beibehalten zu können, wurde die Strecke mit einer leichten Kurve von 5° versehen. Dadurch konnte auch der Standort der Tal- bzw. der Bergstation belassen werden, sodass sich die Eingriffe in die Landschaft minimieren ließen. Die notwendige Ablenkung wurde mit Hilfe von 12 Stützen auf einer Strecke von 800 m realisiert. Auf der gesamten Strecke, die eine Länge von 2 884 m aufweist, wurden 28 Stützen gesetzt.

Die Förderleistung beträgt 2 400 P/h, die Fahrzeit bei einer Fahrgeschwindigkeit von 6 m/s. 8 min. Die Umlenk-Spannstation wurde im Tal errichtet, die Antriebsstation am Berg gebaut. Der Antrieb selbst wurde in Unterflurbauweise realisiert.

Die Garagierung der 90 CWA OMEGA III-8LWI Kabinen erfolgt in einem Magazin am Berg, das in Glas-Stahlbauweise ausgeführt wurde und sich optisch sehr gut in die Umgebung eingliedert. Zur Optimierung der Sicherheit wurde die Anlage mit dem Seillageüberwachungssystem RPD ausgestattet. **dwl**

Technische Daten 8-MGD „Speikboden"

Seilbahnbau:	DOPPELMAYR
Talstation:	950 m
Bergstation:	1 958 m
Höhenunterschied:	1 008 m
Schräge Länge:	2 884 m
Seildurchmesser:	54 mm
Antrieb (Leistung: 1 300 kW):	am Berg
Spannstation:	im Tal
Förderleistung:	2 400 P/h
Fahrgeschwindigkeit:	6 m/s

Das Magazin am Berg wirkt kompakt und bietet allen 90 CWA-Kabinen Platz.

DOPPELMAYR/GARAVENTA: Komfortschub durch Hochmaisbahn

Das Familienskigebiet Sonnenalm/Sonnkogel gilt seit Jahren als guter Tipp auf der Schmittenhöhe. Für die Wintersaison 2005/06 hat man rund 14 Mio. Euro in eine „Runderneuerung" investiert.

Kernstück der Neuerungen ist die kuppelbare 6er-Sesselbahn „Hochmais", die von DOPPELMAYR gebaut wurde. Sie verfügt über Wetterschutzhauben und beheizbare Sitze, damit die Gäste auch an kälteren Tagen bequem ans Ziel gebracht werden können.
Die kuppelbare Sesselbahn ersetzt einen langen Schlepplift, wobei die Trasse zum Großteil über eine neu errichtete Piste und teilweise durch den Wald mit einer Trassenneigung von 34 bis 62 % führt. Die Förderleistung beträgt im Anfangsausbau 2 400 P/h und kann später auf eine Leistung bis zu 3 000 P/h erweitert werden kann. Zur Optimierung der Sicherheit wurde die Bahn mit dem RPD-System ausgestattet.
Das Gesamtkonzept für den Bereich Sonnenalm/Sonnkogel wurde hausintern entwickelt und ausgearbeitet. Im Mittelpunkt dabei stand höchste Qualität, sodass etwa alle Stationen Sonderanfertigungen mit einer speziellen Gestaltung sind. Die Bauverhandlung fand am 16. Juni 2005 statt, die Betriebsbewilligungsverhandlung war am 8. November 2005.
In der Talstation wurde die Gegenstation mit der hydraulischen Abspannung realisiert. Darüber hinaus befinden sich hier auch Diensträume für das Personal, der Kellerbahnhof für die Fahrbetriebsmittel sowie eine Montagebühne für die notwendigen Revisionsarbeiten. In der Bergstation wurde der Antrieb in Form eines Drehstrommotors mit Frequenzumrichter platziert, dazu der Führerraum für den Maschinisten, Personalräume, ein Niederspannungsraum sowie eine Trafostation für die Stromversorgung.

Piste und Beschneiung

Mit Hilfe der neuen „Hochmaisbahn" gelangt man direkt zur neuen 2 km langen Piste, die von Projektleiter Hannes Mayer als „eine breite Allroundstrecke mit Speedcharakter" beschrieben wird. Mit ihrer Hilfe und der Erweiterung der bestehenden Hochmaispiste konnte die Pistenfläche insgesamt um 10 ha auf rund 200 ha erhöht werden. Investiert wurde zur Saison 2005/ 06 außerdem in die Erweiterung der Beschneiungsanlage. Damit kann man nun alle Talabfahrten und knapp 90 % des gesamten Pistenangebotes auf der Schmittenhöhe schneesicher machen. **dwl**

Technische Daten:

Höhe Talstation:	1 377 m auf der Sonnenalm
Höhe Bergstation:	1 759 m auf dem Wankrautkopf
Antrieb:	Berg
Nennleistung:	536 kW
Spannstation:	Tal
Max. Förderleistung:	2 400 P/h, auf 3 000 P/h erweiterbar
Fahrgeschwindigkeit:	5 m/s
Fahrzeit:	4,37 min
Anzahl Stützen:	12
Seildurchmesser:	47

Ausführende Firmen:

Seilbahnbau/Elektrotechnik:	DOPPELMAYR
Seile:	Teufelberger
Planung Stationen:	Architekt DI Ernst Hasenauer
Statik und Bauaufsicht:	Baucon ZT GmbH
Bauarbeiten:	ARGE Herzog-Bau GmbH – STRABAG AG

Die neue 6er-Sesselbahn „Hochmais" wurde von den Gästen sehr gut angenommen und hat die Erwartungen voll erfüllt.
Foto: Ferdinand Strele/Schmittenhöhe AG

Interview SERIE: 39

Markus Müller, GF Hohenbogenbahn: Wichtiger Motor für die Region

Die Hohenbogenbahn im Bayerischen Wald gehört sicher nicht zu den größten Bergbahnunternehmen Deutschlands. Dennoch hat sie im Angebot der Region einen ungemein hohen Stellenwert. Dabei wurde sogar die Umkehr von einer „Sommerbahn" zur „Winterbahn" bewerkstelligt.

Blick auf die Talstation der Hohenbogenbahn.

Markus Müller, GF Hohenbogenbahn.
Fotos: Hohenbogenbahn

MM-FRAGE: *„Welchen Stellenwert hat das ‚Sport + Freizeit-Zentrum Hoher Bogen'- im touristischen Angebot der Region?"*

Müller:
„Die Hohenbogenbahn wurde zu einem wichtigen touristischen Motor für die ganze Region. Seit dem Bau im Jahr 1972 nahm die Region um den Hohenbogen einen erheblichen Aufschwung, etwa jeder 10. Arbeitsplatz im Oberen Bayerischen Wald hängt mittlerweile vom Tourismus ab."

MM-FRAGE: *„Wie sehen Sie Ihre Position als Bergbahnunternehmen im Mittelgebirge im Vergleich mit Anbietern in Hochgebirgsregionen?"*

Müller:
„Im Hochgebirge überwiegt mit Sicherheit der Wintersport, in den Mittelgebirgen reicht das allein nicht aus. Hier ist das Ganzjahresangebot sehr wichtig. Deshalb sind wir auch immer bemüht, das Angebot für den Sommer attraktiv zu halten und immer wieder in den Sommer zu investieren. So gesehen, unterscheiden wir uns sicher vom Hochgebirge, wo der Winter sehr lange dauert und durch die Höhenlage auch beständiger ist.
Eine umfassende Gästebefragung hat außerdem ergeben, dass unsere Gäste neben dem attraktiven Ganzjahresangebot und den familienfreundlichen Preisen vor allem die gute Erreichbarkeit schätzen. Durch den Bau der Beschneiungsanlage im Jahr 2000 konnte auch die Schneesicherheit erheblich verbessert werden, was dem gesamten Tourismus in der Region zugute kommt."

MM-FRAGE: *„Ist für Sie der Sommer oder der Winter Hauptumsatzträger?"*

Müller:
„Bis Ende der 90er Jahre wurden im Sommer zwischen 60 und 70 Prozent der Umsätze erlöst, seit dem Bau der Beschneiungsanlage hat sich das Verhältnis umgekehrt."

„Rekordsaison mit 100 Tagen Skibetrieb am Stück"

MM-FRAGE: *„Wie waren Sie mit der letzten Wintersaison zufrieden?"*

Müller:
„Mit 100 Tagen Skibetrieb am Stück war es eine Rekordsaison. Obwohl das Vorjahr schon sehr gut war, konnten wir im Winter 2005/2006 nochmals ein Plus von 20 % erzielen. Dieses Ergebnis resultiert sicher aus einer Kombination vieler Faktoren, der guten Schneelage, den Investitionen etc."

MM-FRAGE: *„Welche Gäste sprechen Sie im Winter an, welches Einzugsgebiet haben Sie?"*

Müller:
„Neben den Gästen aus Ostbayern konnte durch die Nähe zur Tsche-

Interview

Die breiten Pisten eignen sich gut für Familien.

chischen Republik (5 km vom nächsten Grenzübergang) und gezielte Marketingaktivitäten zwischenzeitlich der Anteil der tschechischen Gäste auf annähernd 30 % gesteigert werden. Unsere Gäste kommen aus dem Bayerischen Wald, der Oberpfalz sowie aus Böhmen, aus dem Umkreis Regensburg, Amberg, Weiden, Pilsen bis Prag."

MM-FRAGE: *„Welche Attraktionen bieten Sie im Winter und wie wichtig sind dabei Non-Skiing-Aktivitäten?“*
Müller:
„Wir haben im Skigebiet 6 km Pisten, von denen ca.1,5 km beschneit werden. Damit haben wir vor allem bei Familien einen sehr guten Ruf. Außerdem verfügen wir mit fast 2 km Länge über die längste Abfahrt im Bayerischen Wald und grundsätzlich über breite Pisten, sodass sich auch Carver sehr wohl fühlen.
Bei den ‚Non-Skiing-Aktivitäten‘ werden besonders gut unsere Naturrodelbahnen mit 1.200 m und 700 m Länge angenommen. Der Start ist bequem mit der Sesselbahn zu erreichen. Dazu kann man bei uns im Winter auch ausgezeichnet Wandern und ein gutes Gastronomieangebot nutzen.“

„Events als Form der Kundenbindung sind wichtig“

MM-FRAGE: *„2005 war der ‚Dance on snow‘ wieder ein großer Erfolg. Was genau bieten Sie hier an und wie wichtig sind Events generell?“*
Müller:
„Die Veranstaltung einen Tag vor Silvester hat zwischenzeitlich Kult-Charakter, jährlich kommen um die 4 000 Gäste. Nach dem Fackellauf mit Formationsfahren der örtlichen Skischulen gibt es eine Open-Air-Party an der Talstation mit einer namhaften Band sowie zum Abschluss ein großes Feuerwerk. Diese Form der Kundenbindungsaktivität erscheint uns wichtig, wir bieten übers Jahr verteilt mehrere solcher Veranstaltungen in unterschiedlicher Form an.“

MM-FRAGE: *„2005 wurde die Gras-Kart-Bahn eröffnet, welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?“*
Müller:
„Sehr gute Erfahrungen, da damit vor allem für Jugendliche und junge Erwachsene ein attraktives Zusatzangebot geschaffen wurde.
Ursprünglich sind wir durch Medien auf diese Möglichkeit aufmerksam geworden, wobei das Gerät der Herstellerfirma unter dem Namen ‚Bullracer‘ bekannt ist. Diesen Namen ha-

PFEIFER

Ihr kompetenter Partner...

- für alle Seilanwendungen

Drahtseile für Seilbahnen, Schlepplifte und Pistenmaschinen

- für Anschlagmittel
- für Ladungssicherung
- für Prüfservice
- für Werkstattbedarf
- für Hebetechnik
- für persönliche Sicherheits- und Rettungsausrüstung

Nicht vergessen!

Fordern Sie unsere neuen Kataloge an:
- PFEIFER-complett
- Forst + Piste
- Prüfservice-Broschüre

PFEIFER
SEIL- UND HEBETECHNIK
GMBH

HARTERFELDWEG 2
4481 ASTEN
TELEFON +43 (0)7224-66224-0
TELEFAX +43 (0)7224-66224-13
E-MAIL psh-austria@pfeifer.de
INTERNET www.pfeifer.de

Interview

Mit Schlepplift und Gras-Kart geht es rasch nach oben.

ben wird dann dem Einsatz entsprechend in Gras-Kart abgeändert. Dieser Begriff passt auch gut zum so genannten ‚sanften Tourismus', da ein Fahren mit den Gras-Karts keinen Lärm macht."

MM-FRAGE: *„Am 13. April startet die Sommersaison. Gibt es Neuigkeiten für 2006?"*

Müller:

„Nachdem wir im vergangenen Jahr sehr gute Erfahrungen mit dem Gras-Kart-Fahren am Schlepplift gemacht haben, wollen wir dieses Angebot heuer ausbauen. Dazu sollen grundsätzlich noch mehr Gras-Karts eingesetzt werden. Außerdem wurde das Gras-Kart-Fahren in der 1. Saison, also in der Versuchssaison, nur am Wochenende angeboten – das wollen wir jetzt auf die ganze Zeit ausdehnen. Wir überlegen auch, wie man den Transport der Gras-Karts mit der Sesselbahn kombinieren kann. Damit soll es in Zukunft möglich werden, die Gras-Karts nicht nur mit dem Schlepplift zu transportieren, sondern auch mit dem Sessellift. Hier laufen Gespräche mit Doppelmayr und dem TÜV."

MM-FRAGE: *„Neben der Sommerrodelbahn gibt es auch ein besonderes Angebot rund ums Skaten. Wie sieht es genau aus?"*

Müller:

„Wir haben im Bereich der Talstation eine 400-Meter-Skaterbahn als Rundkurs, einen Inline-Hockey-Platz sowie eine Abfahrtspiste mit knapp 400 Metern Länge asphaltiert, deren Start mit dem Schlepplift erreicht werden kann. Das Gelände wird gerne von Einheimischen und Feriengästen angenommen und eignet sich hervorragend für Veranstaltungen und überregional bedeutende Wettbewerbe."

MM-FRAGE: *„Haben Sie im Sommer die gleiche Gästestruktur wie im Winter oder gibt es Unterschiede?"*

Müller:

„Attraktiv ist unsere Region im Sommer und im Winter gleichermaßen für Familien, aber das Einzugsgebiet ist unterschiedlich. Im Winter kommen rund 30 % unserer Gäste aus Tschechien und einem nördlichen bis westlichen Einzugsradius, also Richtung Regensburg und Richtung Oberpfalz. Im Sommer hingegen kommen unsere Gäs-

Interview

Eine Fahrt mit der Sommerrodelbahn gehört zu den Attraktionen der Region.

te vermehrt aus dem Süden, was sich auch aus unserer Position an der Nahtstelle zwischen Oberpfalz und dem Bayerischen Wald erklärt. Unser Ziel ist es jetzt, auch für den Sommer noch Gäste aus Tschechien zu gewinnen, hier ist noch einiges an Potenzial vorhanden."

„Online-Befragung bringt gute Anregungen"

MM-FRAGE: *„Sie befragen Ihre Kunden im Internet nach Ihrer Meinung. Welche Erfahrungen machen Sie damit, welche Anregungen erhalten Sie?"*

Müller:

„Durch die Online-Befragung haben wir im vergangenen Winter mehrere hundert Rückmeldungen bekommen, die unsere Gäste in aller Ruhe von zuhause aus machen können. So ist eine detailliertere Information möglich als mit einer personalintensiven Befragung vor Ort. Die Befragung brachte viel Lob und auch gute Anregungen, die wir in der kommenden Saison umsetzen werden – Verbesserung Fahrpreissystem, überregionale Beschilderung usw."

MM-FRAGE: *„Wo liegen die nächsten Herausforderungen für Ihr Unternehmen?"*

Müller:

„Im Mittelpunkt steht die Modernisierung der Bergbahn als Kernstück unseres Unternehmens. Neben dem erwähnten Ausbau des Gras-Kart-Angebotes wollen wir mit dem Bau einer neuen Skipiste sowie mit der Erweiterung der Beschneiungs- und Flutlichtanlage das Angebot bereits zur nächsten Wintersaison deutlich verbessern." **dwl**

Attraktionen Sport + Freizeit-Zentrum Hoher Bogen

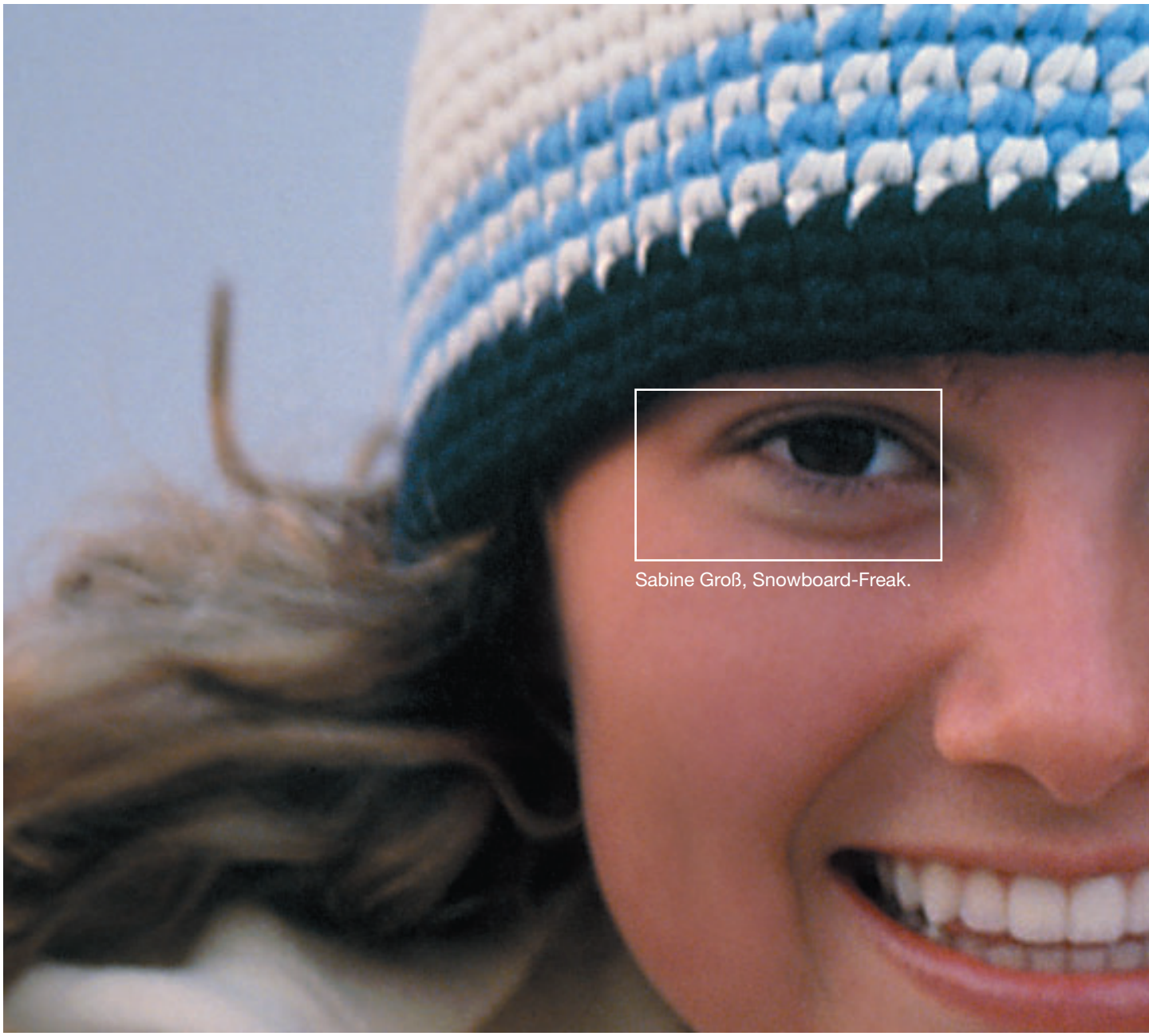
Längste Doppelsesselbahn d. Bayerischen Waldes
Länge: 1 358 m
Höhenunterschied: 393 m
Fahrzeit: ca.15 min.

Gras-Kart-Fahren
Gras-Kart (alias Bullracer): TÜV-geprüftes Dreirad in massiver Bauweise mit hydraulischen Scheibenbremsen, Liftbügelaufnahme und Qualitätsrahmen, die Fahrt geht über eine gepflegte Abfahrtstrasse

Sommerrodelbahn
Länge: 750 m
16 Steilkurven

Skate- + Funpark
Fitnessbahn mit ca. 400 m Länge
Speed-Bahn mit 400 m Länge
Inline-Slalom
Street-Hockey-Platz: 20 x 40 m
Skater-Lift
Wasserrutsche „Nautic-Jet"
Pendelbahn „Butterfly"
Mini-Seilbahn „Sky-Dive"
Großer Kinderspielplatz

„Flotte Biene?
Für Komplimente bin ich immer zu haben!“



Sabine Groß, Snowboard-Freak.

LEITNER
TECHNOLOGIES

Kompliment! Die neuen, flotten Ka-Bienen von LEITNER steigern das Fahrvergnügen ins Unerreichte: mehr Bewegungsfreiheit, sensationeller Panoramablick, einzigartiger Fahrkomfort. Dafür sorgt unser innovatives Dämpfungssystem, das eine noch nie dagewesene Laufruhe garantiert. Sanft schweben die eleganten Kabinen im futuristischen Design von Pininfarina ihrem Ziel entgegen. Am Berg und in der City. Betreiber schätzen vor allem die große Wartungsfreundlichkeit und den modernen Bedienkomfort. Eine flotte Kabine, für die Sie sich da entscheiden. Kompliment!

LEITNER - Hauptsitz Sterzing/Südtirol
Brennerstraße 34 I-39049 Sterzing
Tel. +39 0472 722 111 Fax +39 0472 764 884
info@leitner-lifts.com www.leitner-lifts.com

www.HMC.it

LEITNER®
ropeways

Vertikales Design im Alpintourismus – Zündstoff vom 17.TFA

200 begeisterte Teilnehmer am 17. TFA (TourismusForum Alpenregionen) vom 27. bis 29. März 2006 in Ischgl gaben dem Branchengipfel Höchstnoten. Forumsgründer Roland Zegg sorgte diesmal unter dem Tagungsmotto „Vertical Design" für viel Inspiration und zündende Ideen. Man blickte angesichts diverser touristischer Herausforderungen über die gängige Phase der horizontalen Kooperationen hinaus und präsentierte Lösungen aus der vertikalen Dimension der Kooperation. Dies wird immer bedeutender, zumal der Gast nur mit einem integrierten Ferienerlebnis zufriedenzustellen ist. Dazu bedarf es jedoch der konstruktiven Vernetzung innerhalb der Wertschöpfungskette einer Destination.

Der studierte Betriebswirtschaftler Hermann Scherer eröffnete den Reigen der TFA-Referate mit seinem kurzweiligen Beitrag über das „Design des unternehmerischen Erfolges".

TFA-Gründer Dr. Roland Zegg, Geschäftsführer der Tourismusberatung „grischconsulta" in Chur, konnte 200 Teilnehmer am 17. TourismusForum der Alpenregionen in Ischgl begrüßen. **Fotos: mak**

Der Themenbogen am 17. TFA spannte sich von „Design des unternehmerischen Erfolges" über „Das weiße Gold – wer soll das bezahlen?" und „Architektur am Berg" bis „Kraftakt: Markendesign und Strukturwandel" bzw. „Vertical Integration".
Hermann Scherer eröffnete den Reigen der Referate mit „Design des unternehmerischen Erfolges". Um heute noch registriert zu werden brauchen wir „Begegnungen im episodischen Gedächtnis", da alle Leute bereits zuviel Information im Kopf hätten. Aber sie würden dafür bezahlen, Spaß zu haben. Um sich Erfolg zu schaffen, sollte man sich fragen: „Was ist das Problem daneben, das es zu lösen gibt (z. B. Skifahren und Ski-Schleppen). Dadurch steige die Wertschöpfungskompetenz. Heute mache die Produkt-Emotion meist den Wert aus – und die gelebte Begeisterung der Mitarbeiter. Es gelte täglich am Unternehmensdesign zu arbeiten, um ein „positives Vorurteil" dem Produkt gegenüber zu erzeugen.

Wer soll das Weiße Gold bezahlen?

