D 4945 F 37. Jahrgang August 2006

MOUNTAIN Manager

5/06

Meinung:
Ch. Wopp: Jugend in der alpinen Natur

Mountain-Manager 41:
Alois Geiger: Fisser Bergbahnen

Special:
PISTENPRÄPARIERUNG

Some like it hot –
PistenBully 600

www.pistenbully.com

PistenBully®

mountain destinations • stadia & arenas • fairs & exhibitions • attractions & amusement parks • car park operators • airports • shopping centres • cities & communities • hotels • hospitals • campuses

für perfektes zusammenspiel

Freemotion™ Vorteile für Betreiber und Gäste:

Das Ganze ist mehr, als die Summe seiner Teile. FREEMOTION zeichnet sich durch Partnerfähigkeit aus. Die revolutionäre Lösung von SKIDATA™ verfügt über ein perfektes Schnittstellenmanagement. Aus einzelnen Systemen wie CRM-Connector, Internetlösungen, Gästekarten, Finanzbuchhaltung u.v.m. entsteht in Verbindung mit FREEMOTION eine überragende Gesamtlösung. Exakt auf Ihre Ansprüche abgestimmt und jederzeit bereit für künftige Herausforderungen.

www.skidata.com

SKIDATA™
access unlimited

Editorial

Chefredakteur
Dr. Markus Kalchgruber

Sommer-Karten werden neu gemischt

Es hat den Anschein, dass die Bergbahnbranche zweimal hintereinander vom Wetter besonders begünstigt wird: nach einem idealen Winter 05/06 hat sich auch der Sommer 2006 bislang von seiner schönsten Seite gezeigt – von der Gletscherschmelze einmal abgesehen. Das Wirtschaftsforschungsinstitut erwartet ein Umsatzplus von 4–5 % gegenüber dem (verregneten) Sommer 2005. Damit dürfte die schon beinahe traditionelle Sommerkrise dem heimischen Tourismus heuer erspart bleiben, niemand kann sich in das Jammertal des nicht konkurrenzfähigen Alpensommer-Wetters flüchten! Das haben übrigens jene, die im Sommer erfolgreich reüssieren und sich vor 3 Jahren zur Angebotsgruppe „Ausgezeichnete Österreichische Sommerbahnen" zusammengeschlossen haben, sowieso nie praktiziert. Sie sind davon überzeugt, dass der Sommer in den Bergen eine echte Zukunft hat. Nicht zuletzt deshalb, weil der Erholungswert für den Gast immer deutlicher erkannt werden wird. Dazu tragen auch Angebotsgruppen wie „Allergie Alpin" bei, die in ihrem neuen Urlaubskatalog allen Allergikern Vorschläge für beschwerdefreien Urlaub ab 1 500 Meter Seehöhe macht. Denn die klare, gesunde Bergluft garantiert einen Mindergehalt an Pollen und Schimmelpilzen und die absolute Milbenfreiheit.

Sich um Attraktionen bemühen ist das Entscheidende

Ob man nun auf die Gesundheitsschiene, auf Action oder auf ein Familien-Erlebnisangebot mit Attraktionen wie dem neuen „Fisser Flieger" (siehe Artikel S. 14) setzt, ist eigentlich zweitrangig wichtig. Entscheidend ist, dass man sich bemüht, innovative und interessante Dinge zu bieten. „Dann stellt sich heraus, dass die Leute sehr wohl in den Bergen Sommerurlaub machen", bestätigt Alois Geiger, Geschäftsführer der Fisser Bergbahnen und diesmaliger MM-Interviewpartner. Natürlich kann nicht jeder eine Rodelbahn, ein Seil-Fluggerät oder einen Mountainbike-Parcours anbieten. Aber das Feld „Bergsommer" ist thematisch so weit spannbar, dass noch viele Destinationen mit einem klaren Profil Platz haben. Die Frage ist aber für viele Unentschlossene noch immer, ob sich eine Investition in Sommerattraktionen lohnt, da Schlechtwetter alle Umsatzziele zunichte machen würde – schließlich kann ja nicht jeder Sommer so extrem wie der heurige sein!?