Der nächste Block war der Finanzierung der Beschneiung gewidmet. Flims-Laax-Falera und auch die Engadiner Gemeinden finanzieren heute bereits die Beschneiungsanlagen ihrer Bergbahnunternehmen. Silvia Casutt, Gemeinderatspräsidentin in Falera und Verwaltungsrätin in der Weissen Arena AG, erläuterte für erstere das vorbildliche Modell „Finanz Infra AG" (5 Mio. AK, davon 20 % Weisse Arena, 80 % 3 Gemeinden) und Jon Domenic Parolini, seines Zeichens Gemeindepräsident von Scuol und Verwaltungsrat der BB Motta Naluns, für letztere das Modell „Bodenerlöskonto" der Bürgergemeinde. Allerdings musste zuvor das Schneemachen als „service public" akzeptiert werden und die Einsicht bestehen, dass die hiesigen Bergbahnen eine regionalwirtschaftliche Bedeutung haben. Schließlich muss das Image der Bahnen in der Bevölkerung gut sein und alles zusammen in einem politischen Willen münden.
Statt hoher Zinsen für die Banken sehe man den Effekt der Wirtschaftsförderung in der Region, gesicherte Beschneiung und ein besseres Rating für die Bahnen, die somit andere Investitionen vorziehen können, betonte Casutt. Nicht zuletzt steigere sich dadurch die touristische Attraktivität. Umgekehrt wurde die Weisse Arena Bergbahnen AG verpflichtet, über 25 Jahre alle Beschneiungsanlagen zu pachten sowie den Betrieb/Unterhalt der Beschneiungsinfrastruktur auszuführen. Auch Zinsaufwand und jährliche Amortisationskosten müssen die WAB berappen. Andererseits reduziert sich das Fremdkapital durch diese Lösung um 14,8 Mio. Franken.
Für Österreich, das in den letzten 10 Jahren 100 Mio. Euro in die Beschneiung investierte, dachte schließlich Helmut Lamprecht laut über einen „Beschneiungscent" nach und präsentierte verschiedene Wege aus Vorarlberg, Kärnten oder Tirol. Von einem Patentrezept hielt er nichts. Allerdings sei das Bewusstsein der Nutznießer an der „Schneeversicherung", welche fast immer ausschließlich die Bergbahnen bezahlen, noch nicht genug ausgeprägt. Andererseits müssten sich die Bahnen fragen, ob sie ein Mitsprache-/Einspruchsrecht der Mit-Zahler akzeptieren würden, wie es bei Zuschüssen, Beiträgen oder Förderungen durch Dritte üblich ist?

Architektur am Berg

Als Referenten zum zweiten, spannenden Schwerpunkt „Architektur am Berg" beeindruckten das Publikum:

➤ Valentin Bearth: „Alpine Interventionen“
➤ Matteo Thun: „Nachhaltigkeit – Gedanken zur touristischen Belastbarkeit im Alpenraum“
➤ Bettina Plattner-Gerber: „Architektur als Wegbereiter für Emotionen und Erlebnisse – das Beispiel Hotel Castell Zuoz“
➤ Manfred Jäger: „Pardorama Bergrestaurant in Ischgl, erbaut auf Permafrost“
➤ Heinz Julen/Christen Baumann: „Orbit 4000 – Revolutionäre Ausbauprojekte auf dem Klein Matterhorn“.

Abgesehen von den theoretischen Inputs wurden außergewöhnliche Bauten und Projekte vorgestellt wie das „dreampeak“ auf dem Klein Matterhorn. Die Macher dieser extra-orbitalen Schöpfung, Heinz Julen (Künstler) und Ueli Lehmann (Architekt), sehen darin vor, die bestehende Infrastruktur auf dem „kleinen Bruder des Matterhorns“ mit unterirdischem Zugang zum Gletscherpalast, attraktivem Restaurant sowie Übernachtungsmöglichkeiten zu ergänzen. Die wirklich atemberaubende Neuigkeit des „dreampeak“ liegt jedoch in der Erstellung zweier Aussichtsplattformen, welche mit Vertikalliften erschlossen werden – eine liegt direkt über dem Gletscher, die andere auf einer schwindelerregenden Höhe von 120 Metern über dem Berggipfel auf exakt 4 000 Metern über dem Meer!

Ebenfalls außergewöhnlich war das Beispiel „Pardorama“ in Ischgl, das auf Permafrost mittels Hydraulikzylindern errichtete Bergrestaurant, sowie das neue Hotel Castell in Zuoz. Die Vertikale wurde augenscheinlich...

Markendesign und Strukturwandel – Südtirol sticht Graubünden aus

Der zweite Forumstag startete mit dem Vortragsblock „Markendesign und Strukturwandel“ und ließ die Funken sprühen! Dabei zeigte sich, dass man als Nachbarn mit denselben Herausforderungen konfrontiert ist.

Architekt Manfred Jäger realisierte das Bergrestaurant „Pardorama in Ischgl“ mit großen Glas- und Fensterfronten, das auf Permafrost erbaut ist. Es bietet neben einem Bedienungsrestaurant auch einen einzigartigen Kongress- und Veranstaltungsbereich in 2 620 m Höhe.

Wer soll die Beschneiung bezahlen? Die Referenten (v. l. n. r.) Dr. Helmut Lamprecht (GF der Tiroler Fachgruppe der Seilbahnen), Moderator Zegg, Silvia Casutt (Gemeinderätin Flims und Vorstand Weisse Arena AG) und Dr. Jon Domenic Parolini (Gemeindepräsident Scuol) standen anschließend am Podium Rede und Antwort.

„Beim Strukturwandel ist darauf zu achten, dass die (Dach-)Marke von den Produktträgern konsequent getrennt wird, sagte Christoph Engl, Direktor der Südtiroler Marketing Gesellschaft (SMG), welche unter der Dachmarke Südtirol (mit gebündelten Mitteln) Obst, Milch, Speck und Urlaub verkauft. Engl will mit dem Genussland Südtirol einen Platz in den Top-10-Marken Europas erreichen. Südtirol setzt somit um, was in Graubünden möglich wäre – so die Erkenntnis bei der TFA-Podiumsmdiskussion.

Dem gegenüber äußerte sich der Ischgler Alfons Parth, Obmann des fusionierten Tourismusverbandes Ischgl-Paznaun, kritisch zu (Zwangs-)Strukturreformen. Zwar sei dank des Zusammenschlusses mit Galtür, Kappl und See im Paznaun eine Erhöhung der Marketingmittel um EUR 2 Millionen auf EUR 5,5 Millionen möglich geworden, jedoch werde Ischgl dadurch in seiner Entwicklung und als Zugpferd massiv abgebremst.

Auch Gerhard Föger, Leiter der Tourismusabteilung des Landes Tirol, forderte, dass bei hoheitlichen Reformen vermehrt auf lokale Werte und bestehende Tourismusstrukturen eingegangen werden müsse. Dennoch glaubt er an den langfristigen Erfolg der Bündelung der Marketingmittel (100 Mio. € für Tirol), zumal Lenkung von oben auch Unterstützung für die Kleinen garantiere.

Auch in der Schweiz sind solide Voraussetzungen für einen erfolgsversprechenden Strukturwandel vorzufinden, war Guglielmo Brentel, Präsident von Hotelleriesuisse, in seinem Referat „Warum die Schweizer Hotellerie trotzdem gewinnt“ überzeugt. Die weltbekannte Schweizer Markenlandschaft sei eine einmalige Chance, eine Trendwende bei den stagnierenden Logiernächtezahlen herbeizuführen. Die Tourismusverantwortlichen hätten es nun selbst in der Hand, aus diesen Rahmenbedingungen das Beste zu machen und einen gemeinsamen Nenner (respektive Verkauf) zu finden.

Vertical Integration im Tourismus – die neuen Goldgruben

Der letzte Vortragsblock war dem Aspekt „Vertical Integration im Tourismus“ gewidmet. Unter diesem Credo stellen viele prominente Referenten ihre Gedanken und Geschäftsmodelle vor – z. B. der Laaxer Querdenker Reto Gurtner seine neue Produktstrategie zur Alpenarena „designed by customers“. Oder Christoph Bründl (GF der Intersport Bründl Gruppe), welcher die Emotionalisierung und Integration im Sporthandel nach dem Motto „no business without showbusiness“ erläuterte. Oder Albert Wyler, der zeigte, wie die Engelberg-Trübsee-Titlis AG neuerdings Skipass, Disco und Zimmerschlüssel aus einer Hand verkauft.

Last but not least beschrieb der Forumsgründer Dr. Roland Zegg, wo die neuen Goldgruben des alpinen Tourismus liegen und wie sie entdeckt werden können. In diesem Zusammenhang griff er den hochaktuellen Reisetrend des Cheap&Chic auf und erklärte, woher er kommt und wohin er führt. Eindrückliche Vergleiche von Best-Practice-Betrieben, die schon seit Jahren (nicht zuletzt dank vertikaler Integration) mit Erfolg im Budget-Segment in der Schweiz operieren, würden die Wachstumschancen gegenüber der traditionellen Hotellerie unterstützen. „Die Tourismusberatung grischconsulta sieht in der vertikalen Integration die größten Chancen, das Hochpreisland Schweiz im internationalen Wettbewerb fit zu halten und empfiehlt den Bergbahnen, in Low-Budget-Unterkünfte zu investieren“, schloss Zegg das 17. TFA.

Das 18. TFA wird übrigens vom 19. bis 21. März 2007 stattfinden. **mak**

Seilbahnen
im wirtschaftlichen Kontext

Zur Vorarlberger Seilbahntagung 2006 durfte sich die Branche über eine erfolgreiche Saison freuen. Damit auch für die Zukunft das nötige Rüstzeug zur Verfügung steht, standen Wirtschaft und Gesellschaft im Mittelpunkt der Vorträge.

Der neue Obmann der Vorarlberger Seilbahnfachgruppe, Mag. Wolfgang Beck, leitete die Tagung 2006.
Fotos: dwl

Mag. Wolfgang Beck, Obmann der Fachgruppe der Seilbahnen in der Wirtschaftskammer Vorarlberg, sprach von einer „gerechten Schneeverteilung", mit der die Wintersaison 2005/2006 vor allem vielen mittleren und kleinen Liftbetrieben zu einer Umsatzsteigerung von über 11 % verholfen habe. Das Gesamtumsatzvolumen der Vorarlberger Seilbahnwirtschaft hatte dabei 336,73 Mio. Euro bei 10,33 Mio. Skier days betragen.

Die gesamte Wertschöpfung, so Beck, sei aber noch wesentlich höher, nämlich bei 2 Mrd. Euro anzusetzen, da 84 % nicht bei den Seilbahnen, sondern beim Handel, der Gastronomie, den Handwerkern oder auch bei den Medien liegen würden.

Vor diesem Hintergrund sieht man das derzeitige Investitionsvolumen der Branche für die kommende Saison (ohne Mellau Damüls) bei 30 Mio. Euro. 33,3 % würden auf die Seilbahntechnik entfallen, 16 % auf die Pistenpräparierung und 2,7 % auf die Sicherheit. Interessant bei diesen Zahlen wäre auch der Posten „Sonstiges", der mit dem größten Brocken von 48 % zu Buche schlage.

Um im überregionalen und internationalen Wettbewerb erfolgreich zu sein, müsse man die Kräfte bündeln und gemeinsam stärker sein. Deshalb, so der Obmann, könne er auch Preiskämpfe nicht nachvollziehen: „Wir sind nur dann auf dem richtigen Weg, wenn wir marktgerechte Angebote bieten, und unter marktgerecht verstehe ich auch marktgerechte Rahmenbedingungen und Normen, einschließlich Naturschutz." Im Vordergrund aller Bemühungen müsse immer der Mensch stehen, sowohl der Einheimische, der Lebensqualität und Erwerbsmöglichkeiten in der nahen Umgebung suche, als auch der Gast.

Wandel und Reaktion

Dr. Riet Theus unterstrich in seinen Ausführungen die grundlegenden Veränderungen des Umfeldes, die man im Wintertourismus durchgemacht habe. So fallen bei den Gästen bzw. Kunden die ständig abnehmende Aufenthaltsdauer, die Verschiebung der Alterspyramide sowie das ausgesprochene Preisbewusstsein mit direkter Vergleichsmöglichkeit ins Gewicht. Unverändert sei allerdings, dass allein die Nachfrage über den Bedarf entscheide – und das unabhängig von der Betriebsgröße.

Urlaubsqualität müsse vor diesem Hintergrund neu definiert werden. Dabei stehe das Atmosphärische, die immaterielle Qualität des Urlaubs, im Fokus. Der Veränderungsdruck auf die Bergbahnen werde deshalb auch weiterhin stark zunehmen.

Ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Zukunft würde, so Theus, in der exakten Positionierung der Unternehmen liegen und nicht in der Größe: „Je uniformer die Welt wird, je mehr die Lifestyles zwischen Ost und West konvergieren, desto wichtiger wird die lokale Identität, die lokale Verankerung. Die Rückbesinnung auf kleine, überschaubare Einheiten blüht, traditionelle Werte

sind wieder gefragt." Daneben sei das Skibusiness im Grundsatz ein reines Auslastungsgeschäft mit Seilbahnunternehmen in der Führungsrolle. Der wirtschaftliche Erfolg stelle sich sofort ein, wenn es gelinge, die Auslastung über die verschiedenen Saisonzeiten wie Vor-, Haupt- und Nachsaison besser zu verteilen. Und das könne nur mit einem professionellen Destinationsmanagement und entsprechendem Angebot bewerkstelligt werden.

(V. l.): Ing. Friedrich Lins, GF der Vorarlberger Seilbahnfachgruppe, Dr. Gerhard Gürtlich , Sektion Eisenbahn, Wasserbau und Gewässerschutz im BMVIT, und Dr. Riet Theus, Ökonom CH.

Umfeld und Branche

Über die EU und die Bilanz bzw. Erwartungen aus der Erweiterung wusste Mag. Christian Mandl, WKO, zu berichten. Dabei konnte er mit ausgesprochen positiven Zahlen und der Erkenntnis aufwarten, dass Österreich in hohem Maß von der EU profitiert. Das neue Unternehmensstrafrecht bzw. das Unfalluntersuchungsgesetz rückte Dr. Christoph Haidlen, Rechtsanwalt aus Innsbruck, in den Vordergrund.

Am Nachmittag gab es aktuelle Berichte vom Fachverband, dem Marketing Forum und den juristischen und technischen Seilbahn-Aufsichtsbehörden des Landes Vorarlberg bevor man die Tagung mit der Diskussionsrunde „Quote mit Katastrophe – Wie weit soll die Berichterstattung gehen?" beschloss. In diesem hochkarätig besetzten Forum hatten sowohl die Wirtschaft als auch Medienvertreter die Gelegenheit, ihre unterschiedlichen Positionen darzulegen. **dwl**

Interview

Young Mountain: Wie gewinnt man die Gäste von morgen bereits heute?

Die scouts event marketing gmbh hat sich ganz einem Thema verschrieben: dem jungen Wintersportler und seinen Bedürfnissen. Seit Jahren betreut die Grazer Werbeagentur viele Wintersportgebiete in den Bereichen jugendgerechtes Marketing und jugendgerechte Infrastruktur. Dabei stehen meist drei Fragen im Vordergrund: „Wie kann man der Überalterung der Gäste entgegenwirken? Wie bringt man die junge Generation regelmäßig auf Piste und Berg? Wie kann man aus den Jugendlichen von heute die Stammgäste von morgen machen?" Das Konzept „Young Mountain" befasst sich mit genau diesen Fragen. MM sprach mit Mag. Paul Zach über die Eckpunkte des erfolgreichen Ansatzes.

Interviewpartner Mag. Paul Zach von der scout marketing gmbh. aus Graz.
Fotos: actionscouts

MM-FRAGE: *„Herr Zach, worum geht es bei „Young Mountain"? Was sind die Intentionen und die Stoßrichtung?"*

Paul Zach:
„Young Mountain ist ein Konzept zur dauerhaften Verjüngung des Publikums von Wintersportgebieten. Es ist ein erfolgreicher Ansatz, Gäste schon als junge Leute einerseits zu ‚echten' Wintersportlern und andererseits zu regelmäßigen Besuchern bestimmter Skigebiete zu machen…"

MM-FRAGE: *„Kurze Zwischenfrage: Was verstehen Sie in diesem Zusammenhang unter ‚echten' Wintersportlern"?*

Zach:
„Leute, die ihr gesamtes aktives Leben lang regelmäßig Wintersport betreiben. Und zwar öfters als 1 bis 2 mal im Jahr. Das, was in den vergangenen Jahrzehnten an Infrastruktur in den heimischen Bergen aufgebaut wurde, kann langfristig nicht mit Gästegenerationen auskommen, die das Thema Wintersport mit 1 bis 2 Tagesausflügen jährlich ‚abhaken'. Da braucht es mehr: Menschen, die den ‚klassischen Skiurlaub' buchen. Die im Winter 10 bis 20 Tagesausflüge in die verschneiten Berge machen. Die ihre Kinder mitnehmen und auch in ihnen die Liebe zum Wintersport wecken. Ein Beispiel: Ich bin heute Anfang 30. In meiner Kindheit ist jeder, der es sich leisten konnte, mindestens 1 Woche pro Jahr mit den Eltern auf Skiurlaub gewesen. Der jährliche Schulskikurs war ein Fixtermin. Heute sieht es da ganz anders aus und es sind gerade einmal 15 Jahre vergangen…"

MM-FRAGE: *„Kommen wir zurück zu Young Mountain".*

Zach:
„Young Mountain steht auf drei Eckpfeilern bzw. Maßnahmen und vertritt bestimmte, relativ strenge Prinzipien. Die Eckpfeiler sind: Infrastruktur und Image – aufgebaut durch jugendgerechtes Marketing und jugendgerechte PR – und Szeneeinbindung bzw. -integrität. Die erwähnten Prinzipien sind vor allem Nachhaltigkeit und Authentizität."

MM-FRAGE: *„Darauf würden wir gerne näher eingehen. Was verstehen Sie unter Nachhaltigkeit und Authentizität?"*

Zach:
„Beides geht Hand in Hand: Wenn man Konzepte mit einer gewissen Nachhaltigkeit umsetzt, dann steigt damit auch die eigene Authentizität. Aber ich würde lieber vom Begriff Image ausgehen und dann zu den erwähnten Prinzipien zurückkehren: Der junge Gast hat einen bestimmten Grund, warum er in die Berge fährt um Wintersport zu betreiben. Die Grundidee beim Wintersport – das sagt ja schon das Wort – hat sehr stark mit Sport zu tun. Als Wintersportgebiet braucht man daher vor allem Gäste, die wegen ihrer Verbundenheit mit einer bestimmten Sportart regelmäßig wiederkommen. Mit dem viel zitierten ‚Ballermann-Publikum' alleine ist es nicht getan. Dazu kommt, dass Jugendliche ganz besonders stark image-orientiert agieren. Also muss zuerst Wintersport das richtige Image haben bzw. als Betreiber eines Skigebietes sollte man sich im Marketing auf die Aspekte des Wintersportes stützen, die das richtige Image auch wirklich mitbringen."

MM-FRAGE: *„Würden Sie sagen, dass der Wintersport diesbezüglich ein Problem hat?"*

Zach:
„Teils teils… Gerade in Österreich ist der Wintersport ja von fast nationaler Bedeutung. Aber hier geht es nur um den alpinen Rennsport. Studien zeigen jedoch, dass Sport, der sich so nahe am Rande des menschlich Machbaren bewegt, zwar mediales Interesse erweckt, aber nicht unbedingt die Zuschauer dazu bringt, sich auch selbst regelmäßig in genau dieser Sportart zu betätigen. Das ist so ähnlich wie bei fanatischen Skisprungfans – die würden ja auch nicht selber springen… Menschen betätigen sich am ehesten in Sportarten bzw. gehen Freizeitaktivitäten nach, zu denen sie durch Freunde und Bekannte gebracht wurden. Und für die junge

Interview

Generation muss Sport heute auch immer etwas mit Lifestyle zu tun haben. Alpines Skifahren und die Art und Weise, wie es medial vermittelt wird, bietet den Konsumenten aber lediglich ein eher bescheidenes ‚Lifestyle-Paket'… Daher sind Sportarten wie Snowboarden und Freeskiing (New School Skiing) wesentlich geeigneter, das notwendige Image für den Wintersport zu erzeugen. Was in keiner Weise bedeutet, dass alle, die diesem Image nacheifern und sich quasi ein Scheibchen vom angebotenen ‚Lifestyle-Kuchen' abschneiden, auch wirklich am Snowboard oder auf den neuen Freestyleskiern steht. Aber Wintersport bietet in diesen trendigen Bereichen einfach auch die notwendigen Anhaltspunkte bzw. Identifikationshilfen: Kleidung, Musik, Auftreten, etc. – eben einen ganz bestimmten Lifestyle."

Für die junge Generation muss Sport heute auch immer etwas mit Lifestyle zu tun haben – wie z. B. Freeriden am Kaunertaler Gletscher.

MM-FRAGE: *„Das bisher gesagte betrifft den Wintersport als Ganzes. Was kann ein einzelnes Skigebiet tun, um junge Gäste über Image und entsprechendes Angebot zu gewinnen?"*

Zach:
„Hier kommen die anderen erwähnten Begriffe ins Spiel. Zualler-

Interview

erst braucht man eine gewisse Infrastruktur. (Fast) Jedes Skigebiet beschneit seine Pisten perfekt und hat die Präparation im Griff. Aber was wird getan, um auch die zehnte Abfahrt noch spannend zu machen? Wir sehen hier zwei Wege, die sich natürlich nicht ausschließen:
Erstens das immer stärker werdende ‚Freeriden', was ja nichts anderes als das immer schon bekannte Variantenfahren ist. Viele Wintersportgebiete haben exzellente Freeridemöglichkeiten, sind sich dessen auch bewusst, überlassen es aber völlig dem einzelnen Gast, herauszufinden, was interessant sein könnte. Mit unserem Marketing betreuen wir Destinationen teilweise ausschließlich unter dem Gesichtspunkt, die guten Freeridemöglichkeiten auch allgemein bekannt zu machen. Dafür braucht es vor allem die richtigen Fotos und Filmaufnahmen (mit den richtigen Sportlern/Imagebildnern darauf) und Veröffentlichungen in den jeweils relevanten Medien bzw. Videoproduktionen.
Die zweite Möglichkeit ist die Schaffung eines Lifestylezentrums innerhalb des Gebietes. Meistens entstehen solche Zentren rund um Snowparks – allerdings nur im Falle guter, funktionierender Snowparks, die ein breites Publikum anzusprechen vermögen. Mit unserem Snowpark-Label ‚Quality Snowparks' betreuen wir eine Vielzahl der relevanten Parkprojekte in Österreich. Dabei wird immer darauf geachtet, dass der Snowpark nicht nur für Profisportler geeignet ist, sondern auch große Bereiche für Skischulen, Familien, etc. bietet – ein echter Vergnügungspark sozusagen. Wobei natürlich auch die großen Elemente nicht fehlen dürfen und der Park auch von bekannten Profisportlern benutzt werden muss, damit er die notwendige mediale Präsenz bekommen kann. Auf solche Art betrieben hat ein Snowpark dann auch wirklich schöne Benutzerzahlen!"

MM-FRAGE: *„Wie viele Benutzer hat z. B. ein solcher Park?"*
Zach:
„Unsere großen Snowparks – wie z. B. der mehrfach ausgezeichnete Intersport Novapark auf der Silvretta Nova – locken sehr viele Gäste an: Da werden an schönen Tagen ca. 400 Karten speziell für Snowpark-Benutzer verkauft und es nützen pro Tag mehrere tausend Besucher, die ohnehin im Gebiet sind, die verschiedenen Elemente und fahren durch den Park. Ein professioneller Snowpark ist einfach eine der wichtigsten Attraktionen eines Wintersportgebietes!"
MM-FRAGE: *„An diesem Punkt kommt also die Szeneeinbindung ins Spiel?"*
Zach:
„Ja genau. Und auch diese verläuft auf mehreren Ebenen. Einerseits braucht man zur Imagebildung und in weiterer Folge zur Steigerung der Benutzerzahlen unbedingt die Stars der jeweiligen Szene. Sprich die angesagtesten Snowboarder und Freeskier, die die Kids aus den szenerelevanten Medien kennen. Und die kommen nur dann, wenn sie vor Ort perfekte (Trainings)Möglichkeiten vorfinden und aktiv an ein Skigebiet herangeführt werden – auch einer unserer Jobs…
Andererseits muss unbedingt die jeweils regionale Szene – also die sportbegeisterten Jugendlichen aus der jeweiligen Gegend – eingebunden sein. Echte Lifestylezentren in Wintersportgebieten können langfristig nur zusammen mit einer starken lokalen Szene entstehen. Und man muss die lokale Szene nicht nur einbinden, sondern auch aktiv stärken. Womit wir schlussendlich wirklich bei den Begriffen Nachhaltigkeit und Authentizität angelangt wären:
Nachhaltig sind Konzepte, die ‚dem Sport' und den Ausübenden langfristige Möglichkeiten eröffnen, die ohne das jeweilige Projekt nicht gegeben wären. Solche Projekte haben dann auch wirkliche Relevanz in der Szene. Das lässt sich leicht anhand eines Snowparks erklären: Wenn man als Skigebiet keinen ‚Alibi-Park' betreibt, sondern eine professionelle, täglich gewartete Anlage mit eigenem Personal, dann schafft man Möglichkeiten sowohl für die Benutzer vor Ort (lokale Szene), den ‚Sport' (Profisportler, Industrie) und die Gäste (egal ob aus dem In- oder Ausland). Wenn man ein solches Projekt über mehrere Jahre hinweg betreibt, dann hat man nach einer gewissen Zeit eine ganz neue Bedeutung für verschiedene Personenkreise – man hat einen echten, nachhaltigen

Gut funktionierende Snowparks bilden ein Lifestyle-Zentrum und ziehen Publikum an. Im Bild der Snowpark in Waidring, Tirol.

Interview

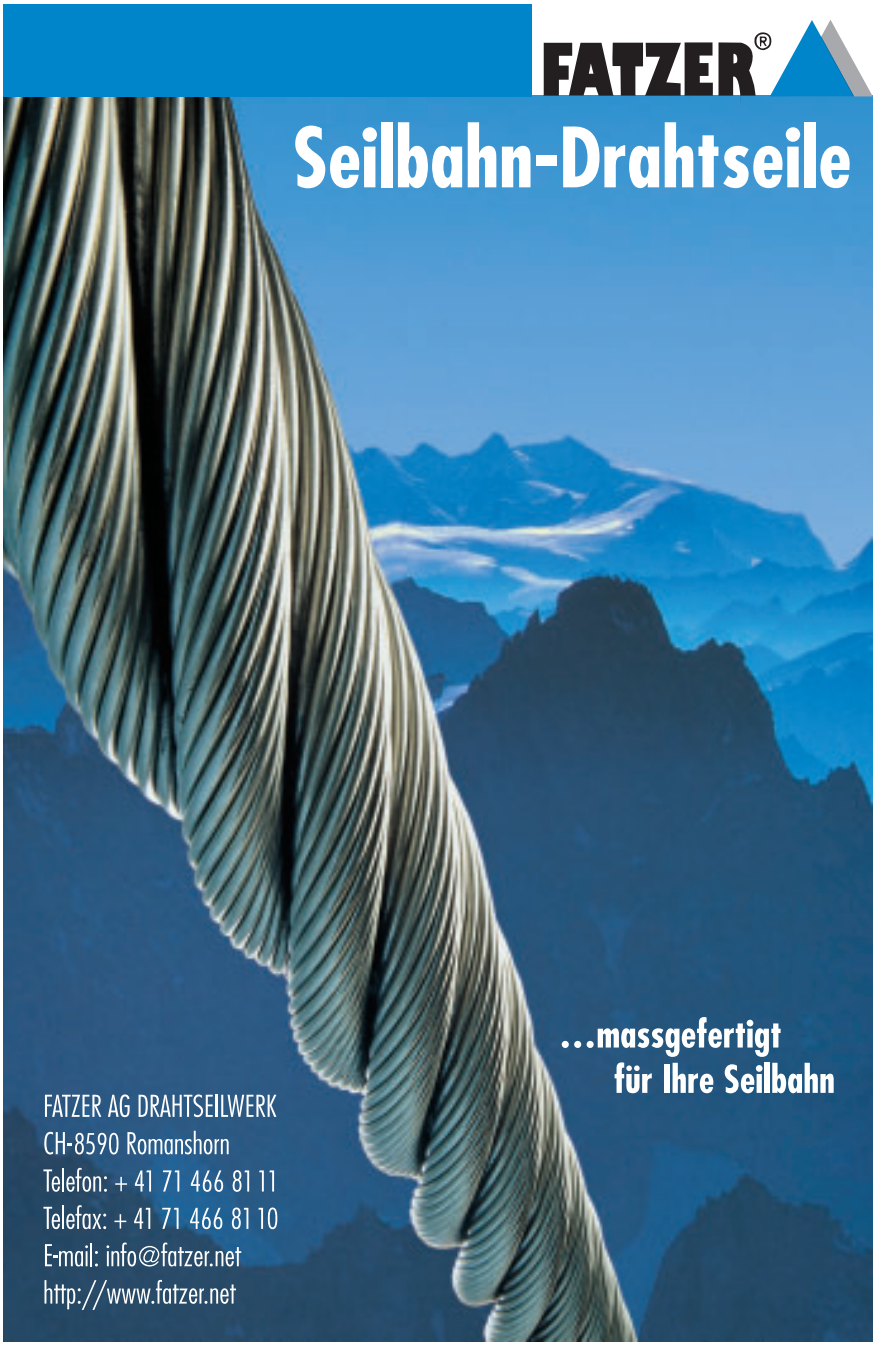
Wert geschaffen. Wenn es das Projekt dann einmal nicht mehr gäbe, würde es definitiv fehlen.
Der Begriff der Authentizität geht von einer Grundüberlegung aus: Wenn man junge Gäste haben will, muss man etwas für sie bieten/tun. Und es macht in der Wahrnehmung einen riesigen Unterschied, ob man innerhalb von aufgesetzten Marketingstrategien agiert, die letztlich leider oft mehr oder weniger gute Täuschungen sind – oder vom Grundgedanken ausgeht, mit dem, den man als Gast haben möchte, eine einigermaßen faire Koexistenz einzugehen. Wenn man durch massives Marketing Angebote anpreist, die in der Realität nicht adäquat bestehen, dann nutzt man den Jugendlichen, den man ja immerhin letztlich am liebsten als Stammgast für sein restliches Leben gewinnen möchte, über seine Bedürfnisse und Wünsche aus. Und man sollte sich nicht der Illusion hingeben, dass das nicht durchschaut wird. Wenn man es hingegen schafft, einen jungen sportbegeisterten Gast ‚anzulocken' – letztlich die wichtigste Aufgabe von Marketing und PR – und er vor Ort dann auch wirklich ein tolles entsprechendes Angebot vorfindet, dann hat man ihn mit hoher Wahrscheinlichkeit dauerhaft gewonnen. Mit so einer Herangehensweise signalisiert man, dass man seine Gäste auch wirklich als Menschen mit Bedürfnissen akzeptiert – und nicht als ‚Melkkühe' mit dicken Brieftaschen sieht... Das heißt in keiner Weise, dass man mit den Jugendlichen kein Geld verdienen darf – ganz im Gegenteil: Sie gehören heute zu jenen Schichten, die für die Dinge, die ihnen wichtig sind, pro Kopf vergleichsweise sehr hohe Summen ausgeben! Aber der Unterschied zwischen authentischen Angeboten und Abzocke wird durchaus wahrgenommen."

MM-FRAGE: *„Versuchen Sie noch einmal kurz zusammen zu fassen, wie ein Skigebietsbetreiber bei der Verjüngung vorgehen soll."*

Zach:
„Wenn man im Skigebiet seine Gästeschichten verjüngen möchte, bzw. neue Generationen von Stammgästen gewinnen möchte, dann muss man junge Leute zu seinen Besuchern machen. Die Jugendlichen kann man nur über richtiges (authentisches) Image gewinnen. Dafür braucht man als Grundlage zuerst einmal die richtige Infrastruktur – also z. B. einen professionellen Snowpark mit angeschlossener Gastronomie etc. Diese Infrastruktur muss durch gezieltes Marketing beworben werden. Zum Marketing in diesem Bereich gehört vor allem das Erzeugen von redaktionellem Output in den relevanten Medien und die Präsenz der jeweiligen Stars (Sportler) vor Ort. Zusätzlich muss man versuchen, die lokale Szene der sportbegeisterten jungen Leute zu stärken und zu unterstützen – sie sollte voll hinter den Aktivitäten des Heimatskigebietes stehen. So kann man über einen Zeitraum von mehreren Jahren zu einem wirklichen Zentrum für jungen, trendigen Wintersport werden. Und die Gäste, die man heute als Jugendliche gewinnt, kommen morgen und übermorgen als Stammgäste mit ihren Familien wieder.

MM: *„Herr Zach, wir danken für das Gespräch."*

Infos:
scouts event marketing gmbh, Humboldtstrasse 4, 8010 Graz, Österreich
Tel .: +43 (0)316 677755, Fax : +43 (0)316 677755 44
scouts@actionscouts.com, www.actionscouts.com



ALPITEC und ProWinter 2006: Experiment „Doppelpack“ gelungen

Mit insgesamt knapp 9.500 Besuchern an drei Messetagen schloss Anfang April die erstmals durchgeführte Doppelmesse Alpitec/ProWinter 2006 in Bozen. Für die Veranstalter ist dies ein gutes Ergebnis. Bei den Ausstellern hat die Ausrüstermesse ProWinter mit 287 Nennungen die positive Entwicklung der vergangenen fünf Jahre fortgesetzt und die Frühjahrs-Alpitec mit 148 vertretenen Unternehmen sich vor allem als wichtige italienische Winterfachmesse präsentiert. Neu waren – aus Kostengründen – die relativ kleinen Stände mit wenig Exponaten. Die Information stand im Vordergrund...

Blick von der Galerie auf die ALPITEC 2006: die Schneeerzeuger-Firmen sorgten für die meisten Neuheiten und Exponate. **Fotos: Messe Bozen**

Insgesamt 7 000 m² Fläche nahmen die Standpräsentationen der diesjährigen ALPITEC ein. Die meisten von ihnen, wenn auch nicht alle – vor allem nicht der großen Leitfirmen – erreichten den Standard der Vorjahre. Es fehlten die großen Repräsentationsflächen der internationalen Multi-Anbieter. So suchte man die Pistenfahrzeuge als spektakuläre Eyecatcher vergebens. Der Informationstiefe tat dies im allgemeinen Besucherfazit anscheinend keinen Abbruch – ein echtes Feedback wird aber wohl erst das Besucherinteresse bei der nächsten ALPITEC darstellen können. Bewegung brachten vor allem die Schneeerzeuger-Firmen sowie die Hersteller von Einstiegs- und Aufstiegsförderbändern mit teils aufwändigen Modellen in den Messerundgang. Neue Produkte „live“ zeigten auch die einschlägigen Lieferanten von Sicherheitsausrüstungen und Pistenausstattungen, komplettiert wurde das ALPITEC-Technikangebot durch Alternativ-Sportgeräte und die Präsentation von Kassen- und Zutrittssystemen.

Typische Stimmung auf der 5. ProWinter, die mit 287 Ausstellern fast doppelt so groß wie die ALPITEC war.

Interessantes Rahmenprogramm

Wie erwartet, war die ALPITEC 2006 nicht die Messe der großen Neuheiten. Dafür war das Rahmenprogramm wieder einmal eine Reise wert. Neben der Jahrestagung des italienischen Seilbahnverbandes ANEF boten zahlreiche Fachdiskussionen Branchen-Information pur. Dabei ermöglichte der „Crossover“-Charakter der Doppelmesse ALPITEC/ProWinter 2006 interessante Blickwinkel der behandelten Fragestellungen:

➤ Fragen der Sicherheit sowie anhaltende Sporttrends und ihre Auswirkungen auf Pistengestaltung und Skibetrieb behandelten zum Beispiel die ÖSV-Präsentation „Frauen-Powder – sicher am Ski“ sowie das „Italian Snowboard-Forum“, das sich unter anderem mit Ausbildungsgrundlagen auseinander setzte.

➤ Ein Highlight war sicherlich das Symposium „China – die Herausforderung“, bei dem kompetente Referenten die Möglichkeiten für Investoren aus der Sportgeräte- und Bekleidungsindustrie bzw. Wintertechnik im aufstrebenden Reich der Mitte skizzierten.

Besucherumfrage: Gute Noten

Eine erste Auswertung der in Zusammenarbeit mit dem Veroneser Marktforschungsinstitut RPM durchgeführten Besucherumfrage ergab, dass sich knapp 52 % der Besucher vorrangig für das ProWinter-Angebot interessierten, 26 % zielten auf die ALPITEC-Wintertechnik, die übrigen Experten besuchten ausdrücklich beide Messen (22 %). Jeweils deutlich über 90 % der Befragten zeigten sich zufrieden mit den vorgestellten Marktneuheiten, den Kontakten zu ausstellenden Lieferpartnern und den Möglichkeiten zu neuen Geschäftskontakten. Gleiche Ergebnisse er-

zielte das Messedoppel auch hinsichtlich der Angebotsbreite und -tiefe sowie seines Charakters als repräsentativer Branchentreffpunkt. Gute 75 % der Befragten würdigten dabei das Rahmenprogramm als ansprechend. Die Kombination beider Messen beurteilten über 80 % der Befragten als „gut bis sehr gut", 11, 5 % zeigten sich mit der Parallelveranstaltung „zufrieden".

Bei der ALPITEC-spezifischen Besucherstruktur ergab die Befragung folgendes Bild: Knapp 34 % der Besucher interessierten sich für Aufstiegsanlagen, 17 % informierten sich über Maschinen zur Pistenpflege, während 11,4 % resp. 7,6 % gezielt Angebote der Pistenausstattung sowie der Schneeerzeugung nachfragten. Mit rund 98 % sah die breite Mehrheit der ALPITEC-Besucher dabei ihre Erwartungen bestätigt, wobei 55 % der Messe einen „guten Gesamteindruck" bescheinigte. Knapp 80 % der Befragten sprachen sich zudem für Bozen als idealen Standort für eine Wintertechnik-Fachmesse aus.

Die nächste Auflage der ProWinter in Bozen findet vom 12. bis 14. April 2007 statt – vermutlich wieder als Doppelveranstaltung. **pd/mak**

Frey AG übernimmt Fernüberwachung von EAG

Die Frey FUA AG, eine Tochterfirma der FREYAG STANS, übernimmt von der EAG Elektronik Apparatebau GmbH. aus Markt Schwaben den Geschäftsbereich Fernüberwachungs- und Signalanlagen für Seilbahnen.

Die EAG Elektronik Apparatebau GmbH. Markt Schwaben genießt seit Jahrzehnten in der Seilbahnindustrie einen hervorragenden Ruf für Spitzenqualität und innovative Technik bei Produkten und Dienstleistungen im Bereich Fernüberwachungs- und Signalanlagen. Diese Anlagen dienen u. a. der berührungslosen Übertragung von Fahr-, Zustands- und Sicherheitssignalen und genügen den höchsten Ansprüchen in punkto Sicherheit und Verfügbarkeit. Die Gesellschafter der EAG Elektronik Apparatebau GmbH ziehen sich altersbedingt sukzessive aus dem Geschäft zurück. Zusammen mit dem langjährigen Geschäftspartner FREY AG STANS, der seit 40 AG Jahren Partner der Seilbahnbauer im Bereich Antriebssteuerung ist, konnte eine optimale Lösung für die Zukunft gefunden werden.

Die Tochterfirma Frey FUA AG hat mit einer Betriebsstätte in Markt Schwaben die Aktivitäten im Bereich Fernüberwachungs- und Signalanlagen der EAG Elektronik Apparatebau GmbH samt dem bestehenden Personal und natürlich auch samt den Vertriebsrechten für alle Produkte und Dienstleistungen per 1. April 2006 übernommen. Die Frey FUA AG wird den Betrieb im Sinne des Gründers Wilfried Teichmann weiterführen. Teichmann wird sich in der Frey FUA AG in Zukunft vermehrt den Belangen Forschung und Entwicklung widmen.

Folglich können sich die Kunden auch in Zukunft auf die bewährten Produkte und Dienstleistungen der ehemaligen EAG Elektronik Apparatebau GmbH absolut verlassen.

Das Firmengebäude der Frey AG in Stans. **Foto: Frey AG**

SISAG
ELECTRIC + SAFETY EQUIPMENTS

?

...und Sie? Kontaktieren Sie uns!
...et vous? Contactez-nous!
...e lei? Contattateci!
...and you? Contact us!

GENIAL! INNOVATIV! WELTWEIT!

CH-6460 Altdorf • Fon 041 875 07 11 • sisag@sisag.ch • www.sisag.ch
CH-1870 Monthey • Fon 024 472 95 95 • sisag.monthey@sisag.ch • www.sisag.ch

ALPITEC und Prowinter: Momentaufnahmen

Die erste Doppelmesse ALPITEC und ProWinter in Bozen vom 6.–8. April brachte einen guten Überblick über das Angebot der meisten für den Wintersport produzierenden Industrie- und Serviceunternehmen. Wenngleich sich die Anzahl echter Neuheiten in Grenzen hielt, wollen wir etliche Messehighlights in alphabetischer Reihenfolge Revue passieren lassen.

BOMAG aus Boppingen (D) ist mit der Einführung der 5 m breiten SNOW-PLATE 5000 für die moderne Art der Pistenpräparierung zufrieden. Das Gerät wird anstelle herkömmlicher Fräsen an Pistenfahrzeuge angehängt und seine 2 Vibrationseinheiten via Hydraulik-

pumpe angetrieben. Im Bild (v. l. n. r.) Markus Stranniger, Frank Brachtendorf und Geschäftsführer Lutz. **Foto: mak/dwl**

Brandauer Ges.m.b.H.
Der Spezialist für Sommerrodelbahnen präsentierte den Messebesuchern in Bozen Komfortverbesserungen seines Systems. So wurden die Sitzschalen verlängert und der Auffahrschutz optimiert. Die Dämpfungseigenschaften wurden weiterentwickelt, sodass ein Fahren mit den Sommerrodeln nun noch bequemer ist. Erstmals ausgestellt wurde das Schleppsystem, mit dem die Rodeln sicher und schnell zum

Großes Interesse erregten die Neuerungen des Brandauer Rodelsystems.

Startplatz transportiert werden. Im Blickpunkt der Gespräche stand natürlich auch die Sicherheit, die bei Brandauer groß geschrieben wird. In der Praxis bewährt haben sich dabei u. a. das dreiteilige Bremssystem und die Verwendung von Sicherheitsgurten, wobei man Kinder unter 7 Jahren mit einem zusätzlichen Sicherheitsgurt vor den Erwachsenen positioniert.

Ing. Robert Vockenhuber, GF der CARVATECH Karosserie & Kabinenbau GmbH., präsentierte die neuesten De-

signs bei Fahrbetriebsmitteln, u. a. ein Modell der 68-plätzigen Standseilbahn für die Stadt Mondovi, Piemont (I). Dabei wurden die futuristisch wirkenden Vorgaben des Automobil-Designers Giugiario zu 100 % übernommen.

Compac GmbH
Das Südtiroler Unternehmen mit Stammsitz in Gossensass stellte eine Fernbedienung für sein modular aufgebautes Förderband vor, deren Reichweite bis zu 500 m ausgelegt ist. Sie unterstützt und erleichtert die Arbeit der Betreiber und Skilehrer. Weiters wurde ein automatischer Neustart präsentiert. Bei positivem Signal aller Sicherheitseinrichtungen startet das

Wolfgang Clazzer demonstriert die Funktionsweise eines Compac-Förderbandes.

Band damit automatisch. Die Lenksäule kann auf diese Weise auch während des Bandbetriebes abgeschlossen und vor unbefugtem Benützen gesichert werden.
Großes Interesse erregte die neue Förderband-Überdachung. Sie besteht aus 4 mm starken Polycarbonatplatten, die durch verzinkte Stahlelemente verbunden werden. Die halbrunde Form ist nicht nur schönes Designelement, sondern gewährt vor allem ein großzügiges Raumgefühl. Je nach Kundenwunsch kann alle 3 m entweder links, rechts oder beidseitig vom Band ein Notausstieg integriert werden. Nach den zugrunde liegenden statischen Berechnungen ist die Überdachung für große Schneelasten und hohe Windgeschwindigkei-

ten geeignet. Getüftelt wurde außerdem an der Sicherheit des Bandes, wobei u. a. die „Augen" (Sicherheitssensoren) noch schöner abgerundet und noch exakter positioniert wurden.

FUCHS Lubrication stellte seine neuen Vertretungen in Tschechien und der

Slowakei vor. Im Bild(v. l. n. r.): Jan Cholensky (CZ), Miroslav Kolencik (SK), Helmut Eberl (A) und Dr. Welponer (I).

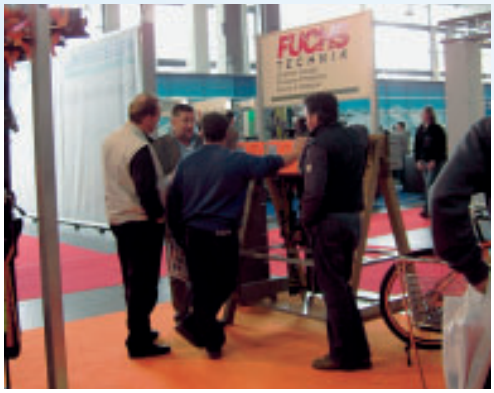
Für die versperrbaren Skiständer „SNOWpolice" bei Fuchs Technik aus Innichen interessierten sich viele Kunden. 2. von links: GF Peter Fuchs.

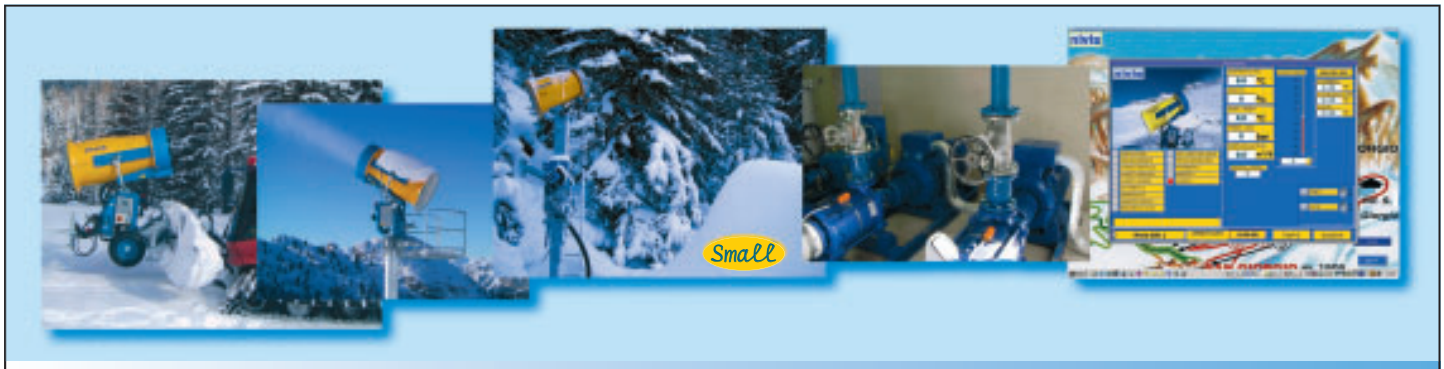
GIFAS ELECTRIC-Vertriebstechniker Alois Schmidhuber – im Bild mit Multifunktionsleuchte – hatte eine Reihe Neuheiten nach Bozen mitgebracht wie z. B. Alu-Energiesäulen, Zwischenverteiler 250 A für Bergbahnen oder die Arbeitsleuchte StabiLED.

GEMINI hat eine neue Generation der Propellermaschine „Frau Holle" vorgestellt, die über einen aerodynamisch verbesserten Düsenring verfügt. Der neue Turbinenauslass bewirkt eine effektivere Wurfcharakteristik. Die bewährte Düsengeometrie Fein-/Grobloch kombiniert wurde beibehalten, jedoch der Anstellwinkel der Düsengruppe optimiert. Weiters wurde der Nachkühler beim Kompressor überarbeitet, um das Grenztemperatur-Verhalten nochmals zu verbessern um ca. 0,5° C. Und schließlich gibt es nun ein hochverfügbares Steuerungskonzept (HVS), wodurch die Maschine bei den meisten Störungen in redundanten Zustand fällt und weiter produzieren kann (Notprogramm). Im Bild GF DI Gerald Reisenauer, Verkaufsleiter Gerhard Fladenhofer und Ing. Markus Pöll (Entwickler Fa. Berchtold).

Für IDE aus Israel war es die erste Seilbahnmesse, obwohl die Grundlage für ihren „All Weather Snowmaker" die seit

15 Jahren bewährte „Vacuum Ice Technology" ist. Damit ist laut Moshe Tessel (rechts) Schneeproduktion bei jeder beliebigen Temperatur möglich – und zwar bis zu 2000 m³/Tag.