Extremsommer werden in Zukunft typisch sein

Die Antwort vieler Meteorologen dazu lautet: künftig werden solche Extrem-Sommer typisch sein, die Tropentage (Temperaturen über 30° C) sind bereits von ehemals 5-8 pro Sommer auf derzeit 16 gestiegen und werden noch häufiger. Das ist dann also die andere Seite der Klimaerwärmung: während mildere Winter uns Kopfzerbrechen machen, geben uns heißere, trockenere Sommer eine touristische Hoffnung. Es könnte sogar sein, dass die Menschen noch heißere Urlaubsziele am Meer zunehmend meiden (die Türkei ist heuer bereits ein Beispiel dafür) und schattige Wälder mit einer Erfrischung im Bergsee bevorzugen. Was früher ein Nachteil gegenüber dem Süden war, könnte sich in Zukunft zum Vorteil entwickeln. Allerdings müssen wir dann auch wie o. a. mit unseren Angeboten gut aufgestellt sein.

Vielleicht sollten wir umdenken und uns nicht mehr zu 90 % auf das Wintergeschäft verlassen. Denn laut Klaus Reingruber, Meteorologe von der Firma Blue Sky, wird sich die Natur umstellen. „Das Problem ist nur, dass die Leute damit nicht leben können, sich nicht anpassen." Diese Flexibilität zu entwickeln, wird aber für viele existenzentscheidend sein, wenn die Schneefallgrenze weiter steigt (pro Grad höherer Durchschnittstemperatur um ca. 100 Meter!). Das heißt, die zunehmende Erwärmung wird niedriger gelegene Gebiete immer mehr mit der Sinnfrage der einseitigen Ausrichtung konfrontieren. Daher sollte auch eine professionelle Auseinandersetzung mit dem Sommergeschäft, wie sie bereits zu sprießen begonnen hat, zum ganz großen Arbeitsthema der Zukunft in unserer Branche gemacht werden.

Fa. Alfred Rodlsberger Stahl- & Maschinenbau GmbH

... einen Sprung voraus!

Gewerbegebiet 443 · A-5721 Piesendorf · Tel.: +43 (6549) 72 59-10 · Fax.: +43 (6549) 72 59-4 · stahlbau@rodlsberger.at · www.rodlsberger.at

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:
Thorsten Block
Tel. +49 (0) 7 21/9 82 25 27
Fax +49 (0) 7 21/9 82 25 28
E-Mail: tbka68@aol.com
Gerwigstr. 22
D-76131 Karlsruhe

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
Christian Arenz

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
Inhalt 4
Meinung: Christian Wopp: Jugend in der alpinen Natur 6

MM MAGAZIN

BERGSOMMER
- Neuer Schwung soll den Bergsommer „trendy“ machen 10
- Premiere in den Alpen: Der Fisser Flieger 14
- Spiel und Spaß am Magic Berg 16
- Brandauer: Impulse für den Sommer 18
- VIV: Module für Hochseilgärten und andere Sommerattraktionen 19
- Neuer Bikepark am Zau{:ber:}g Semmering 20
- Eurobike 2006: Bergtourismus ankurbeln 22
- Die 9 Bike-Zentren der „Mountain Bike Holidays“ 24

NEUE BAHNEN
- Leitner: Kooperation mit STRABAG gestärkt 25
- Doppelmayr: Golden Jet setzt Akzente 26
- Doppelmayr: Erfolgreicher Alpen Tower Express 28
- Leitner: Seilbahnen für den innerstädtischen Verkehr 30

MARKETING & MANAGEMENT
- 41. MM-Interview: Alois Geiger, Fisser Bergbahnen 33
- Innovative Unternehmen sind erfolgreicher 38
- Neues Handbuch „Tourismuswerbung“ 57

TECHNIK & WIRTSCHAFT

BESCHNEIUNG
- Katschberg ab 06/07 zu 100 % schneesicher 41
- TechnoAlpin: Turbinenschaufelheizung 42
- SUFAG: Ausbau in Zell/Ziller 44
- IDE ermöglicht große Schneemengen bis 30° C 46

FIRMEN NEWS
- Leripa: ROBALON für Hundeschlitten und Snowboard-Rails 40
- Freimoser: Eine gute Adresse auch für Glasfasertechnik 48
- SEIK: Weltneuheit „Sky Truck“ 50
- CWA: 29 Mal um die Welt 52
- SKIDATA: Access for the Future – eine Bilanz 54
- SIEMENS ELIN vereint in Alpine Technologies 56
- Maschinenhof: Ökologie und Effizienz 58