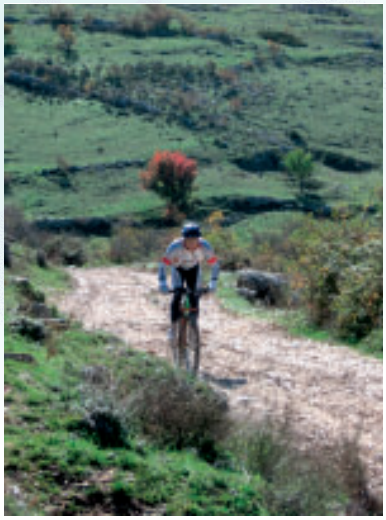


nivis® GmbH · I-39049 Sterzing · Industriezone Unterackern
Tel. +39 0472 764204 · Fax +39 0472 751220 · info@nivis.it · www.nivis.it

DI Josef Nägele vom Institut für Logistik

und Fördertechnik (Stuttgart) brachte als Neuheit magnetinduktive Prüfgeräte mit Abhebevorrichtung, die ein Überfahren der Stützenschuhe erlauben, ohne dass ein Fahrwerk mitfahren muss, mit. Bei der Visuellen Seilkontrolle wurde die Beleuchtung optimiert.

Italstern Srl.
Roberto Marocchi, Italstern, und Riccardo Tomasi, Produzent von Dokumentarberichten, haben sich zum Ziel gesetzt, den Sommertourismus in Italiens Bergen zu fördern. Zu diesem Zweck organisiert man vom 4. bis zum 6. August im Naturpark „Parco Nazionale delle Majellele" die „Verdestate 2006". Die Patenschaft für dieses Großereignis haben bekannte Institutionen, wie der Naturpark Stilfserjoch, die Dolomitenregion Hochabteital, Nationalpark Majella, und die „comunitá" Montana Altosangro delle Cinquemila übernommen. Erwartet werden über 100 000 Gäste, denen man Sommerattraktionen der Bergwelt nahe bringen möchte. Am Programm stehen Mountainbiking, Ecotourismus, Spezialsports, Musik, lokale Küche und Folklore. Hauptattraktion soll ein internationales Mountainbike-Rennen mit den Disziplinen Abfahrt, Marathon und Trial werden.
Infos gibt es unter:
++39 030 966521 oder
++39 030 9665278,
www.verdestate 2006.com



Mountainbiking ist ein Highlight beim Verdestate 2006.

Kaser GmbH
Dr. Alex Rungger und sein Team konnten sich in Bozen über internationalen Messebesuch freuen. Anwesend waren u. a. Delegationen aus den USA, Kanada, Bulgarien und Südkorea. Die Stärken von Kaser, ihre Förderbänder gezielt auf die Wünsche der Kunden abzustimmen, erfreuen sich damit immer größerer Beliebtheit, was sich auch in entsprechenden Aufträgen und Umsatzzahlen bemerkbar macht. So durfte man sich zu Jahresbeginn schon über 10 Aufträge freuen.

Maßgeschneiderte Konzepte schätzen die Kunden der Kaser GmbH.

Neben China, wo man für eine Skihalle in Shanghai Förderbänder installierte, oder Japan, wo man schon seit einiger Zeit erfolgreich ist, wird man mit Hilfe kompetenter Partner nun auch den bulgarischen und russischen Markt in Angriff nehmen. Erfolge kann man dazu aus Spanien melden. Gemeinsam mit dem Partnerunternehmen CASLI konnte man hier schon 5 Aufträge realisieren und gleich mit einer Neuheit aufwarten. Anfang Mai wird in „Las Margas" das 1. Förderband mit einer Breite von 1,2 m in Betrieb gestellt.
Bei den Produkten stellte Kaser den neuen Skicarpet Junior und Maskottchen Kasimir vor. Für Kinderparks liefert man in Kooperation mit GEA nicht nur die Ausrüstung, sondern entwickelt auch maßgeschneiderte Konzepte.

Leitner-Gruppe
Bei Leitner und Prinoth standen bewährtes Know-how und internationaler Erfolg im Mittelpunkt vieler Gespräche. Dabei ließ man vor allem mit interessanten Perspektiven in China aufhorchen (vgl. dazu Fokus China, S. 12–13)

LENKO und SNOWSTAR traten erstmals auf einem gemeinsamen Messestand auf. Die Unternehmen haben eine Vertriebsvereinbarung für die Märkte Italien, Österreich, Spanien und Deutschland abgeschlossen, um die Präsenz sowie Servicequalität zu erhöhen bzw. Synergien zu nutzen. Erster Erfolg: LENKO realisierte das Projekt „Mutterer Alm" bereits mit Pegasus-Lanzen von SNOWSTAR. Für die Saison 06/07 kündigte LENKO wieder eine neue Propellermaschine – mit – 7-eckigem Düsenkranz – an.

LERIPA-Verkaufstechniker Hubert Mayrhofer konnte u. a. wieder 3–4 neue

Robalon-Anwendungen wie z. B. Scheuerschutzleisten für Pistengeräte-Garagen, Kotflügel und Überwurfschutz für Pistengeräte, Schleppteller für Kinderlifte oder Schrägrollen und Schachtabdeckungen für Standseilbahnen herzeigen.

MONTANA

Ausgesprochen positive Rückmeldungen kann MONTANA mit der neuen Design-Linie der Robotergeneration Crystal Diamond verbuchen. Auch das neue Aufbewahrungssystem abs plus kommt bei den Kunden sehr gut an. Geschätzt wird die Verwendung hochwertiger Materialien wie verzinktes Stahlblech oder Edelstahlkomponenten sowie insgesamt Langlebigkeit und Stabilität des Systems. Durch die unterschiedlichen Designmöglichkeiten in der Farbgestaltung bleiben auch hier keine Wünsche offen.

Grundsätzlich sieht MONTANA den Trend in Richtung Automatisation und damit hin zur schnellen und professionellen Bearbeitung von Skiern und Boards noch immer ungebrochen. Umso erfreulicher ist auch der hohe Zuspruch, den MONTANA Skiservice-Werkstätten gerade in Südtirol für sich verbuchen können. Im Roboterbereich definiert sich MONTANA deshalb aufgrund jüngster Erfahrungen auch als klarer Marktführer.

Die neue Robotergeneration Crystal Diamond kombiniert Design und beste Schleifergebnisse.

NILS: Der Südtiroler Schmierstoff-Experte – im Bild Verkaufsleiter Martin Holzer – nützte die Messetage zu intensiven Kundenkontakten bzw. Geschäftsan-

bahnungen und präsentierte die breite Palette seiner Spezialprodukte für Seilbahnen und Pistenfahrzeuge.

Reichmann & Sohn GmbH

Bedingt durch die erfolgreiche Marktpräsenz konnte man bei Reichmann eine Verstärkung des Mitarbeiterteams in Italien und Deutschland melden und sich auf der ProWinter über gute Gespräche freuen. Die Qualität der Ski- und Snowboard-Servicemaschinen fin-

FHP

FOIDL HEGLAND & PARTNER AG

Bauingenieure, Chur und Thusis

Strassen- und Gleisbau | Konst. Ingenieurbau | Beschneiungsanlagen | Kommunaler Tiefbau | Grund- und Wasserbau

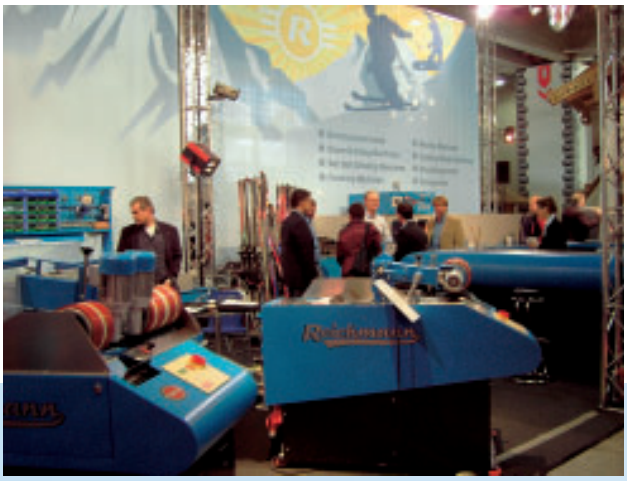
Sägenstrasse 4
CH-7002 Chur
www.fhp.ch

Tel. 081 258 48 48
Fax 081 258 48 49
mail@fhp.ch

Strassen-, Gleis- und kommunaler Tiefbau
Beschneiungsanlagen / Grund- und Wasserbau
Konstr. Ingenieurbau / Gesamtprojektleitungen

Rosenrollweg 6
CH-7430 Thusis
www.fhp.ch

Tel. 081 258 48 28
Fax 081 651 40 91
mail@fhp.ch



Der Reichmann-Stand war Treffpunkt vieler Branchenprofis auf der ProWinter.

det auch in Südtirol bzw. Italien generell immer mehr zufriedene Anwender.

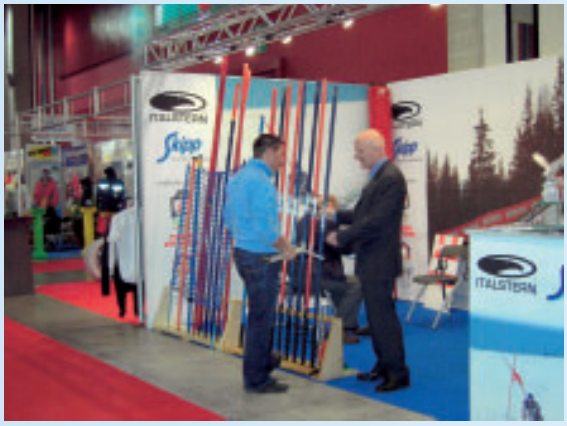
Im Mittelpunkt der Präsentation stand dieses Jahr die neue DTS-U Pro, mit der 4 Kanten in einem einzigen Arbeitsgang bearbeitet werden können. Die Steuerung erfolgt durch ein Touchpanel, wobei man unter 5 Bediensprachen wie Deutsch, Englisch, Italienisch, Französisch und Polnisch wählen kann. Die weiteren Pluspunkte der DTS-U Pro liegen in einer speziellen Aggregatsanordnung und einem automatisierten Vorschub, der für eine präzise Kantengeometrie über die gesamte Ski- und Boardlänge sorgt.

Auch im Service geht Reichmann innovative Wege. Ein maßgeschneiderter Service-Vertrag ist hier die Grundlage für optimale Maschinenleistung, perfekte Bearbeitungsergebnisse und zufriedene Kunden.

Rottensteiner Gottfried & Co.KG

Bei den Skipp-Slalomstangen, die man bei Rottensteiner propagiert, standen die letzten Monate ganz im Zeichen neuer Materialmischungen. Ziel der Arbeit ist es, den hohen Anforderungen, die gerade niedrige Temperaturen mit sich bringen, gerecht zu werden. Dabei sollen die Stangen bruchsicher und widerstandsfähig sein, aber auch leicht bleiben. Mit der Kunststoffmischung, die Rottensteiner nun entwickelt hat, ist man auf dem richtigen Weg. Mit einer 10 %igen Gewichtsreduktion im Vergleich mit anderen Varianten sowie einer ausgesprochen stabilen Ausführung der Skipp-Stangen trifft man die Wünsche von Skiläufern und Slalom-Kursbauern gleichermaßen. Zur Messe freute man sich über viele Kundenbesuche und konstruktive Gespräche. Dazu wird die Kundenliste von Rottensteiner immer internationaler. So konnte man in den letzten Wochen und Monaten erstmals Aufträge aus der Ukraine, Russland und dem Iran verbuchen. Konstant gute Geschäfte macht man mit skandinavischen Ländern, erste Kontakte gibt es mit China.

SKIDATA Product Manager Harald Bacher demonstrierte das Prinzip der neuen Freemotion-Zugangslösung: das Drehkreuz geht nur bei fehlender Zugangsberechtigung hoch! Dadurch hat der Gast wesentlich mehr Bewegungsfreiheit und Komfort – ein Pluspunkt im Destination Management.



Material und Praxiserfahrungen mit den Skipp-Stangen standen im Zentrum vieler Kundengespräche bei Gottfried Rottensteiner (r.).

SEIK stellte neben dem bewährten Seilkran eine neue Dreipunkt-Seilwinde

(1 600 m Seil) von Kyburz für mobile Materialtransporte im Langstreckenbereich aus. Im Bild Florian Stütz (Marketing/Einkauf) und GF Michael Lantschner (r.).

Snopex SA

Die Modellpalette der Arctic Cat Motorschlitten hat sich in den unterschiedlichen Einsätzen bestens bewährt. Gerade am italienischen Markt kann man dabei einen eindeutigen Aufwärtstrend verzeichnen, und das nicht nur bei den Arbeitsschlitten, sondern auch im Funbereich.

Neues gibt es 2006 bei der Motorisierung zu vermel-

Bei Snopex SA/Arctic Cat zeigt man sich für alle Kundenwünsche gerüstet, im Blick der Bearcat Widetrack 660 WT.

den. So stehen seit März ein 800 cc-2-Takt-Motor, ein 1 000 cc-3-Takt-2-Zylinder-Motor und ein 1 100 cc-4-Takter vom Hersteller Suzuki zur Verfügung. Die Ambitionen dabei gehen eindeutig in Richtung höhere Leistung bei minimiertem Spritverbrauch. Dazu gibt es bei den einzelnen Modellen kleine Modifizierungen wie etwa bei den Skiern, die bergaufwärts nun noch stabiler sind.

SUFAG Sport- und Freizeitanlagen

SUFAG konnte 2005 neuerlich einen Umsatzrekord verbuchen. So wurde im Vergleich mit dem Vorjahr ein Plus von 32 % eingefahren, wobei Österreich und Italien sich als die größten Märkte etablierten. Die größten Umsatzsteigerungen konnte man in Deutschland und Tschechien verzeichnen.

Zur Alpitec nach Bozen hatte man die neue Compact-Power und die ebenfalls neue Schneilanze SUPER-SNOW mitgebracht, die sich neben dem augenfälligen Design vor allem durch ihre Leistung auszeichnen.

Gerade im Grenztemperaturbereich spielen die „Grünen" von SUFAG ihre Vorzüge voll aus, sodass der Anwender nicht nur durch den möglichen frühen Schneibeginn, sondern auch von der hervorragenden Schneequalität profitiert. Zur Untermauerung der technischen Daten kann SUFAG mit einem Schneitest in Lech aufwarten, der hervorragende Ergebnisse brachte.

Das engagierte Team von SUFAG Italien um Ing. Monica Borsatto (l.) und Verwaltungsrat Riccardo Riva, konnte erfolgreiche Installationen und ein Umsatzplus für sich verbuchen.

SunKid GmbH

Beim Förderband-Pionier SunKid, der 2006 sein 10-jähriges Jubiläum feiert, freute man sich bei der Alpitec in Bozen über eine ausgesprochen erfolgreiche Saison. So konnte man die Marktführerschaft trotz harter Konkurrenz verteidigen, wobei sich die hohe Qualität der SunKid-Förderbänder wieder in vielen Einsätzen bewährt hat.

So wurde u. a. das weltweit längste überdachte Förderband installiert. Es ist 222 m lang und wurde von den Bergbahnen Monte Magnola Impianti Srl in Auftrag gegeben. Bei diesem Projekt wurde Wert auf eine behindertengerechte Nutzung gelegt, was mit einer Bandbreite von 750 mm auch sehr gut gewährleistet ist. Die SunKid-Überdachung weist eine Durchfahrtshöhe von 2,2 m und eine Durchfahrtsbreite von 1,8 m auf. Ein weiterer Prestigeauftrag wurde auf der Seiser Alm realisiert. Dort wurden 2 parallel verlaufende 48 m lange Förderbänder gebaut, die für eine Förderkapazität von 2 800 P/h ausgelegt sind.

Im Blickpunkt der Gespräche in Bozen standen außerdem das SunKid-Entwicklungspotenzial als Garant für höchste Qualität und der umfassende Service, den SunKid-Kunden von Anfang an zu schätzen wissen.

Überdachtes SunKid-Förderband.

Ein Blickfang war das neue All Terrain Working Vehicle „Range Runner" von TAUBENREUTHER aus Kulmbach, gedacht zur Wartung von Skiliften oder

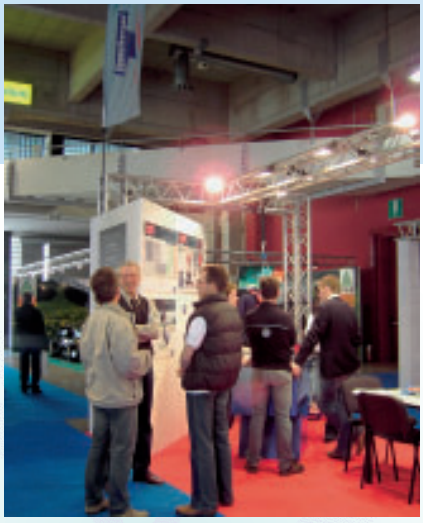
SKIPP eine Kippstange die erfunden, weiterentwickelt und vervollständigt wurde

FÜR
- ✔ **Den Athleten:** *weniger Aufprall*
- ✔ **Den Trainer:** *weniger Gewicht*
- ✔ **Den Präsidenten:** *weniger Kosten*
  - Hergestellt mit den besten Kunststoffen

VON
- Gottfried Rottensteiner
- Tel:+390471819991 Fax:+390471819359
- www.rottensteiner.it
- info@rottensteiner.it
- **Lieferant von:** Kitzbühel, Alta Badia (Worldcup), Roccaraso (Europacupfinale2005), Sarntal (Europacup), Meisterschaften COLLEGE USA.

Transportmittel für Hüttenwirte. Zielgruppe: diejenigen, welchen ein Pisten-Bully zu groß und ein SkiDoo zu klein ist. Als Tools gibt es u. a. Fräse, Räumschild oder Mulchgerät.

Teufelberger GmbH
Der oberösterreichische Seilspezialist beeindruckte zur Alpitec mit Seilrekorden unterschiedlicher Natur. So haben sich die Pistenwindenseile in der Wintersaison 2005/06 einmal mehr im harten Einsatz rekordverdächtig geschlagen. Dazu wird man für die Galzigbahn in St. Anton mit 10 600 m das längste Rundlitzenseil ausliefern, das bis dato ohne Zwischenspleiß hergestellt wurde. Bei dieser Seillänge stellt man auch mit dem Gewicht von 114 t einen Rekord bei Personenseilbahnen auf.



Bewährte Qualität und Seilrekorde erregten bei Teufelberger Aufsehen.

Wintersteiger
Viel Neues und Bewährtes konnte Dr. Stefan Thaler den vielen Interessenten am Wintersteiger-Stand präsentieren. Dabei konnte er im Roboterbereich nochmals von einem deutlichen Aufwärtstrend berichten. Sichtbar wird das etwa an der neuen „discovery", bei der sich aus der durchdachten Kombination von 4 Modulen 10 Varianten an Servicemaschinen zusammenstellen lassen. Schon 2005, im Jahr der Markteinführung, konnte man eine ausgezeichnete Auftragslage verbuchen und auch 2006 zeichnet sich für die „discovery" wieder ein großer Erfolg ab. Als Neuheit gab es erstmals in Italien die Kantenschleifmaschine „trimjet" zu sehen, die mit der Ceramic-Disc-Finish-Technologie ausgestattet ist. Der Halbautomat punktet mit präzisen Schleifergebnissen, Schnelligkeit im Service sowie einem einfachen Handling. Neues gab es außerdem im Bereich der Shopausrüstung etwa bei den Skibrillen. Und auch hochkarätiger Besuch machte Wintersteiger zur ProWinter seine Aufwartung. Die japanische Langlauf-Olympiamannschaft nutzte die Gelegenheit, um Bearbeitungsparameter für ihre Skier abzustimmen.

Dr. Stefan Thaler in Aktion.

WIEGAND stellte die Weltneuheit Wie-Li®, ein vielseitiges Transportsystem auf Schienen und den Alpine Coaster in das Zentrum seiner Ausstellung. Meran 2000 und das Skizentrum Latemar werden als nächste diese Bergachterbahn erhalten, wie Verkäufer Jürgen Ruschke verriet.

Die Rohrsysteme von TRM BUDERUS nahmen einen zentralen Platz in der Alpitec-Halle ein – wie im Schneeanlagenbau! Für den Schnappschuss posierten GF Dkfm. Günter Wohlgenannt, Verkaufsmanager Ing. Sieghart Berktold, Toni Pescolderungg (italien.Vertretung) und die Damen von der Administration.

Neues Wyssen-Sprengsystem in St. Anton

Samuel Wyssen, GF der gleichnamigen Schweizer Firma aus Reichenbach, hat schon vor 5 Jahren seine Kompetenz bei der künstlichen Lawinenauslösung bewiesen. Damals brachte er die Innovation „Lawinensprengmast" auf den Markt. Auf Kundenwunsch gibt es nun auch einen Mini-Sprengmast, den die Arlberger Bergbahnen letzte Saison bereits im Einsatz hatten.

In St. Anton/Arlberg wurden neue Mini-Sprengmasten von Wyssen aufgestellt.
Foto: Wyssen

Mittlerweile sind schon 55 Wyssen-Sprengmasten in der Schweiz und in Österreich aufgestellt. Dank der Bestückungsmöglichkeit mittels Helikopter – ohne Flughelfer – und der autonomen Betriebsart (Energieversorgung über Solarpanels) sind diese Anlagen vor allem für abgelegene Lawinenanrisszonen geeignet. Dies ist vor allem bei der Lawinensicherung von Strassen sehr wichtig. Durch die großen 5 kg Sprengladungen, von welchen 12 Stück bei Bedarf einzeln ferngesteuert über der Schneedecke zur Detonation gebracht werden, wird ein konkurrenzlos großer Wirkungsbereich von bis zu 260 m im Durchmesser erreicht.

Der Neu Mini-Sprengmast

Um ein Lawinenproblem der Arlberger Bergbahnen in St. Anton in den Griff zu bekommen, wurde auf Wunsch des Kunden ein angepasster, vereinfachter „ Mini-Sprengmast" entwickelt. Dieses System ist insbesondere dort geeignet wo die Anrissgebiete – im Gegensatz zur Anwendung beim „großen Bruder" – nicht allzu weit abgelegen sind. Dies, weil einerseits der Magazinkasten hier am Masten fix installiert ist und somit die Nachladung über die Mastenleiter manuell erfolgt. Andererseits, weil die Stromversorgung und Bedienung der Abwurfklappe über eine Kabelverbindung, welche maximal ca. 1,5 km lang sein kann, realisiert wird.
Von der Wirkung her steht der Mini-Sprengmast seinem großen Bruder aber um nichts nach. Der wetterfeste Kasten wird mit vier Ladungen zu ebenfalls je 5 kg Sprengstoff bestückt. Nachdem die Abwurfklappe durch einen Schlüsselschalter in der Kommandozentrale geöffnet wird, kann eine Ladung mittels Befehlsübermittlung durch ein normales programmierbares Handfunkgerät abgeworfen werden und detoniert anschließend ebenfalls über Schnee.
Bei dieser Anlage ist optional auch ein ferngesteuert schwenkbarer Mast erhältlich, mit welchem gleich zwei Anrissgebiete beiderseits einer Krete ausgelöst werden können.

Ladungsabwerfer für Sprengseilbahnen

Außer den Sprengmasten hat Wyssen vor zwei Jahren auch einen Ladungsabwerfer für Sprengseilbahnen entwickelt. Mit dieser Gondel können bis zu vier Ladungen pro Fahrt zu den Auslösepunkten gefahren werden. Mit diesem Gerät wird bei der Lawinenauslösung via Sprengseilbahnen eine enorme Effizienzsteigerung erreicht. Im konkreten Fall konnte Manfred Eckmeier, der Verantwortliche für die Sicherung der Strasse von Schliersee nach Spitzingsee (D), den Zeitbedarf dank eines Ladungsabwerfers von Wyssen von früher über 3 Stunden auf 20 Minuten reduzieren.

Avalancheur von Lacroix

Seit Anfang 2006 hat Wyssen zusätzlich die Vertretung der Avalancheur Gasdruckkanone von Lacroix Frankreich. Mit dieser können Pfeilgeschosse, bestückt mit 2 kg Sprengstoff, zielsicher bis zu 2 km weit in die verschiedenen Lawinen-Anrissgebiete getrieben werden. Durch den empfindlichen Aufschlagzünder explodiert die Ladung beim Aufschlag sofort und erzeugt somit ebenfalls Überschneesprengung. Die Wirkung ist aber infolge der kleineren Sprengstoffmasse nicht so groß wie bei Masten und Sprengseilbahnen. Somit eignet sich diese Anlage vor allem für wild zerklüftetes Gebiet mit felsdurchzogenen Runsen. **pd/mak**

Weitere Informationen
Wyssen Seilbahnen AG
CH-3713 Reichenbach
Tel.: +41(0) 33 676 76 76
info@wyssen.com

Tegelberg im Allgäu: Auferstehung dank Beschneiung

Eine von 12 SUFAG Compact, die bei den Tegelbergbahnen eingesetzt werden, in märchenhafter Position vor Schloss Neuschwanstein. **Fotos: Tegel-bergbahnen**

Die Tegelbergbahnen bei Füssen (D) im Allgäu haben sich zur letzten Wintersaison erstmals eine großflächige Beschneiungsanlage von SUFAG angeschafft – und mit dieser Investition ihre Zukunft gesichert. Seit 15 Jahren war in der Hauptsaison kein Skibetrieb mehr möglich und mangels medialer Präsenz auch der Sommerbetrieb bereits beeinträchtigt. Nun ist schon nach der ersten Ausbaustufe Schneesicherheit garantiert und der Tourismus der Region Schwangau kann ein Produkt anbieten: die Wintersport-Arena Tegelberg neben dem berühmten Schloß Neuschwanstein des Bayenrkönigs Ludwig II. samt beleuchteter Loipe und Nachtskilauf.

Bis 15. November 2005 hatte DI Franz Bucher, GF der Tegelbergbahnen, nur zwei Schneeerzeuger von Wintertechnik im Einsatz. Dann war der erste Bauabschnitt der neuen Beschneiungsanlage mit 12 Propellermaschinen Compact und 12 Lanzen von SUFAG fertiggestellt, der den Reithlift und die 4,2 km lange Talabfahrt von der Talstation bis zum Rohrkopfsattel abdeckt. Das sind von den 12 ha des Skigebietes ca. 10 ha. Die zweite Etappe mit weiteren 12 Schächten für 4–5 Propeller oder 12 Lanzen bis zur Bergstation auf 1 730 m soll spätestens nächstes Jahr – sobald die Forststraße existiert – ausgeführt werden. Bisher wurden 45 Zapfstellen (Oberflur und Unterflur-Ausführungen von SUFAG) platziert und 3 500 m Gußleitungen verlegt, wobei etliche, speziell im Bereich Rohrkopf, gemischten Betrieb erlauben, da auch Lanzenfundamente angelegt wurden. Die Beschneiung der beleuchteten 2,0 km langen Loipe und der niedriger gelegenen Lifte (830 m) erfolgt vor allem mit Propellermaschinen. Im oberen Bereich wusste man zu wenig über die Windverhältnisse Bescheid, auch deshalb wollte man dort zweigleisig fahren. Nach der ersten Saison ist Franz Bucher klüger:

Überrascht, wieviel Schnee die Lanzen erzeugt haben

„Ich bin überrascht, wieviel diese Lanzen Schnee machen!“, sagte er zur Performance der regelbaren 4-stufigen Supersnow, „wir hatten 6 m hohe Schneehaufen und mit dem Wind kaum Probleme. Außerdem gefällt mir die selbständige Entleerung der Lanzen nach dem Ausschalten. Weitere Vorteile sehe ich in den Anschaffungskosten, den Stromgebühren, der einfacheren Lagerung und vor allem Zeitespar-

Eine der neuen Attraktionen der Wintersportarena Tegelberg ist die beleuchtete Loipe.

nis beim Versetzen. Sicher ist an bestimmten Stellen der weite Wurf von Propellermaschinen besser, aber den Großteil kann man meiner Meinung nach mit Lanzen abdecken. Wir am Tegelberg haben mit 14 Propellermaschinen bereits genügend Arbeit, so dass ich Erweiterungen am ehesten mit Lanzen vornehmen werde. Denn auch bei der Starttemperatur ist kein großer Unterschied mehr zwischen Propeller und Lanzen festzustellen – vielleicht 1° C bis 1,5° C, und da wir bei ca. - 4° C Feuchtkugeltemperatur starten, wirkt sich dieser nicht aus."

Endausbau soll 100 % Beschneiung ermöglichen

In der ersten Saison haben die Tegelbergbahnen jedenfalls 47 000 m^3 Wasser in 330 Stunden verschneit, wobei im Jänner und Februar 2006 kein Maschinenschnee mehr produziert werden musste. Dafür standen in der ersten Ausbaustufe eine Wasserleistung von 60 l/s zur Verfügung – im Endausbau werden es dann 120 l/s sein und zwei Hochdruckpumpen (Drehstrom) statt einer mit 500 kW Leistung und 65 bar Druck. Dann wird es auch die Option geben, die Pumpen entweder parallel zu fahren oder auszukreuzen. Eine Backup-Kapazität steigert einfach die Betriebssicherheit! Die

Die regelbaren 4-stufigen Supersnow-Lanzen von SUFAG haben den Betreiber in ihrer Performance überrascht.

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

Stelldichein in der von SUFAG gelieferten Pumpstation (v. r. n. l.): Anders Rydelius (GF SUFAG), DI Franz Bucher (GF Tegelbergbahnen), Werner Kresser (SUFAG Repräsentant Deutschland) und Hans Sesser (SUFAG Kennelbach).

Professionisten

Generalunternehmer:	SUFAG
Planer:	DI Arno Schwaiger, Sonthofen
Schneeerzeuger:	SUFAG Compact und Supersnow
Pumpen:	Vogel
Kompressor:	AGRE Compac
Rohre:	Saint Gobain
Elektrotechnik:	Stadler
Beleuchtung:	Freimoser, Ruhpolding

Wasserzubringung erfolgt von der Mühlberger Ache bis zur Hauptpumpstation bei der Talstation der Pendelbahn via Tauchpumpe (44 kW) und Vorpumpe (65 kW). Die übrigens von SUFAG als Generalunternehmer gelieferte Pumpstation umfasst auch einen Rückspülfilter von Boll sowie angeschlossen eine Kühlturmanlage mit zwei Ventilatoren, um das Bachwasser von 4° C auf 1° C abzukühlen. Auch hier ist noch ein zweiter Kühlturm vorgesehen. Die Kompressorstation mit 55 kW Leistung (AGRE) kann derzeit 15 Lanzen mit Druckluft versorgen – bei einem Ausbau mit Lanzen würde man also einen weiteren Kompressor benötigen.
Weiters verfügt die Schneeanlage derzeit über 3 ortsfeste Wetterstationen, eine Visualisierung am PC sowie GSM-Alarmierung.
Das Konzept und die Planung stammen vom Ingenieurbüro DI Arno Schwaiger aus Sonthofen (D). Die Einschneizeit ist auf 70–80 Stunden berechnet.

Voraussetzung für Aufschwung ist die Schneegarantie

Die Existenz der Beschneiungsanlage hat den Tegelbergbahnen viele Vorteile gebracht: zum einen (nach langem) die Auslastung der Pendelbahn und wieder Skibetrieb über Weihnachten, zum anderen 300 000 Euro Mehrumsatz und Zukunftssicherung. „Denn wenn man vom November bis April nicht genannt wird, hat man auch im Sommer ein Riesenproblem“, erklärt Bucher. „Unser Sommergeschäft machte bisher 75 % Anteil aus, künftig soll aber der Winter zulegen. Deshalb haben wir heuer auch erstmals Nachtskilauf von Donnerstag bis Samstag – sowohl alpin bei zwei Liften als auch nordisch – eingeführt (58 Flutlicht-Laternen auf 34 Masten, 100 Lux). Wie sehr die Hotellerie und die Öffentlichkeit dazu stehen, zeigt sich u. a. daran, dass die Hoteliers 50 000 Euro für die Beschneiung der Loipe spendiert haben und die Kommune 1 Mio. Euro beigesteuert hat (bisher wurden samt Pistenfahrzeug 3,7 Mio. investiert, 1 weitere Million folgt). Alle wollen, dass es mit dem Wintertourismus in der Region aufwärts geht. Voraussetzung ist aber die Schneegarantie, dann müssen die Gäste nicht nach Tirol ausweichen!“
So wie die Wintersport-Arena Tegelberg im Schwangau jetzt aufgestellt ist, findet die ganze Familie – ob Anfänger oder Fortgeschrittener – die idealen Wintersportverhältnisse vor: es gibt Hänge für Einsteiger, die 4,2 km lange Talabfahrt mit 900 m Höhenunterschied ist und bleibt ein Klassiker und spricht den sportlichen Skifahrer an und schließlich existieren 30 km gespurte Klassik- und Skating Loipen rund um Schwangau. Und das Highlight: die Nachtloipe am Fuß des Märchenschlosses! **mak**

ILF Beratende Ingenieure: Erweiterung der Schneeanlage Ahorn

2006 wird die ILF Beratende Ingenieure ZT GmbH mit Sitz in Rum/Innsbruck eine Vielzahl bedeutender Projekte im Bereich Schneeanlagen realisieren. Mit den Bauarbeiten für das 1. Ausführungsprojekt, der Erweiterung der Schneeanlage Ahorn/Mayrhofen, wurde bereits Ende April 2006 begonnen.

Die Mayrhofner Bergbahnen AG stellt bereits seit dem Jahr 2000 Überlegungen für den Ausbau des Skigebietes am Ahornplateau an. Dazu wurde ursprünglich ein Projekt mit einem Speicherteich am Ahornplateau mit einer Wasserversorgung aus dem Fellenbergbach angedacht, jedoch aufgrund der mangelnden Abflüsse des Fellenbergbaches nicht weiterverfolgt. Ab dem Jahr 2004 wurde die Idee einer Wasserentnahme aus dem Kraftwerk Mayrhofen aufgegriffen. In den Jahren 2004 und Anfang 2005 wurde schließlich das Gesamtkonzept mit der Wasserentnahme aus dem Wasserschloss Mitterboden des KW Mayrhofen der VAHP - Verbund Austrian Hydro Power mit einer Optimierung der Auslegung auf ein möglichst wirtschaftliches Kosten-Nutzen-Verhältnis ausgearbeitet.

Die Details

Bei den Erweiterungsarbeiten, die jetzt durchgeführt werden, ist die ILF verantwortlich für die Gesamtplanung vom Konzept über das Einreichprojekt mit Behördenverfahren bis zur Ausschreibungs- und Ausführungsplanung, Beschaffung der Schlüsselkomponenten inkl. Ausschreibung und Vertragswesen, Unterstützung der örtlichen Bauaufsicht, Inbetriebnahme sowie die Zusammenstellung der Betriebs- und Wartungsanleitungen.

Die projektierte Wasserentnahme mit max. 65 l/s = 234 m^3/h erfolgt aus dem Triebwasserweg bei der Schieberkammer Mitterboden auf 1 067 m des KW Mayrhofen der VAHP. Das entnommene Wasser fließt über die Anspeiseleitung zur Pumpstation Mitterboden auf 1 063 m und wird von dort mit 2 Hochdruck-Pumpen über die Zuführleitung zur Pumpstation Ebenwald auf 1 583 m gefördert.

In der Pumpstation Ebenwald wird das antransportierte Wasser zwischengespeichert und gekühlt. Das gekühlte Wasser wird mit weiteren jeweils 2 parallelen Pumpensätzen über das Feldleitungssystem zu den Niederdruck-Zapfstellen bzw. Schnee-Erzeugern bis zum höchsten Punkt der Schneeanlage auf 1 990 m bergwärts und bis zur Reduzierstation Gruberloch auf 1 270 m talwärts gefördert. Über die Pumpstation Ebenwald wird auch der untere Teil des Skigebietes mit Wasser versorgt.

Die Anlage zeichnet sich vor allem durch die schwierige Hydraulik mit dem enormen Höhenunterschied von 1 330 m zwischen der Talsohle Mayrhofen auf 660 m und dem höchsten Punkt am Ahornplateau auf 1 990 m aus.

Die Erweiterung der Schneeanlage Ahorn und den drei zu errichtenden Pumpstationen erfolgt 2006 und wird mit der neuen Pendelbahn auf das Ahornplateau im Herbst 2006 in Betrieb gehen.

Infos:
Info@ibk.ilf.at

Technische Daten:

Wasserentnahme:	aus Triebwasserweg der KW Mayrhofen max. 65 l/s Entnahmeleistung aus dem Ziller 15 l/s
Gesamt-Wasserleistung:	PSt. Mitterboden 234 m^3/h PSt. Ebenwald 324 m^3/h RSt. Gruberloch 79 m^3/h
Elektrische Leistung:	2 100 kW
Feldleitungslänge:	8 600 m

Mit den Bauarbeiten zur Erweiterung der Schneeanlage Ahorn/ Mayrhofen wurde bereits begonnen.
Foto: ILF

Freimoser: Flutlichtanlagen vom Profi

Die beleuchtete Skiarena Tegelberg. **Fotos: Freimoser**

Nachtskilauf ist auch in Bayern seit einigen Jahren ein Trend. Häufig werden die Lichtmasten gemeinsam mit der Realisierung einer Beschneiungsanlage oder auch Seilbahn gesetzt. Aktuelle Beispiele dafür sind die Tegelbergbahn im Allgäu und das Skigebiet Arber im Bayrischen Wald. Bei beiden Projekten zeichnete die Firma Freimoser Beschneiungs- und Beleuchtungstechnik aus Ruhpolding verantwortlich, die bereits auf 15 Jahre Erfahrung zurückblicken kann.

Wolfgang Freimoser bei der Herstellung von Power-Fundamenten in Tegelberg.

Wolfgang Freimoser kommt aus dem Kabel- und Freileitungsbau und hat bereits 1978 beim Olympiastützpunkt in Ruhpolding bei der Weltcup-Veranstaltung in punkto Energieversorgung (3 000 kW Leistung, fliegende Leitungen, Videowände, Kameraversorgungen) mitgewirkt – ein Aufgabenbereich, der ihm bis heute geblieben ist. Über die Unternberg-Bahn, ebenfalls in Ruhpolding, ist Freimoser u. a. in die Pisten-Beleuchtung eingestiegen. Seither wickelt er pro Saison zwei Beleuchtungsprojekte ab – mehr sind derzeit logistisch nicht verkraftbar, zumal Freimoser seine Dienste auch im Bereich Glasfasertechnik und Elektrotechnik für Pumpstationen erfolgreich anbietet!

Vorteile durch Power-Fundamente

Die jüngsten Projekte am Arber und Tegelberg sind im November 2005 fast zeitgleich in Betrieb gegangen. „Da muss die Logistik perfekt passen“, verrät Freimoser. Für die Auftragsvergabe am Tegelberg waren u. a. die sogenannten Power-Fundamente in Fertigbauweise ein Vorteil, da er als Gesamtanbieter vom Fundament bis zum Mastversetzen auftreten konnte. Die Power-Fundamente wurden in Monolith-Bauweise bestehend aus Bodenplatte und Köcherteil auf dem Parkplatz der Bergbahn hergestellt und dann an den vorgesehenen Punkt in der Künette gesetzt, entsprechend dem jeweiligen Baufortschritt. Die Schnittstelle war der Unter- oder Überflur-Elektrant von SUFAG. Durch diese Vorgangsweise waren keine Betonarbeiten im Gelände notwendig.

Ein anderer wichtiger Punkt für die Tegelbergbahn war die Integrationsmöglichkeit der Masten in die Landschaft, so dass diese in RAL Grün – statt wie üblich verzinkt – geliefert wurden.

Referenzen:

- Ruhpolding Olympiastützpunkt
- Ruhpolding Unternberg
- Oberaudorf
- Winterberg
- Willingen
- Bocksberg – Hahnenklee
- Tegelberg
- Arber

35 Masten in Tegelberg

Insgesamt hat die Wintersportarena Tegelberg für den Alpinskilauf 35 Masten aufstellen lassen, auf denen 75 Fluter mit je 2 kW Leistung (1 bis 4 Stück) angebracht sind. Die Lichtpunkthöhe beträgt 16 Meter, die Helligkeit 50–80 Lux im Mittel, das entspricht der Norm für Publikumsskilauf (zum Vergleich: eine Mondscheinnacht hat ca. 3 Lux!).

Die Ansteuerung erfolgt über eine Siemens-Logo-Steuerung, wobei individuelle Wünsche wie z. B. verschiedene Einschaltvarianten berücksichtigt wurden. Das heißt, man verfügt hier über 25 % bis 100 % Schaltungen, so dass die Tegelbergbahn diverse Gruppen zu- oder wegschalten kann, um z. B. Stromspitzen beim Einschalten zu vermeiden oder die Nachtskifahrer durch sukzessives Abschalten sanft auf das Betriebsende vorzubereiten. Vor allem schlechtere Fahrer müssen vor einer zu raschen Umstellung auf Dunkelheit geschützt werden.

Zusätzlich wurde noch eine Notlichtvariante (Stromausfall) installiert.

Auch die Langlaufloipe in Tegelberg bietet Nachtbetrieb mittels 65 Flutlichtmasten, allerdings reicht hier eine Niedrigleistung von insgesamt 20 kW und eine Lichtpunkthöhe von 6 m.

Die Versetzung der 35 Masten für die Alpinstrecke wurde via Hubschrauber in 1,5 Stunden abgewickelt, die Fundamente wurden wie üblich mit Bagger platziert. „Grundsätzlich bietet sich der Abstand von Zapfstellen für Propeller-Schneemaschinen auch für die hohen Flutlichtmasten mit den 25 kg Leuchten an. Das ist jedoch überhaupt nicht vergleichbar mit der minimalen Beleuchtung, die manche direkt auf ihre Schneilanzen installieren lassen“, erklärt Freimoser

Mast mit einer Ringtraverse für die Fluter.

Über 100 Lux am Arber

Auch die Bergbahnen am Großen Arber ließen sich letztlich zum Helikoptereinsatz (HELOG) für die Maststellung und damit zum Montagesystem Freimosers „bekehren“. Betriebsleiter Liebl kam zu der Überzeugung, dass er Synergien schafft, wenn er die Strecke für die neue kuppelbare 6er-Sesselbahn „Sonnenhang“ zeitgleich mitversetzen lässt. Dadurch ist zwar der Helikopter für das Mastfliegen eine Nummer zu groß ausgefallen, aber der Vorteil für beide Seiten ist unbestritten.

Die Licht-Masten werden vom Helikopter geflogen .

Die Nachtpiste am Arber benötigte 9 Masten mit 4 und 6 Stück 2000W Flutern in 20 m Lichtpunkthöhe (Gesamtanschlusswert 80 kW) , die eine Lichtstärke von über 100 Lux erzeugen. Es handelt sich also um eine noch hochwertigere Ausleuchtung als in Tegelberg, weil man hier auch einen Trainingsbetrieb gewährleisten will. Auf den Mastenköpfen sind Ringtraversen angebracht, um die Ausleuchtung der Fläche zu optimieren.

Als Fluter setzt Freimoser grundsätzlich asymmetrische Strahler ein – in diesem Fall das Produkt „Osram Saturno“, obwohl er für alle am Markt befindlichen Produkte offen ist. In die Beleuchtungsberechnung und -planung wird die Firma Osram Light Consulting (München) einbezogen.

Bei beiden Projekten war die Abwicklung mit den Bergbahnen optimal, nicht zuletzt deshalb, weil Bahnangestellte als Arbeitskräfte mit eingesetzt wurden. **mak**

GIFAS-ELECTRIC
... der Partner für Profis!
Individuelle, kompetente Lösungen im Elektrobereich speziell für Bergbahnen.
- Elektranten für Beschneiungsanlagen
- Bahnsteig- und Streckenkästen für Aufstiegshilfen
- Veranstaltungsverteiler
- Zeitnehmungsverteiler
- Produkte für Wartung und Instandhaltung
- Werkstattausrüstung

Ihre Ansprechpartner für Österreich • Bayern • Südtirol
Hr. Alois Schmidhuber
E-Mail: a.schmidhuber@gifas.at
Mobil (A/D): +43 (0) 664 / 135 54 96
Mobil (I): +39 (0) 348 / 756 0 356
Hr. Johannes Lutz - Innendienst

GIFAS-ELECTRIC GmbH
Pebering-Straß 2 • 5301 Eugendorf • AUSTRIA
Tel. +43 (0) 6225 / 71 91 -0, Fax Dw 47
www.gifas.at • office@gifas.at

Hauser-Kaibling und TechnoAlpin: starke Partnerschaft in Gelb-Blau

Bereits beim ersten Anblick der neuen Beschneiungsanlage am Hauser Kaibling im kommenden Herbst wird jedem gleich auffallen, dass sich die neuen gelb-blauen TechnoAlpin Schneeerzeuger harmonisch in das gelb-blaue Corporate Design des Hauser-Kaiblings einfügen. Doch das Skigebiet im steirischen Ennstal und die TechnoAlpin snow experts aus Bozen verbindet weit mehr als das gemeinsame Corporate Design. Vielmehr ist es der Anspruch an höchste Qualität und runde, durchgängige Gesamtkonzepte.

Die Schneeanlage am Hauser Kaibling wird mit TechnoAlpin ausgebaut. **Fotos: Hauser Kaibling**

Das Hauser-Kaibling Team um Geschäftsführer Mag. Bernhard Schwischei arbeitet Tag für Tag an der Umsetzung ihres Slogans „…. Die schönsten Pisten".
Von großzügigen Parkplätzen über eine moderne, gut beschilderte Servicearena an der Talstation, modernste Aufstiegsanlagen mit einer Gesamtförderkapazität von 16 000 Personen/Stunde, einer Flotte von 7 Pistenbullys für perfekt präparierte Pisten und eine neue vollautomatische TechnoAlpin-Beschneiungsanlage bis zu einer modernen, sehr klaren Kommunikationslinie ist alles auf die Realisierung der „ …. schönsten Pisten" ausgerichtet. Die Auszeichnung zum schönsten Skigebiet Europas im Jahre 1999 bestätigt die Richtigkeit des Weges.
Damit das mit den schönsten Pisten auch so bleibt, wird im heurigen Sommer die 1. Etappe der Erneuerung der bestehenden Beschneiungsanlage realisiert. Bisher wurden bereits 100 % der Pisten beschneit. Eine neue, vollautomatische Beschneiungsanlage von TechnoAlpin soll entscheidend die Kapazität erhöhen, um die Einschneizeit des gesamten Skiberges zu halbieren. Die wichtigsten Pisten sollten in drei bis vier Tagen betriebsbereit sein. Der Fokus dieser bedeutenden Investition liegt damit auf: Beste Schneequalität auch bei Grenztemperaturen, Sicherung der Saisoneröffnung im Frühwinter und in der Zeit des Sonnenschilaufes.

Die Crew vom Hauser Kaibling: (v. l. n. r.) Herbert Landl (Schneimeister), Bertl Wieser (Betriebsleiter), Gerhard Zettl (Pistenchef), Mag. Bernhard Schwischei (Geschäftsführer), Monika Huber (Rechnungswesen), Arthur Moser (Marketingleiter), Johann Eggmayr (Betriebsleiter).

Dazu ein kurzes Interview mit Mag. Bernhard Schwischei.

MM-FRAGE: *„In den letzten Jahren hat der Hauser Kaibling eine großartige Entwicklung hinter sich. Können Sie die Philosophie kurz skizzieren?"*

Schwischei:
„Der Hauser Kaibling bildet zusammen mit der Planai, Hochwurzen und der Reiteralm die 4-Berge Skischaukel. Wir bestehen seit nunmehr 26 Jahren und unser Anspruch hat sich seit damals nicht geändert: Wir setzen voll auf Qualität und wollen dem Kunden stets mehr bieten als unser Mitbewerb.
Deshalb haben wir uns seit jeher mit dem Skifahren als Gesamtkonzept beschäftigt: Skivergnügen fängt bei Schneesicherheit, griffigen Pisten und genügend Förderkapazitäten der Aufstiegsanlagen an, und integriert wesentlich genügend Parkplätze, ein ausgeklügeltes Preissystem und eine klare, überzeugende Kommunikationslinie.
Wir haben in den letzten 5 Jahren sehr viel investiert. Im Jahre 2000 haben wir die 8-er Gondelbahn gebaut, im Jahre 2003 die 6-er Sesselbahn realisiert.

Im letzten Sommer haben wir den Kulmhofersteilhang um 20 Meter verbreitert und so 20 ha neue Pistenfläche geschaffen, ein weiteres Übungsgelände bei der Bergstation der Gondelbahn eingerichtet, eine neue Verbindungsstrecke zur Talabfahrt gebaut und zusätzliche Parkflächen im Bereich der Talstation errichtet.
Im heurigen Sommer realisieren wir die 1. Etappe der neuen vollautomatischen Beschneiungsanlage."

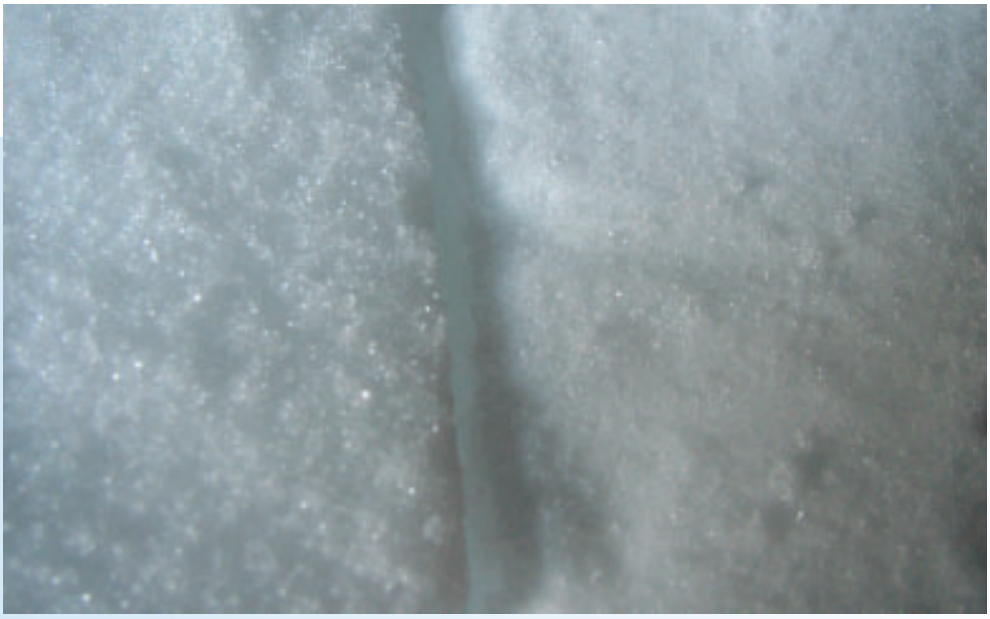
MM-FRAGE: *„Sie arbeiten seit den frühen Achtziger-Jahren mit technischer Beschneiung. Wie sieht das neue Projekt aus?"*
Schwischei:
„Ja, wir waren mit unseren Beschneiungsanlagen in den frühen 80-er Jahren ein Vorreiter in Österreich. Durch eine Talstation auf 750 m Meereshöhe war Schneesicherheit schon sehr früh ein Thema.
Mit unserer bestehenden manuellen SUFAG-Anlage beschneien wir jetzt schon bis zu 100 % der Pisten. Die Einschneizeit ist aber lang, da das Verstellen der Maschinen sehr viel Zeit in Anspruch nimmt.
Wir beschneien mit den mobilen Maschinen, abhängig von der Wettersituation, zuerst den oberen Pistenbereich und bringen sie dann nach unten. Das war bis jetzt mit viel Arbeit und oft auch Verlust von wichtiger Schneizeit verbunden, was besonders bei ständig sich ändernden Wetterverhältnissen ein großes Problem darstellte.
Mit der neuen Anlage möchten wir die Einschneizeit des gesamten Gebietes von 7 Tagen auf max. 3–4 Tage verkürzen, indem wir den oberen und unteren Bereich gleichzeitig beschneien. Ab der nächsten Saison werden 100 Schneekanonen eingesetzt, was das zeitaufwendige Verstellen von Geräten wegfallen lässt.
So wird es auch deutlich sicherer, dass der Hauser Kaibling bereits Anfang Dezember bis ins Tal betriebsbereit ist Die Pisten sollen vom ersten Betriebstag an die höchsten Ansprüche unserer Kunden erfüllen.
Bei der Auswahl des neuen Beschneiungspartners war deshalb die Leistung im Grenztemperaturbereich ein ausschlaggebendes Kriterium.
Mit dem Ausbau der neuen Beschneiungsanlage wechseln wir von einer reinen mobilen Anlage zu Fixinstallationen. 26 unserer neuen 40 Propellermaschinen von TechnoAlpin sind Installationen auf Turm oder Arm. Weiters wechseln wir von einer manuellen- auf eine vollautomatische Anlage.
Ein neuer Speicherteich auf 1 800 m, mit einem Fassungsvermögen von 70 000 m^3 erhöht das Gesamtspeichervolumen auf 200 000 m^3.
Dazu wird eine neue Pumpstation mit 3 Pumpen zu je 315 kW und einer Pumpleistung von 180 l/sec. auf 1 730 m Meereshöhe errichtet."

MM-FRAGE: *„Sind weitere Ausbauten geplant?"*
Schwischei:
„Ja, Ende September wird die erste Etappe abgeschlossen sein, zwei weitere Ausbaustufen sind geplant. U. a. werden wir im Bereich der beiden Talabfahrten die Pisten verbreitern und im Zuge dessen das Leitungsnetz vergrößern. Danach werden wir die bestehende Kapazität in jenen Bereichen sukzessive ausbauen, wo wir mit Eigendruck beschneien können."

MM-FRAGE: *„Das erste Mal in der Geschichte des Hauser Kaibling wurde ein Bau als Gesamtauftrag vergeben. Was sind Ihre Erwartungen an die Zusammenarbeit mit TechnoAlpin?"*
Schwischei:
„Wir haben uns mit TechnoAlpin für ein weltweit führendes Unternehmen entschieden, das über ein hochqualitatives Produkt und vor allem rundes Konzept verfügt. Ende September soll die Anlage laufen. Wir erwarten uns einen reibungslosen Bauablauf, den wir mit einem einzigen Ansprechpartner, einem hauptverantwortlichen Unternehmen abwickeln. So wollen wir uns wertvolle Zeit und Kosten sparen."

ECOSNOW: Wasserqualität beeinflusst die Schneeproduktion

Seit nunmehr vier Jahren sind die Schneekatalysatoren der Firma Löhnert GmbH aus dem bayerischen Gunzenhausen in den Skigebieten der Alpen und weit darüber hinaus im Einsatz. Sie helfen im Grenztemperaturbereich und verbessern die Pistenqualität sowie die Wirtschaftlichkeit der Schneemaschinen. Ursprünglich beschäftigte sich der Familienbetrieb jedoch mit der Verbesserung von Trinkwasser.



Der Schnee mit ECOSNOW ist viel feiner und dichter. **Fotos: Löhnert**

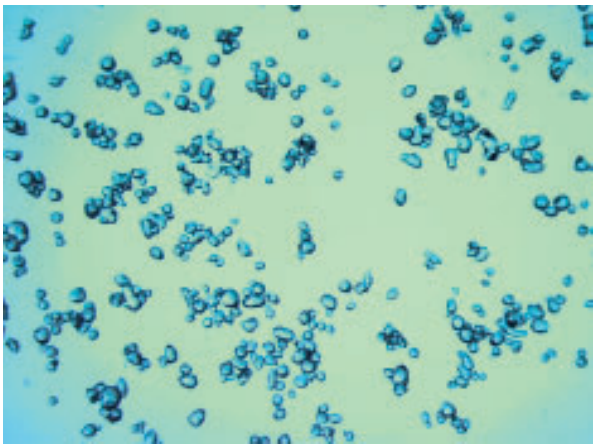
Die Firma Löhnert entwickelte seinerzeit das Gerät Aqua blue, womit man dem Leitungswasser wieder die Qualität von frischem Quellwasser geben kann. Schon frühere Forscher wie der Österreicher Viktor Schauberger wussten, dass sich Wasser nachteilig verändert, wenn man es in gerade Leitungen zwingt und unter Druck setzt. Das ist völlig gegen die Natur des Wassers, das üblicherweise nie geradeaus fließt, sondern sich um Steine schlängelt und in Mäandern windet und auch schon mal entgegen der Fließrichtung wieder nach oben steigt. Selbst bei hoher Fließgeschwindigkeit, in reißenden Bächen und Flüssen findet man am Rand Stellen, wo das Wasser steht und rückwärts fließt.

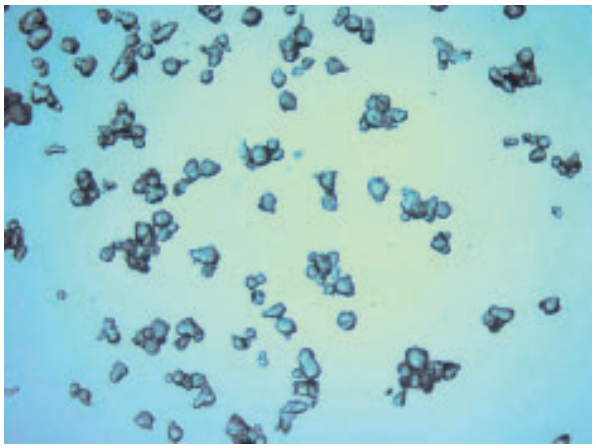
Durch die natürlichen Bewegungen, reinigt sich das Wasser einerseits und nimmt andererseits wieder Mineralien in sich auf und ordnet seine Struktur, lädt sich mit Energie auf und wird so frischer und qualitativ besser. „Man sagt auch, das Wasser erinnert sich an alles, womit es jemals in Berührung gekommen ist“, so Löhnert.

Je besser das Wasser, umso größer die Eiskristalle

Diese angebliche Fähigkeit des Wassers, Informationen zu speichern, beruht auf der Tatsache, dass die Wassermoleküle sich gegenseitig anziehen und sich zu Bündeln zusammen hängen, ähnlich wie wenn man einen Magneten in die Dose mit Büroklammern hält. Je besser nun ein Wasser ist, desto größer sind diese sogenannten Cluster und je höher ist die Ordnung darin. Der japanische

Pumpstationen
Kompressoren
Stromaggregate
maßgeschneidert, schlüsselfertig für die
Schnee-Erzeugung
AGB
Anlagen-Geräte-Betriebstechnik
Tirol - Salzburg - Wien
-AGB- Anlagen-Geräte-Betriebstechnik GmbH
A-6060 Hall in Tirol, Burgfrieden 5, Tel. +43 (0)5223/52206 Fax -73





Schneekristalle mit ECOSNOW (l.) und ohne (r.). Durchmesser 0,318 mm bzw. 0,262 mm, fotografiert und vermessen vom SLF in Davos.

Wissenschaftler Dr. Masaru Emoto hat diese Ordnung des Wassers sichtbar gemacht, indem er Eiskristalle unter dem Mikroskop untersucht und fotografiert hat. Er hat nachgewiesen, je besser ein Wasser ist, desto größer, geordneter und „schöner" sind seine Eiskristalle. Hingegen kann altes und abgestandenes Wasser oder solches, das unter hohem Druck durch lange Leitungen gepresst wurde, oft nicht mehr komplexe Kristalle bilden. Das macht sich dann in der Qualität bemerkbar, das Wasser ist nicht mehr so frisch, der Kalk fällt aus und seine biologische Wertigkeit ist viel niedriger!

Schneeproduktion und weitere Anwendungsbereiche

Auf Basis dieser Hintergründe begann die Familie Löhnert schon vor zehn Jahren Geräte zu entwickeln, welche das Wasser anregen, sich auch in der Wasserleitung wieder neu zu ordnen und somit die Qualität von frischem, gutem Wasser anzunehmen. Es besteht aus einem Impulsgeber und einem Silizium-Speicher und kommt ohne externe Stromzufuhr oder gar den Einsatz von chemischen Zusätzen aus. Inzwischen hat dieses System weit reichende Anwendung gefunden. In den Skigebieten ist es bekannt als der Schneekatalysator ECOSNOW, in Haushalten, Hotels und in der Industrie wird es als Aqua blue für gutes Wasser und gegen Kalk verwendet und in der Bauindustrie hilft es, das Abbinden von Beton zu beschleunigen. In all diesen Bereichen liegen wissenschaftliche Gutachten vor, welche die Effekte bestätigen. Die Oberflächenspannung wird niedriger und somit zerstäubt das Wasser feiner. Bei einer Schneekanone ergibt das dann den Effekt, dass die Schneekristalle kleiner und der Schnee insgesamt trockener und zugleich stabiler wird. Weniger Eisplattenbildung und bessere Pistenqualität sind die Folge.

Genaue Messungen ergaben, dass die Wassertropfen bzw. Schneekörner mit ECOSNOW nur noch gut die Hälfte des Wassers enthalten wie ohne Katalysator. Dadurch vergrößert sich die Oberfläche, an der das Wasser auskühlen kann, ganz erheblich. So ist es auch nachvollziehbar, dass die einzelnen Körner viel leichter und schneller durchgefrieren, wenn ECOSNOW im Einsatz ist. Das zahlt sich besonders im Grenzbereich aus und bringt dem Anwender sowohl viel früher eine gute Schneequalität als auch eine Durchsatzerhöhung um ca. 20 % und somit mehr Schnee mit dem gleichen Aufwand.

Interessant ist auch ein anderes Faktum: Wenn die Körner kleiner werden, vergrößert sich ihre Anzahl pro Kubikmeter Wasser. Mit ECOSNOW werden aus 59,5 Billionen Körnern 106,4 Billionen/m^3 – das sind um 80 Prozent mehr! Folglich hat der Maschinenschnee viel mehr Kontaktpunkt für seine Stabilität, wenn er zusammengefriert, und reagiert deshalb auch weniger empfindlich auf die Kanten der Wintersportgeräte. **Thl/mak**

Wolfgang Freimoser
Beschneiungs- und Beleuchtungstechnik

- Kabelbau und Kabelzug
- Rohrleitungsbau
- Datennetz
- LWL-Technik
- Montageleistungen

Vorderbrand 13 · 83324 Ruhpolding · 08663/419110 · 01717345633

FHP – Bauingenieure mit Know-how für die alpine Zukunft

Die Foidl Hegland & Partner AG (FHP) aus Chur bietet den Bergbahnunternehmen ein breites Spektrum an Dienstleistungen im Bauingenieurwesen an. FHP ging im Jahr 2002 aus einem Zusammenschluss der Foidl & Partner AG mit der Hegland & Partner AG hervor und kann auf jahrzehntelange Erfahrung bei der Planung von Beschneiungsanlagen verweisen. Außer dem Anlagenbau deckt FHP am Berg aber auch viele weitere Bereiche aus dem Tiefbau (Unterführun-gen, Speicherseen) und Hochbau (Bergrestaurants etc.) ab.

Das Planungsbüro FHP kann auf viele Referenzen im Bereich „Speicherseen" verweisen – u. a. die Weisse Arena in Laax, Riner- und Jakobshorn in Davos, Savognin, Corvatsch Silvaplana etc. **Fotos: FHP**

Die Foidl Hegland & Partner AG (FHP) aus Chur bietet den Bergbahnunternehmen ein breites Spektrum an Dienstleistungen im Bauingenieurwesen an. FHP ging im Jahr 2002 aus einem Zusammenschluss der Foidl & Partner AG mit der Hegland & Partner AG hervor und kann auf jahrzehntelange Erfahrung bei der Planung von Beschneiungsanlagen verweisen. Außer dem Anlagenbau deckt FHP am Berg aber auch viele weitere Bereiche aus dem Tiefbau (Unterführungen, Speicherseen) und Hochbau (Bergrestaurants etc.) ab.

Geschäftsführer Dipl. Bau- und Betriebswirtschaftsingenieur Christian Foidl gründete 1995 das Unternehmen in Chur (CH) mit dem Ziel, ein Ingenieurbüro mit einem Dienstleistungsangebot für mehrere Fachbereiche am Markt zu positionieren. Die Fusion mit der Hegland & Partner AG im Jahr 2002 bündelte die Kräfte zweier kompetenter und leistungsstarker Partner, so dass ein erweitertes Programm für Bauvorhaben offeriert werden konnte. Eine zentrale Bedeutung nimmt seither die Planung und der Bau von Beschneiungsanlagen ein, da die Hegland & Partner AG auf diesem Gebiet auf eine Erfahrung von 30 Jahren zurückblicken und dementsprechend viel fachliches Know-how in das neue Unternehmen einbringen konnte.

Weitere Standbeine der FHP sind:

- Straßen- und Gleisbau,
- kommunaler Tiefbau,
- Grund- und Wasserbau
- konstruktiver Ingenieurbau
- Gesamtprojektleitungen

„Unsere große Stärke liegt darin, dass wir als unabhängiges und neutrales Pla-nungsbüro frei am Markt tätig sind", betont Christian Foidl gegenüber dem Mountain Manager. „Im gesamten deutschsprachigen Alpenraum planen wir jährlich ca. 5 bis 10 Beschneiungsanlagen. Wir betrachten ein Gebiet als Einheit, d. h. wir schauen uns den ganzen Berg an und analysieren ihn. Die Zukunft verlangt nämlich, dass am Berg eine perfekte Infrastruktur vorhanden sein muss. Die Tendenz geht deshalb hin zu einer ganzheitlichen und zukunftsorientierten Gesamtplanung." Logisch, dass FHP sein Know-how künftig auch verstärkt im Bereich der Aufstiegs-anlagen einbringen will.

Infos: www.fhp.ch

Von FHP geplante Pumpstation.

Erweiterung und Neubau Bar-Restaurant Alp Stätz, Lenzerheide.

Paana: Der kleine Gigant mit der Mega-Leistung

Mit einer Arbeitsbreite ab 2,10 m sind Paana-Pistengeräte der optimale Partner für die Pisten- und Loipenpflege. Zum Saisonschluss präsentierte die Firma Watzinger, die seit August 2005 als Generalvertreter für Österreich und die angrenzenden Länder agiert, die kleinen Finnen im Praxiseinsatz.

Maschinenpower im Überblick

Probieren geht über Studieren: Unter diesem Motto trafen sich am Samstag, 18. März, Abgesandte von Tourismusverbänden und Gemeinden aus ganz Österreich, um sich selbst von den einzigartigen Vorzügen der Paana Pisten- und Loipengeräte zu überzeugen. Wer dabei nur an einen langweiligen Vortrag dachte, lag in diesem Fall falsch. Die Teilnehmer der Präsentation konnten sich gleich selbst hinter das Steuer schwingen und Spuren in den Schnee ziehen. Bereits erfahrene Paana-Lenker standen mit Rat und Tat zur Seite.
Zusätzliche Unterstützung erhielt man bei Watzinger zu diesem Event aus Finnland. Erfinder und Ur-Vater der Paana Pistengeräte, Olavi Paananen, und Kari Ristanen, Export Manager der Firma Keiteleen Latukone, wo die Pistengeräte auch gebaut werden, und ehemalige Mitglieder der finnischen Langlauf Nationalmannschaft ließen ebenfalls an ihrem praxisbewährten Know-How teilhaben und beantworteten detailliert und fachmännisch alle Fragen. Beim abschließenden Abendessen wurde dann noch fachgesimpelt und über die Vorzüge der Paana Pistengeräte diskutiert.

Nische gefunden

Mit dieser Maschine beweist Klaus Watzinger einmal mehr sein feines Gespür für Marktlücken. Wie der Slogan „Der kleine Gigant mit der Mega-Leistung“ bereits vorgibt, eignet sich die Paana mit ihren vergleichsweise geringen Maßen optimal für die Loipenpflege und auch für die Pistenpräparation. Enge Durchfahrten und Tunnel, in denen andere aufgrund ihrer Größe scheitern, sind für dieses Gerät kein Problem. Interessierte Besucher konnten bei der Präsentation im März außerdem die bereitgestellten Motorschlitten ausprobieren und über den Schnee „brettern“, der von den Pistenraupen optimal aufbereitet war. Watzinger hatte in den letzten Jahren das Segment der Bombardier Freizeitgeräte rund um Motorschlitten, ATV/Quad und Jet Ski (Sportboot) intensiv aufgebaut, sodass zum Testen nur allerbestes Material zur Verfügung stand. Bereits jetzt ist das Reichenauer Unternehmen damit eine Topadresse für Bombardier Freizeitgeräte in Mitteleuropa.
Weitere Infos zu den Paana-Maschinen und Bombardier Freizeitgeräten erhalten Sie unter:
www. paana.at, www.ski-sea-atv.at

Großes Interesse konnte man bei Watzinger in Reichenau zur Maschinenpräsentation verbuchen.
Fotos: Watzinger

KÄSSBOHRER: Großes Interesse am PistenBully 600

Die Ruhe vor dem Sturm: ein Fahrzeug ohne Kompromisse – der neue PistenBully 600. **Fotos: KÄSSBOHRER**

Schon nach den ersten Wochen am Markt kann der Neuzugang in der PistenBully-Palette auf enormes Echo verweisen. So machten sich auf der FIRE IN RED-Tour durch Europa über 3 000 Profis ein Bild von den technischen Finessen, die in formschönes Design verpackt wurden.

Groß waren Spannung und Vorfreude, die man zur Markteinführung des PistenBully 600 verbuchen konnte. Das zeigten u. a. die hohen Besucherzahlen der FIRE IN RED – Tour in Deutschland, Frankreich, Österreich, Italien, der Schweiz und Skandinavien.

Echter PistenBully

Zahlreiche Vertreter von Skigebieten nahmen sich trotz Hochsaison und teilweise langen Anfahrtswegen die Zeit, den KÄSSBOHRER Neuzugang zu begutachten und zu fahren.

Der neue PistenBully 600 begeistert schon auf den ersten Blick: Das leuchtende Rot kennzeichnet ihn als einen echten PistenBully. Die markante Linienführung und die großflächigen, tief nach unten gezogenen Scheiben, die eine exzellente Rundumsicht bieten, weisen ihn aber deutlich als Vertreter einer neuen Generation aus.

Neue Features

Bereits der erste Blick ins Cockpit des neuen PistenBully verrät, worum es geht, um den Menschen, um Ergonomie und den Fahrer im Mittelpunkt. Vom Fahrersitz bis zum Lenkrad wurden alle Details konsequent auf seine Bedürfnisse ausgerichtet. Er hat viel Platz im geräumigen Fahrerhaus und immer alles im Blick.

Dazu ist der PistenBully 600 richtungsweisend, wenn es um Bedienbarkeit und Fahrkomfort geht. Mit dem neuen Bedienpanel sind sämtliche Funktionen direkt anwählbar – per Knopfdruck und ohne Verwechslungsgefahr. Jede Funktion ist abgebildet und farblich eindeutig gekennzeichnet. Der Touch-Screen liefert nicht nur alle wichtigen Informationen, sondern auch eine schnelle OnBoard-Diagnose. Weitere Innovationen sind das neue Halblenkrad und der Joystick, der perfekt auf die Hand des Fahrers abgestimmt ist.

Mit dem PSX-Leitrechner werden sämtliche Funktionen zentral gesteuert, vom Leistungs- und Energiemanagement über den Motor bis hin zur Hydraulik der Fahr- und Fräspumpen. Sämtliche Komponenten der Fahrzeugelektronik wurden bei der Entwicklung auf maximale Verfügbarkeit, höchste Zuverlässigkeit und Funktionalität konzipiert.

Der 400 PS starke PistenBully 600 hat einen langen Atem: 220 Liter Tankvolumen und ein niedriger Verbrauch sorgen für lange Laufzeiten. Mit einem optionalen Zusatztank steigt das Tankvolumen auf 300 Liter, für ausreichende Reserven auch bei extrem langen Einsätzen. Optimale Pistenqualität garantiert eine große Fräspumpe, die die MultiFlexFräse mit einer Fräswellendrehzahl bis 1 850 U/min. versorgt.

Und das sagen Skigebietsvertreter zum neuen PistenBully 600

Andermatt Gotthard Sportbahnen AG, Schweiz

Fredi Nager, Werkstattchef: „Durch die großen Scheiben und die gute Beleuchtung habe ich gute Sichtverhältnisse bei Tag und Nacht. Die Maschine läuft sehr zuverlässig. Mit dem Mercedes Motor kann die Anzahl der Serviceteile klein gehalten werden, da sie mit denen des 300er Polar kompatibel sind. Mit der neuen Diagnosemöglichkeit lassen sich evtl. auftretende Fehler noch schneller auffinden."

Fredi Nager und Carlo Danioth von den Andermatt Gotthard Sportbahnen sind begeistert vom neuen PistenBully 600.

Carlo Danioth, Pisten- und Rettungschef: „Für mich ist die Wirtschaftlichkeit sehr wichtig. Die Anforderungen Zuverlässigkeit, niedriger Treibstoffverbrauch und Flächenleistung werden voll erfüllt. Das Fahrzeug ist sehr bedienungsfreundlich und sehr wendig. In unserem hochalpinen Gelände ist die Steigfähigkeit und Schubarbeit ein Muss. Mit der Firma KÄSSBOHRER hab ich einen zuverlässigen Partner, der zu jeder Zeit hinter mir steht."

Seilbahnen Folgarida und Marilleva S.p.A., Italien

Roberto Tommaselli, Pistenchef von Marilleva: „Der Fahrerplatz ist wirklich phänomenal. Alle Bedienelemente sind einfach erreichbar und die Instrumente immer im Blickfeld. Die Kabine ist sehr geräumig, die Sicht großartig: KÄSSBOHRER hat hier wirklich ausgezeichnete Arbeit geleistet. Die Steuerung des neuen PistenBully 600 ist hervorragend. Der Kraftstoffverbrauch ist niedriger als bei vergleichbaren Pistenraupen. Die Schubkraft ist „bestialisch". Man merkt, dass die Abstimmung geändert worden ist. Die Maschine läuft sehr zuverlässig und steigt auch ausgezeichnet. Besonders beeindrucken mich das maximale Drehmoment bei niedriger Drehzahl, die großflächigen Scheiben, die Beleuchtung und die sehr gute Schallisolierung der Kabine."

Schmeiser: Service als Schlüssel zum Erfolg

Vor 10 Jahren hat sich Klaus Schmeiser mit seinem Kfz-Meisterbetrieb in Oberstaufen selbständig gemacht. Durch den Vertrieb einer durchdachten Palette an Winterdienstfahrzeugen und den entsprechenden Service hat er sich seither erfolgreich am Markt etabliert.

Einige Besucher nahmen weite Anfahrtswege in Kauf, um mit Klaus Schmeiser sein 10-jähriges Firmenjubiläum zu feiern.
Foto: Schmeiser

Mitte Februar 2006 nahm Klaus Schmeiser sein 10-jähriges Firmenjubiläum zum Anlass, um Kunden und Freunde des Hauses zu einer Fahrzeugpräsentation mit Testmöglichkeit nach Oberstaufen einzuladen. Und obwohl dieser Termin noch mitten in der laufenden Saison lag und Regenwetter angesagt war, nutzten viele Interessenten die Gelegenheit zum Meinungsaustausch und zur Information über neue und bewährte Fahrzeuge. Vorgeführt wurden u. a. Schneeschlitten mit der neuen 4-Takt und 2-Takt-SDI Motoren-Generation, Cross-Sportschlitten, der Ski-Doo MXZ Renegade 1000 SDI und sämtliche Anbaugeräte wie Compaktor oder Spurgeräte. Natürlich durften auch der Favero SnowRabbit und ein John Deere Gator HPX 4x4 mit Raupenausstattung zum ausgiebigen Testen nicht fehlen.

Für Firmeninhaber Klaus Schmeiser war diese Veranstaltung ein schöner Beweis dafür, wie sehr sein Angebot, bei dem maßgeschneiderter Service eine wesentliche Rolle spielt, in der Branche geschätzt wird. Eine logische Folge daraus sind die erfreulichen Umsatzzahlen der abgelaufenen Wintersaison. Entscheidend dazu beigetragen hat neben den Motorschlitten Ski-Doo und Lynx besonders das Loipenspurgerät, das von Kommunen und Gemeinden stark nachgefragt wurde. Die Einsatzbreite der Motorschlitten, die mit den unterschiedlichen Anbaugeräten für viele Aufgaben gerüstet werden können, hat sich hier bestens bewährt.

Neues zum Frühjahr

Bei den Ski-Doo und Lynx Motorschlitten von Bombardier kann man vor allem bei der Motorisierung mit Neuerungen und Verbesserungen aufwarten. So gibt es bei den 4-Taktern eine 800-ccm-Variante mit 68 PS und ein 1 300-ccm-Modell mit 105 PS, zur nächsten Saison wird außerdem der neue Lynx Pro V-800 auf den Markt kommen. Dieser Schlitten wird ebenfalls über einen 4-Takt-Motor mit 800 ccm verfügen und dazu erstmals mit einer 600 mm breiten Antriebsraupe ausgeliefert werden. Er gilt damit als Nachfolger des Alpine IV, der nicht mehr gebaut wird.

Hintergrund dieser Neuerungen ist eine Anpassung an die Wünsche und Anforderungen des Marktes, denen man nun vermehrt Rechnung tragen kann. Dazu steht natürlich eine optimierte Leistung bei möglichst sparsamem Spritverbrauch im Blickpunkt.

Besonderes Augenmerk wird Klaus Schmeiser zum Frühjahr auf Quads bzw. ATVs lenken. In diesem Bereich hat er die gängigen Modelle von Arctic Cat (Modellvarianten 250 ccm, 400 ccm, 500 ccm und 650 ccm, ab 400 ccm mit Allradantrieb) und Bombardier (u. a. 500 ccm und 650 ccm) im Angebot. Damit ist man sowohl für den Arbeitseinsatz als auch den Funbereich gerüstet, wobei sich das Unternehmen Marktchancen in beiden Bereichen ausrechnet. Mit der Möglichkeit zum Testen und Ausleihen der Fahrzeuge soll der Kunde auf den Geschmack gebracht werden und sich Anregungen für den unterschiedlichen Einsatz holen können. Schließlich sind diese Fahrzeuge mit unterschiedlicher Zusatzausrüstung, Zubehör und Anbaugeräten ausgesprochen flexibel. Selbstverständlich wird es auch bei den ATVs jenen Service geben, für den Schmeiser in der Branche bekannt ist.

Infos:
www.skidoo-schmeiser.de

4. Snow Park Event in Melchsee-Frutt

Bereits zum vierten Mal gaben sich Ende März Anbieter aus dem Bereich Wintersport, Schneeräumung, Pistenpräparation, Beschneiung und Zubehöre im Vogelbüel auf Melchsee-Frutt ein Stelldichein. Produkte im realen Einsatz hieß auch dieses Jahr das Motto des „Snow Park Events".

Aebi Terratrac: *Das neuartige Traktorkonzept bietet dem Anwender jede Menge an Nebenantrieben und Hydraulik für jedes Anbaugerät.*

Snow-Park: *Das Ausstellungs- und Präsentationsgelände im Vogelbüel auf Melchsee-Frutt mit Animationsfigur.* **Bilder: Roland Hofer**

Angefangen hat es ganz klein vor vier Jahren – jetzt fanden bereits 16 Anbieter den Weg in die Innerschweiz. Wie es sich für einen echten Snow-Park Event gehört, waren Anbieter aus verschiedensten Sektoren hier vereint. Sie konnten eine große, interessierte Besucherschar begrüßen, die es sich nicht nehmen ließ, die eigenen Verhältnisse mit jenen auf Melchsee-Frutt zu vergleichen. Von ihrer besten Seite zeigten sich die Melchsee-Frutt Bergbahnen, welche die Gäste ab Talstation Stöckalp sicher in die Höhe gondelten. Bei bestem Wetter machten sich zuerst die Mannen mit den Pistenbullys von Kässbohrer an die Arbeit und boten mit den neuesten Modellen eine Demonstration, die alles beinhaltete, was mit diesen Maschinen aus Schnee hergezaubert werden kann. Insbesondere stießen die Neuheiten für die perfekte Schneepräparation, Halfpipes und Langlaufloipen auf großes Interesse.

Während Kids mit ihren Eltern auf dem Borer-Zauberteppich erste Gehversuche machten, gesellten sich immer mehr Interessierte zu

Pistenbully: *Die neeusten Modelle 100, 300 und 600 stießen auf reges Interesse.*

den Ständen mit Neuheiten oder machten eine Proberunde mit den raupenbewehrten Arctic Cats. Der schneereiche Winter lockte auch viele Besucher auf den Stand von Aebi, wo Schneefräsen in verschiedenen Größen im Einsatz standen. Dabei fielen der Zaugg Bulldog und der Aebi Terratrac durch ihre große Leistungsfähigkeit im Winterdienst besonders auf.

Wer ein Schmierproblem zu erledigen hatte, wurde ebenfalls fündig: Das Langenthaler-Unternehmen Motorex stand mit Rat und Tat zur Verfügung. Von da war der Weg nicht weit zu den Sicherheitspezialisten der Growag, die ihr umfangreiches Sortiment präsentierte. Mit den Montair-Bergbahnbekleidungen freundeten sich jene an, die ein einheitliches Erscheinungsbild vorziehen und beim daneben platzierten Doppelstand konnte man mit den vielfältigen Möglichkeiten des Skidata-Kassensystems sowie den perfekten Sicherungssystemen für Skis und Snowboards von Montana Bekanntschaft machen. Für die Finanzierung von größeren Anschaffungen empfahl sich das Industrie Leasing Dreieck.

In direkten Kontakt mit Schnee kamen natürlich auch die Interessenten von Lenko-Beschneiungsanlagen sowie Bächler-Pisten- und Startsystemen.

Für Gespräche bot sich das improvisierte „Zeltrestaurant" an, wo denn auch tüchtig gefachsimpelt wurde. **roh**

Zaugg-Bulldog: *Die neue Schneefräse wird auch mit hartgepresstem Schnee problemlos fertig.*

Borer *hatte einen Zauberteppich für den Kindertransport aufgestellt.*

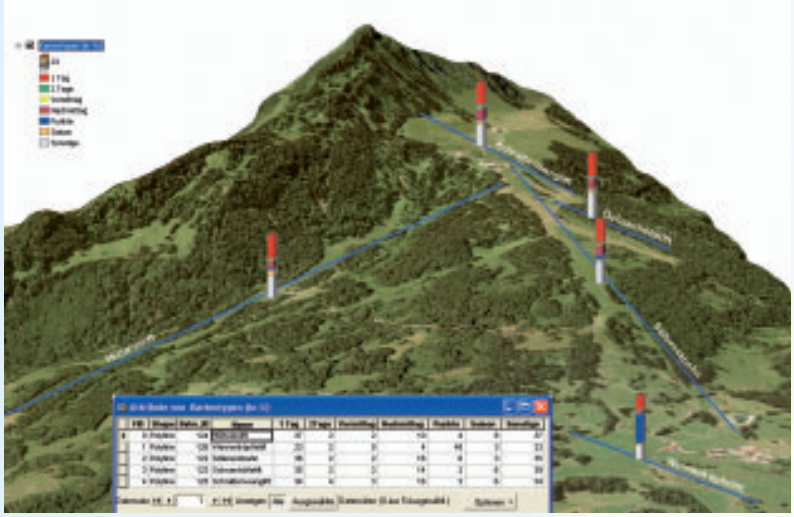
Motorex: *Hier werden alle Schmierprobleme an Seilbahnen, deren Türen und die Motoren aller Fahrzeuge gelöst.*

Lenko: *Die schwedischen Schneemacher arbeiten ebenfalls mit Borer zusammen, wenn es darum geht, Pisten schneesicher zu machen.*

Montana und Ski Data: *Die beiden Unternehmen haben sich zusammen ein Zelt geteilt und ihre Produkte angepriesen.*

Dateninterpretation leicht gemacht

Profundes Datenmaterial ist die notwendige Grundlage wichtiger Entscheidungen. Dabei war es bisher nicht immer einfach, sich einen schnellen Überblick zu verschaffen. PowerGIS und SkiData haben jetzt Abhilfe in petto.



Darstellung der Liftfrequenzen nach Kartentypen. ***Grafik: PowerGis***

Mit Hilfe des SkiDataTM Skisystems war es schon bisher möglich, eine Vielzahl von Daten zu erhalten, die dann aus einer integrierten Datenzentrale für die unterschiedlichen Anwendungen im System zur Verfügung standen. Um dieses wertvolle Datenmaterial noch besser nutzen zu können, musste es in einem 1. Schritt leichter zugänglich gemacht werden. Möglich wurde das durch den SkiData-GeneriConnector, der diese Aufgabe mit Hilfe einer Datenschnittstelle und eines Replikationsmechanismus löst.
Damit sind nun alle relevanten Daten für Bereiche abrufbar, die auf zyklische und gleichartige Informationen angewiesen sind, bei denen aber kein Rückfluss von Daten in das Skisystem notwendig ist. Als Datenbank-Managementsystem ist ein SQL-Server 2000 Voraussetzung, wobei eine Datenbankversion 11 oder höher zur Verfügung stehen sollte.

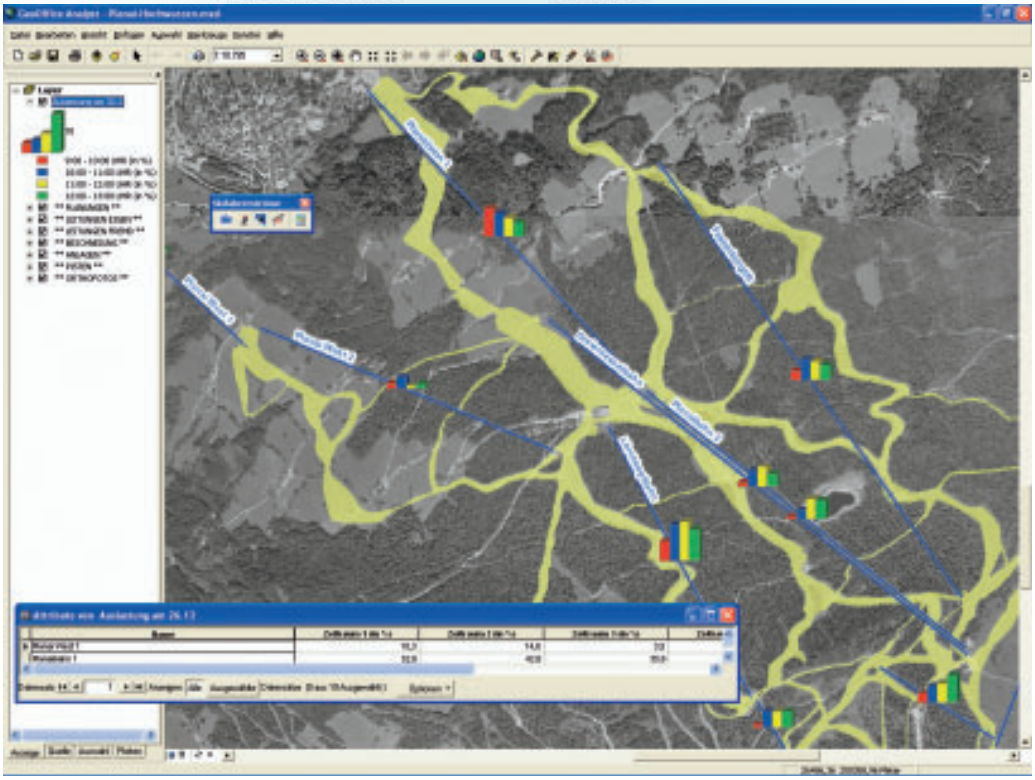
Effektives Tool

Um dieses Datenmaterial in einem 2. Schritt effektiv analysieren und visualisieren zu können, leistet die neue ARENA GIS-Extension, die PowerGis in Kooperation mit SkiData entwickelt hat, wertvolle Hilfe. Auf Basis des vorhandenen Geo-Management-Systems lassen sich damit unterschiedliche Datenströme darstellen:

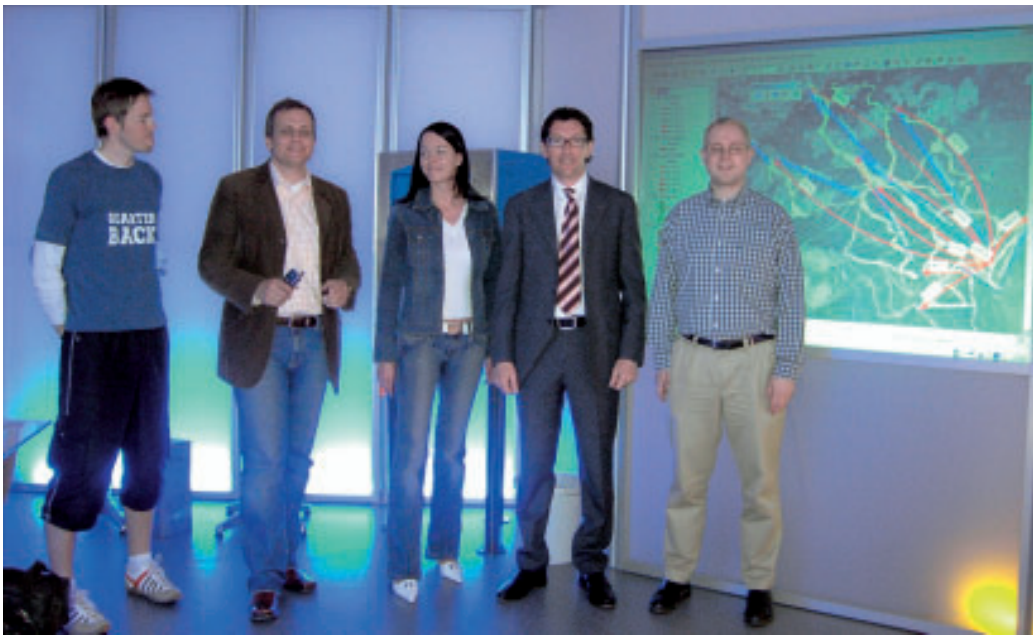
➤ **Liftanalysen:** Hier geht es um Liftfrequenzen, Erstzutritte ins Skigebiet und die Auslastung einzelner Aufstiegsanlagen. Dazu kann das Datenmaterial getrennt nach Karten- oder Personentypen dargestellt werden. Pro Seilbahn kann man bis zu vier Zeiträume vergleichen, wobei sowohl Vergleichsmöglichkeiten innerhalb eines Tages oder auch mehrerer Saisonen möglich sind.

➤ **Skifahrerstromanalyse:** Durch die benutzten Aufstiegsanlagen kann die Verteilung der Gäste im gesamten Skigebiet dargestellt werden, wobei ein wesentlicher Faktor in der Häufigkeit und der Richtung eines Liftwechsels zu sehen ist. Der Zeitraum der Analyse kann nach Wunsch gewählt werden.

➤ **Monitoring der Skigäste:** Dieser Bereich ermöglicht es, die Anzahl der Skifahrer im Skigebiet zu



Auslastung der einzelnen Aufstiegsanlagen in 4 Zeiträumen. ***Grafik: PowerGis***



Die Teams von PowerGis mit GF Robert Sölkner (2. v. r.) und SkiData mit Jörg Weisser (2. v. l.), Corporate Communication, freuen sich über das gelungene Ergebnis ihrer Kooperation. ***Foto: dwl***

visualisieren und festzustellen, ob sie gerade aktiv am Pistengeschehen teilhaben.

➤ **Visualisierung der Wechselgäste:** Hier kann sowohl visuell als auch tabellarisch abgebildet werden, wie viele Gäste zu welchem Zeitpunkt von Skiregion A nach Skiregion B gewechselt sind und welche Aufstiegsanlage sie dort zuerst genutzt haben.

Erste Einsätze

Die Kooperation von PowerGis und SkiData trägt bereits Früchte. So wird das System von den Planai-Bahnen in der Steiermark und den Söllereck-Bahnen in Deutschland eingesetzt. Und schon die ersten Erfahrungen zeigen deutlich, dass man hier ein ausgesprochen wertvolles Instrumentarium zur Hand hat, das den Umgang mit Daten wesentlich erleichtert. **dwl**

Letzte Fahrt der Galzigbahn

Am 1. Mai kurz nach 17 Uhr startete die Galzigbahn in St. Anton am Arlberg zu ihrer letzten Fahrt. Neben Dkfm. Mario Stedile-Foradori, der in seiner Ansprache die Geschichte der Bahn Revue passieren ließ, waren u. a. Bürgermeister Rudi Tschol, die TVB-Vorstände Richard Walter, Mag. Dietmar Spiss und Peter Ennemoser dabei sowie TVB-Geschäftsführer Martin Ebster, Architekt Heinz Pedrini, Robert Bierlein, mit 84 Jahren einer der ältesten Stammgäste St. Antons, Stefanie Schmidt-Chiari, Bianca Brandner-Stedile, Tino Schmidt-Chiari, Hospizwirt Adi Werner mit Gattin Gerda und seinen Musikanten „Vom Hasi Osterwald Sextett". Die Galzigbahn hat seit ihrer Eröffnung 1937 24,5 Mio. Fahrgäste befördert und wird nun durch ein modernes Funitel-System ersetzt. Die Demontage- und Abbrucharbeiten wurden am 2. Mai begonnen, die neue Bahn soll am 1. Dezember 2006 fertig sein.

Die letzte Fahr der Galzigbahn wurde zum Event.
Foto: Arlberger Bergbahnen AG

Neue kontaktlose Combi Card verbindet SKIDATA und LEGIC

SKIDATA und die LEGIC Identsystems AG aus Wetzikon (CH) führten eine kontaktlose Combi Card ein (Keycard), welche die SKIDATA-Zugangslösungen mit dem umfangreichen Angebot an LEGIC advant all-in-one-card Anwendungen verbindet. Damit wird Gästen und auch den Partnern im Tourismus besseres Service und mehr Komfort geboten.

Die neue SKIDATA-Karte, welche erstmals auf der SAM in Grenoble von 26.–28. April 2006 vorgestellt wurde, vereinigt zwei verschiedene Bereiche auf einem Chip: der SKIDATA-Bereich unterstützt die eigenen Zutrittsanwendungen – darunter auch Vorbestellungen über Internet. Der LEGIC all-in-one-card-Bereich unterstützt zusätzliche Anwedungen für öffentliche Verkehrsmittel, Skiverleih, e-payment-Einrichtungen und Türschloss-Systeme. Weitere Ausstattungen sind die flexible Multiapplikation, sichere Datenkommunikation und Fälschungssicherheit. Beide Bereiche können unabhängig voneinander verwendet werden. Die Integration in vorhandene SKIDATA und LEGIC-Anwendungen ist problemlos möglich.

Urs Grimm, Senior Vice President im Bereich People Access bei der SKIDATA AG, sagte zum neuen Angebot: „Mit der Combi Card haben unsere Kunden die freie Auswahl aus einem breiten Angebot von spezialisierten Lösungen zur Optimierung des Gästeservices. Wir sind stolz darauf, unseren Kunden eine SKIDATA-Karte mit integrierter LEGIC-Technologie anbieten zu können."

ARENA Roadshow – ein voller Erfolg

Das erste Quartal 2006 stand bei der PowerGIS GmbH ganz im Zeichen der ARENA Roadshow. Getreu dem Motto „ganz nah am Kunden" zu sein, bot PowerGIS den zahlreichen Interessenten an fünf verschiedenen Veranstaltungsorten die Möglichkeit, sich über die Vorzüge des Betriebs- Informations-Systems ARENA zu informieren.

Das Team von PowerGIS mit GF Robert Sölkner (Mitte) Technikchef Ing. Christoph Schmuck (rechts) und GF-Assistenz Desirèe Kraihammer (links).

ARENA – ein mehrdimensionales Werkzeug

Die Branchensoftware ARENA deckt zum einen den Bereich Geografisches Informationssystem (GIS) und zum anderen den Bereich Betriebsleitersoftware ab. Damit können Bergbahnen mit nur einem einzigen Werkzeug anstelle mehrerer unterschiedlicher Programme effizient gesteuert werden.

PowerGIS Geschäftsführer Robert Sölkner stellte einmal mehr unter Beweis, dass sich ARENA bestmöglich in bestehende Systeme bei Kunden integrieren kann. Neben Schnittstellen zu kaufmännischer Softwarte, zu Fahrtenschreibern und Schneedeckenmessgeräten, kann ARENA somit ganz einfach ergänzende Anwendungen mit Daten versorgen. Besonders stolz ist man bei PowerGIS unter anderem auf die erfolgreiche Kooperation mit SkiData. Gemeinsam hat man ein Werkzeug entwickelt, welches Daten aus SkiData-Systemen im GIS georeferenziert darstellt. Wir machen aus Daten Informationen, so Technikchef Ing. Christoph Schmuck, der ebenfalls den zahlreichen Roadshow-Teilnehmern Rede und Antwort stand.

ARENA jetzt auch bei Seilbahnplanern im Einsatz

Das Ingenieurbüro Salzmann ist eines der ersten Planungsbüros, welches ebenfalls auf die Vorzüge von ARENA setzt. Im Zuge der ARENA-Roadshow präsentierte DI Stephan Salzmann eindrucksvoll, wie schnell und einfach Vorprojekte mit diesem Werkzeug abgewickelt werden können. Und dass mit ARENA auch dreidimensionale Präsentationen auf höchstem Niveau erstellt werden können, sei ein positiver Nebeneffekt, so DI Salzmann.

ARENA überschreitet Grenzen

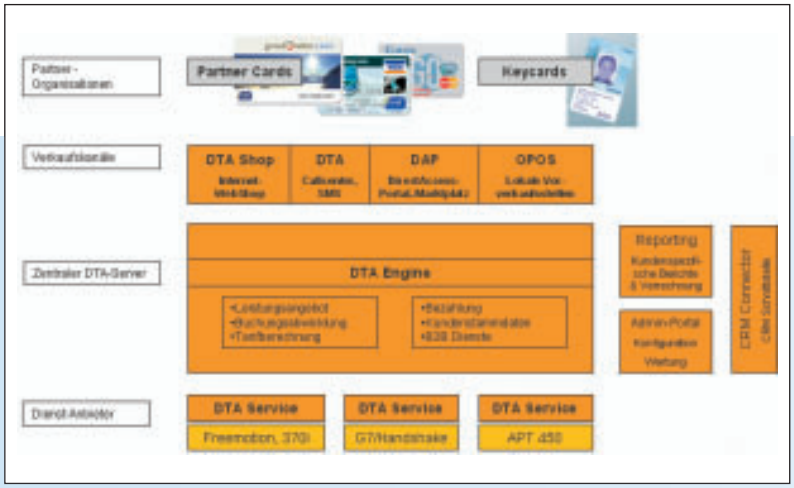
Mit der Söllereck Bahn in Oberstdorf (D) und dem Skicarosello in Corvara (I) freut man sich bei PowerGIS über erste internationale Projekte. Nachdem PowerGIS ausschließlich für Seilbahnbetriebe arbeitet, können somit länderübergreifende Synergien genutzt werden, die letztendlich wieder den einzelnen Betrieben zugute kommen, so GF Robert Sölkner.

Mehr über ARENA und PowerGIS unter:
www.myarena.at und
www.powergis.at

Interessierte Teilnehmer der ARENA-Roadshow.
Fotos: PowerGIS

SKIDATA: Freie Wahl beim Zugang dank „Direct to Access“

Viele Wege führen auf die Piste – dies gilt besonders heute, wo ein breites Spektrum an Skipässen und anderen Zugangsberechtigungen über viele verschiedene Vertriebskanäle erhältlich ist. Beim Kauf ist man dabei dank Internet und Telekommunikation längst nicht mehr auf die Lift-Kasse angewiesen. SKIDATA kam mit ihrer „Direct to Access“-Lösung den heutigen Kundenwünschen nach unkomplizierten, örtlich unabhängigen Verkaufskanälen entgegen und kann inzwischen mit einem abgerundeten Programm zur wahlfreien Einbindung verschiedenster Verkaufskanäle aufwarten.



Das DTA Konzept. **Fotos: SKIDATA**

Um auf Kundenwünsche gezielt eingehen zu können, wurde die Struktur von Direct To Access™ gezielt auf Modularität und Offenheit ausgelegt. Damit ist es ganz dem Betreiber überlassen, welche Teile zum Einsatz kommen sollen und bei welchen davon auf bewährte Module von SKIDATA zurückgegriffen werden soll.

Beispiel für einen Web-Shop.

Mit DTA-Technik zum Ticket

In jeglicher Variante sind drei Funktionsblöcke von Bedeutung:

1. DTA Engine

Die DTA Engine ist der der zentrale Teil des DTA-Servers im gesamten Konzept. Die gesamte Logik läuft auf einem High-End Server unter professionellen IT-Bedingungen. Alle DTA-Daten werden hier verspeichert und ermöglichen zentrale

- Konfiguration
- Erstellung von Berichten und Statistiken
- Verrechnung
- Weiterverarbeitung des Datenbestandes, z. B. für CRM-Zwecke.

2. DTA Service

Dabei handelt es sich um eine Software-Anwendung, die auf dem angrenzenden System installiert wird (z. B. System Freemotion™ oder 370i) und die Kommunikation zur zentralen DTA Engine übernimmt.

3. Verkaufskanäle

Auf Kundenseite können je nach Bedarf verschiedene Vertriebskanäle auch parallel laufen z. B.:

- OPOS („Off-Site Point of Sale“)-Vorverkaufsstellen (z. B. in Hotels)
- Web-Shops zur Ticketbuchung über Internet
- Ticketbuchung mittels SMS über Handy
- Ticketbuchung über Call Center
- „Direct Access Portal“ (DAP), ein zentraler „Marktplatz“ zum Buchen von verschiedenen Leistungen.

Die entsprechenden Anwendungen kommunizieren wiederum mit der zentralen DTA Engine.

Skipass per Web-Shopping

Die Betreiber können auf Wunsch ihre Web Shops für den Internet-Verkauf ihrer Tickets und Services selbst bzw. über beauftragten Firmen gestalten: Aufmachung, Design, Abfragemasken usw. können so nach eigenen Wünschen und in „Eigenregie“ umgesetzt werden. Auf Anfrage stellt SKIDATA natürlich entsprechende allgemeine Vorlagen als Ausgangsbasis bereit, übernimmt aber auf Wunsch auch die gesamte Gestaltung des Web Shops.

Service für den Server

Der DTA-Server ist der zentrale Dreh- und Angelpunkt für alle DTA-basierten Lösungen. Die ununterbrochene Rundum-Verfügbarkeit dieser Anlage ist von größter Bedeutung und muss durch vielfältige Maßnahmen (z. B. Brandschutz, Notstrom-Versorgung, Virensicherheit, Datensicherung, Wartung) sichergestellt werden. Den Betrieb des DTA-Servers kann der Betreiber

selbst übernehmen; SKIDATA stellt dafür die technischen Mindestkomponenten zur Verfügung, die zur Installation und Inbetriebnahme des Servers erforderlich sind. Die Verantwortung für die einwandfreie Installation, Konfiguration und die Sicherstellung des Betriebes übernimmt in diesem Fall der Betreiber.
Alternativ bietet SKDIATA den Betrieb des DTA-Servers als Dienstleistung an. Das Unternehmen betreibt in seiner Hauptniederlassung in Salzburg ein professionelles Rechenzentrum, das nach allen Richtlinien für gesicherten IT-Betrieb konzipiert ist. Die Einrichtung einer zentralen Anlage für alle Kunden ermöglicht volle Sicherheit und Funktionalität bei dennoch niedrigen Kosten.

Verrechnung

Die Verkäufe rechnen die Betreiber direkt mit ihren Gästen bzw. Endkunden ab. Hauptbezahlart bei Transaktionen ist die Kreditkarte, allein schon wegen der Bequemlichkeit; bei Buchungen über Handy kann der Betrag auf Wunsch direkt über die Handy-Rechnung verrechnet werden. Die Abwicklung bei Kreditkartenbezahlung erfolgt üblicherweise über Bezahldienst-Anbieter (auch PSP, d. h. Payment Service Provider), welche die Verrechnung an die entsprechenden Kreditkarteninstitute in den einzelnen Ländern der Welt übernehmen.
SKIDATA selbst hält Verträge mit diversen Bezahldienst-Anbietern in den einzelnen Ländern und kann dieses Netzwerk als Standard zur Verfügung stellen. Andere Bezahldienst-Anbieter können auf Wunsch ebenfalls eingebunden werden.

Die Homepage eines Skigebietes als Verkaufskanal für Skipässe.

Der DTA-Server: Das Daten-Herz

Alle Daten der einzelnen Internet-Transaktionen werden auf dem DTA-Server zentral verarbeitet, gespeichert und verteilt. Von Bedeutung für die weitere Kundenbindung sind hier vor allem die Kundenstammdaten (Name, Adresse, persönliche Informationen usw.). Sind diese einmal erfasst, können sie immer wieder abgerufen und für aktuelle Buchungen übernommen werden.

Wirtschaftsfaktor Kundenbindung

Die auf dem DTA-Server gespeicherten Kundenstammdaten können für vielfältige Zwecke exportiert und weiterverwendet werden:
- Übertragung in professionelle CRM-Systeme (z. B. per SKIDATA CRM-Connector)
- Export an Kundenbindungs-Programme
- Verwendung für Werbung und Mailings
- Weiterverwendung für Berichtswesen und Verrechnung

Dazu gibt es diverse Möglichkeiten zur nutzbringenden Auswertung von Transaktions- und Kundenstammdaten, z. B. die Erstellung von Berichten, Statistiken oder Verrechnungen.

Technische Voraussetzungen

Der Betrieb von SKIDATA DTA zum Verkauf eigener Tickets sowie zur möglichen Teilnahme am sogenannten „All Access Card" (AAC)-Programm erfordert SKIDATA™ System 370 (mind. Software-Version 14.01.00), eine permanente Online-Internet-Verbindung zur Datenzentrale des Systems im Skigebiet, die entsprechende SKIDATA™ DTA Service Software auf der Datenzentrale des Systems, und schließlich die Definition eines Ticket-Sortiments im System für den Exklusiv-Verkauf über das Internet.

SUCHE/BIETE

Manager, Dipl.-Kfm., 35
Profi in Vertrieb – Marketing – Technik,
sucht neue Herausforderung in der Alpin- und Wintersportbranche, Tel.: +49/172/5337445
E-mail: c-hofmann@12move.de

MULTI LIFT SNOWTUBING® BABYLIFT KARUSSELL

Multi Skiliftbau GmbH, Hauptstr. 1, D-83355 Grabenstätt Tel: 0049 8661-242/Fax -1472
Multi Star Skilift, 507 Chestnut Str.-Sunbury, PA 17801 Phone (570) 473-8545/Fax -3252
E-Mail: info@multiskilift.de, Internet: www.multiskilift.de, www.snowtubing.ch

NILS – ein echter Partner bei der Schmierung

Der Südtiroler Schmiermittel-Spezialist NILS aus Burgstall ist nicht bloß Händler hochqualitativer Produkte, sondern ein echter Partner der Bergbahnbetriebe, der technische Beratung und Service groß schreibt. Wenngleich das Qualitätsbewusstsein in der Branche kontinuierlich zunimmt, ist noch viel Aufklärungsarbeit nötig, damit die Vorteile des „richtigen" Schmierstoffes zu einer allgemeinen Selbstverständlichkeit werden.

„Beim Kauf eines Schmierstoffes wird noch immer vorwiegend auf den Preis geschaut", sagt NILS-Verkaufsleiter Martin Holzer. „Das billigste Produkt funktioniert vielleicht in der Landwirtschaft, aber bei der Personenbeförderung mit heutiger High Tech sollte man versuchen, richtige Fachprodukte zu verwenden. Schließloch hängt viel davon ab. Schmierung wird als notwendiges Übel angesehen und daher von vielen Betreibern stark vernachlässigt oder unterschätzt. Häufig trifft man dieses Denken an: Es ging bisher so, also geht es auch künftig so (mit Standardprodukten). Dadurch werden innovative – und letztlich vorteilhafte Produkte am Markt – kategorisch abgelehnt. Die Notwendigkeit für hochqualitative Schmiermittel wurde jedenfalls branchenweit noch nicht in der Tiefe erkannt.

Trotzdem steigt der Kundenstamm von NILS kontinuierlich an. Denn wer einmal ein NILS-Produkt getestet hat, sieht, dass es im Endeffekt nicht teurer ist als das bisher verwendete Fremdprodukt. Das heißt, dass das Preis-/Leistungsverhältnis absolut stimmt. Durch die vielen Vorteile, wie z. B. die Einsparungen bei der benötigten Menge oder die Erhöhung der Lebensdauer bzw. Reduktion der Ausfallzeiten durch Reparatur etc., rechnet sich so ein Qualitätsprodukt unter dem Strich immer. Jedoch am Preis alleine sieht man das nicht! Da muss man den Faktor Zeit und den Faktor Menge mit einkalkulieren.

Was bei uns auch dazukommt, ist die Anlieferung frei Haus auf unseren LKWs an den Einsatzort des Kunden (auch wenn es die Bergstation ist) – auch eine Zeit- und somit Kostenersparnis – und schließlich die Lieferfähigkeit selbst großer Mengen an Spezialprodukten in kürzester Zeit. Wer diesen Service und diese Produktqualität einmal ausprobiert hat, der bleibt dabei. Wir haben jedenfalls noch nie einen Kunden gehabt, der NILS verwendet hat und wieder umgestiegen wäre!", verrät Martin Holzer.

Regelmäßige Ölanalysen machen Sinn

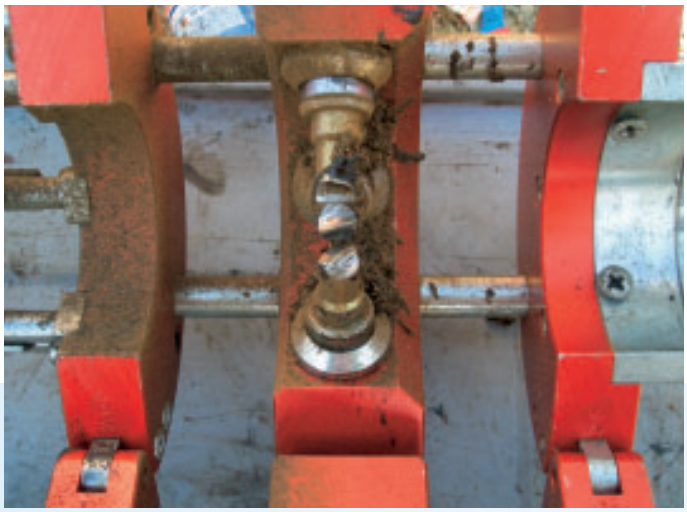
Für die Seilbahnbetreiber bietet NILS die ganze Palette an Fetten und Schmierstoffen, sprich Getriebe- und Hydrauliköle und Fettschmierung für Umlenkscheiben, Rollenbatterien, Wippen, Garagierung, Klemmen etc. Generell gibt NILS folgende Empfehlung ab:

„Vor dem Ölwechsel sollte man den Zustand der verwendeten Öle analysieren, um über die Notwendigkeit eines Wechsels urteilen zu können. Es gibt zwar Empfehlungen von den Seilbahnherstellern, wann ein Wechsel durchgeführt werden sollte. Jedoch ist zu bedenken, dass jede Anlage gewissermaßen ein eigener Typ ist in punkto Belastung des Getriebes etc. und daher ein anderer Wechselzeitpunkt sinnvoll sein kann. Insofern ist eine Ölanalyse sehr nützlich, die Empfehlung ist quasi nur ein grober Anhaltspunkt.

Die Vorteile einer Ölanalyse sind:

- die Bestimmung des genauen Zustandes des Schmierstoffes,
- die Bestimmung des genauen Wechselintervalles,
- anhand von verschiedenen Abrieben bzw. Inhaltsstoffen in den Ölen sieht man den Zustand des Getriebes an sich (Abnutzungserscheinungen, Probleme mit Kondenswasser etc.).

Seilreinigungs- und Schmiergerät.



Verschmutzte Stichel und Bürsten nach Seilreinigung.
Fotos: NILS

Wechseln oder filtern?

Nach einer Bestimmung des Aussehens des Öles empfiehlt NILS entweder das Öl zu wechseln, oder es zu filtrieren. Letzteres dann, wenn zwar Verunreinigungen aufgetreten sind bzw. Wasser im Öl ist, aber die chemisch-physikalischen Parameter des Öles noch passen – sprich wenn die Viskosität und Additivierung usw. noch in Ordnung sind. Nach der Filtrierung muss zur Sicherheit nochmals eine Analyse durchgeführt werden, ob die Verunreinigungen und/oder das Kondenswasser tatsächlich eliminiert wurden.

Oder, als dritte Möglichkeit, es stellt sich heraus, dass das Öl noch weiter verwendet werden kann und am Ende der darauffolgenden Saison wieder kontrolliert werden soll. Große Unternehmen sollten einmal jährlich analysieren lassen. Hierfür zieht entweder ein NILS-Mitarbeiter eine Probe oder der Kunde schickt eine solche ein. Das gilt auch für Fremdprodukte.

Wenn das Öl gewechselt werden muss, bietet NILS als Erstausstatter von Leitner-Anlagen alle Originalprodukte dieses Seilbahnherstellers an, führt aber auch Getriebeöle für Lohmann- oder Kissling-Getriebe im Sortiment.

Im Bereich der Hydrauliköle führt NILS ebenfalls Originalprodukte für Leitner-Anlagen sowie die Kundennachbestellung. Es werden spezielle Tieftemperatur-Hydrauliköle auf vollsynthetischer Basis für die Abspannung mittels Bremshydrauliksystemen von Leitner NILS TTO771 (ISOVG26) verwendet.

Wartung für Fettschmierung

Bei der Wartung für Fettschmierung verwendet NILS das bewährte Produkt „Atomic RH“, das seit über zwei Jahrzehnten von Leitner, Doppelmayr Italien und vielen anderen Herstellern der Wintertechnik in der Erstausstattung verwendet wird. Der Grund dafür liegt im

- sehr guten Tieftemperaturverhalten,
- bester Haftfähigkeit und
- optimaler Wasserbeständigkeit.

Durch diese Eigenschaften des Fettes wird der Mengenverbrauch reduziert, weil ein Abtropfen und Ausrinnen dieses Produktes aus Wippen, Rollen oder Umlenkscheiben vermieden wird. Laut Kundenaussagen ergibt sich eine Verringerung des Verbrauches um zwei Drittel gegenüber herkömmlichen Standardfetten. Daher ist es auch ökonomisch günstig!

In Österreich wenden bereits über 300 Bergbahnen/Lifte bei der Schmierung von Wippen, Umlenkscheiben, Rollenbatterien, Rollen-Elektromotoren etc. dieses Produkt an.

Seilreinigung- und Seilschmierung

Hier bietet NILS seit Jahren spezielle Geräte, entweder im Verkauf oder zur Miete gegen Gebühr an. Durch die Eigenschaften des Reinigungsgerätes – eines Seilfugenkammes mit Putzstichel – werden verschmutzte Seile vom Seildrall bis zur Oberfläche gereinigt. Erst anschließend soll der Schmierstoff aufgetragen werden, um die Konservierung bzw. Korrosionsschutz zu gewährleisten und auch das Austrocknen des Seiles zu vermeiden.

Als Schmierstoff verwendet NILS hier seit zwei Jahrzehnten in Italien „K2“. Dieser wurde ab 19. 5. 2005 auch in Österreich vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie laut DSB80 für die Schmierung von Aufstiegsanlagen im Personentransport freigegeben. „K2“ wird bereits sehr erfolgreich in verschiedensten Skigebieten international eingesetzt.

Für weitere Beratungen stehen alleine in Österreich 8 NILS-Außendienstmitarbeiter plus Techniker Martin Holzer zur Verfügung. **mak**

NILS Firmensitz in Burgstall, Südtirol.

Kärntner Saatbau: Neue Entwicklungen in der Hochlagenbegrünung

In Höhenlagen über der Baumgrenze ist eine erfolgreiche und nachhaltige Wiederbegrünung nach baulichen Maßnahmen derzeit nur bei Verwendung standortgerechter Alpin-Saatgutmischungen möglich. Das erfordert auch den Einsatz hochwertiger Begrünungstechniken.

Bergstation Saalbach Schattberg X-Press. ***Fotos: Kärntner Saatbau***

Für grosse Lösungen das richtige Team

Zum Beispiel:
Schrägschachtbefahrungsanlage für Baustelle Bannalp KWN. Winde 12 ton mit Seil ø 25 mm L 2'400 m elektr. hydr. ferngesteuert.

Zum Beispiel:
Seilzug der 4 Tragseile VV 55 mm – 1 Zugseil ø 35 mm und 1 Rettungsseil ø 18 mm endlos gespleisst, auf den Punta Rocca, den höchsten Dolomit über dem Marmolada-Gletscher.

Unsere Spezialitäten: Seiltransporte und Seilzüge.

Touristische Seilbahnen
Stahlbau
Montagen
Hebezeuge
Bauseilbahnen
Spezialarbeiten
Gelände und Strassentransporte

Von Rotz Seilbahnen AG
CH-6064 Kerns

Tel. (+41) 041 660 65 71
Fax (+41) 041 660 63 71

www.vonrotz-seilbahnen.ch
info@vonrotz-seilbahnen.ch

Durch die extremen Witterungsbedingungen in Hochlagen wächst die Vegetation nur sehr langsam und braucht mindestens 2 Wachstumsperioden, bis ein ausreichender Erosionsschutz sichergestellt ist. Kleinflächigere Eingriffe können bis in den Herbst hinein immer wieder notwendig sein. Die Möglichkeit einer schnellen, standortgerechten und ausdauernden Begrünung mit sofortigem, hundertprozentigem Erosionsschutz wäre oberstes Gebot. Dies gelingt aber nur durch Verwendung von Vegetationsteilen, die klimatisch angepasste Gräser und Kräuter enthalten. Von natürlichen Standorten steht solches Material entweder gar nicht oder nur in kleinen Mengen zur Verfügung.

Lösung des Problems

Im Rahmen einer innovativen, strategischen Partnerschaft von Produktion, Vertrieb und Forschung (Bundesanstalt für alpenländische Landwirtschaft, Abt. für Alpine Vegetationstechnik) wurde genau an

Produktionsfläche alpiner Fertigrasen.

Die behandelte Mantelsaat fungiert als Wasserspeicher- und -lieferant für das Samenkorn und den jungen Keimling.

diesem Problem gearbeitet. Die Lösung besteht in der Produktion alpiner Rasen. Sie bestehen aus Alpengräsern, die unter den extremen alpinen Standortsbedingungen bis zu 2 500 m Seehöhe überleben können. Passende Ökotypen wurden zu einer standortgerechten Mischung zusammengesetzt und ihre Tauglichkeit zur Erzeugung alpiner Fertigrasen geprüft. Verwendet werden kann der Alpine Fertigrasen auf Flächen, auf denen man sehr schnell einen hundertprozentigen Erosionsschutz braucht, auf Flächen die rasch begrünt werden sollen oder als Saat-Soden-Kombination.

Bahnbrechende Innovation für die Alpinbegrünung

Insbesondere in alpinen Lagen ist sowohl eine Neuansaat, als auch eine Nachsaat mit einer Vielzahl von extrem ungünstigen Bedingungen konfrontiert. Ein elementares Problem in der Keim- und Auflaufphase stellt neben der Anfangsnährstoffversorgung eine ausreichende Wasserversorgung dar. Eine unzureichende Wasserversorgung führt dazu, dass gerade gekeimtes Saatgut irreversibel austrocknet.
In diesen Fällen hat sich die Mantelsaat mit Absorber als zielführend herausgestellt. In die bestehende Mantelsaat wurde eine wasserabsorbierende Komponente eingearbeitet, die eine zusätzliche Versorgung mit pflanzenverfügbarem Wasser und den darin enthaltenen Nährstoffen ermöglicht. Dieser zusätzliche Wasserträger haftet gleichmäßig in der äußeren Hülle des ummantelten Korns und ist somit in der Lage, sowohl das Saatkorn beim ersten und wichtigsten Schritt der Keimung, dem der Quellung, als auch den bereits gekeimten Sämling mit Wasser zu versorgen. Im Rahmen von Versuchsreihen wurden dann Samen u. a. Wasserstress sowie extremem Sonnenlicht ausgesetzt und anschließend eine Vielzahl an Parametern erfasst.
Die Effekte absorbierender Mantelsaatzusammensetzungen, die eine wesentlich höhere Vitalität als die Nacktsaatvarianten aufwiesen, wurden sowohl im Gewächshaus als auch in Feldversuchen ermittelt. Darüber hinaus wurde bei der „Absorbervariante“ eine tendenziell schnellere und gleichmäßigere Keimung beobachtet. Die positiven Auswirkungen des Absorbers in der Mantelsaat waren unter Wasserstress am deutlichsten zu beobachten, da die gesteigerte wasserabsorbierende Eigenschaft des Mantels besonders unter diesen Extrembedingungen zur Geltung kam. Die Nacktsaat hingegen konnte den Extrembedingungen kaum standhalten und vertrocknete.

Schlussfolgerungen für die Praxis

Neben Nährstoffen, Phytohormonen und weiteren wichtigen Faktoren ist Wasser das entscheidende Element für die Entwicklung und Etablierung von Begrünungen aller Art. Die Möglichkeit, das Wasser direkt an das Samenkorn zu binden und es auf diesem Weg höchst effektiv für den Keimling verfügbar zu machen, bringt einen enormen Vorteil mit sich. Die bereits vorhandene absorbierende Eigenschaft der Mantelsaat wird durch den zusätzlich eingebrachten Absorber um ein Vielfaches erhöht und bewahrt angekeimtes Saatgut vor dem Austrocknen. Das Saatkorn wird von einer Art Schwamm umschlossen. So wird das Samenkorn durch den „Mantel“ vor dem Austrocknen geschützt, da er es mit Wasser und den darin enthaltenen Nährstoffen versorgt. Der Nährstoffmantel bleibt so lange erhalten, bis sich die Begrünung etabliert und eine dichte Rasennarbe gebildet hat. Die ReNatura® Alpinmischungen sind ab sofort als Mantelsaat mit Absorber erhältlich.

Infos: www.saatbau.at

Innovation und Qualität

compac

www.compac.bz.it

Moderne Fördertechnik für Kinder im Compac-Winterpark

Zauberwald mit Kräutergarten
Sehen... Fühlen... Erleben

Compac GmbH Pflerscherstr. 9 D 39040 Gossensass (BZ) MwST.-Nr. IT01708180219 Tel.: 0039 0472 633084 Fax: 0039 0472 633696