PISTENFAHRZEUG-SPECIAL
- Mag. Andreas Schwab: Marktposition und Erträge halten II
- Kässbohrer: Experten-Meeting in Saas Fee V
- Prinoth-Neuheiten VI
- Formatic: Durchschlagender Erfolg in Frankreich VIII
- Teufelberger: Roter Faden für silberne Seile IX
- Kässbohrer: Erfolgreiches R(h)einschneien XI
- Paana auf gutem Weg XII
- Hägglunds Kettenfahrzeuge XIII
- Hall XIV
- NILS: Qualität rechnet sich immer XVI
- Prinoth Drivers Club XVIII
- Holleis XIX
- Pistenfahrzeug-Tabellen XXII–XXVIII

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

Im Zentrum der August-Ausgabe steht der Schwerpunkt „Bergsommer“. Auf 14 Seiten präsentieren wir einen generellen Überblick über die aktuellen Trends sowie Fallbeispiele von Neuheiten, welche das steigende Engagement der Branche für das Sommergeschäft verdeutlichen.

Lesen Sie von Seite *10–24*

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

INSERENTENLISTE

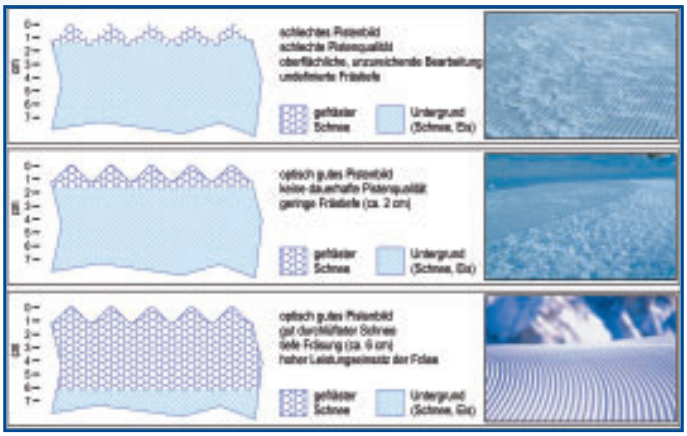
Alp Media	4	Leripa Kunststoffe	32
BG Fahrzeugtechnik	III	LST Loipolder	43
Bibus Hydraulik AG	59	Multi Skiliftbau	59
Brandner, Andreas	48	Nivis GmbH	39
Brigger + Käch	23	Pfeifer Seil- und Hebetechnik	XI
Congress u. Messe Innsbruck	20	Pool Alpin	7
CWA	29	Prinoth AG	XXVIII
DOPPELMAYR	9	Reichmann	55
Elektro Berchtold	27	REISCH Maschinenbau GmbH	17
Formatic	21	Rodlsberger	3
GIFAS Electric GmbH	XV	SKIDATA AG	2
Hans Hall	36, 49	Suche/Biete	38
HDP Gemini	12	SUFAG	25
HELOG-HELISWISS AG	45	TechnoAlpin AG	U4
Holleis/Snopex	15	Teufelberger Seil GmbH	47
Inauen-Schätti	54	VIV Deutschland	11
Jäger-Gardetto ZT GmbH	13	Von Rotz	58
Jochum, Andreas	51	Watzinger	35
Kässbohrer	U1	Werlberger	53
Kässbohrer	I	Wiegand	37
Klenkhart	5		

Der diesmalige Meinungsartikel stammt von Prof. Dr. Christian Wopp, Dekan der Universität Osnabrück und Ex-Hochschullehrer im Bereich Sport und Gesellschaft, und dreht sich um das Thema „Jugend in der alpinen Natur“. Während die Jugendlichen zahlenmäßig abnehmen, steigt der Begriff „Jugendlichkeit“ in seiner Bedeutung weiter.

Lesen Sie von Seite *6–8*

Zum 41. MM-Interview wurde Alois Geiger, Geschäftsführer der Fisser Bergbahnen im Tiroler Oberinntal, gebeten. Seit seiner und Hubert Pales Führung (1990) hat Fiss einen enormen Aufschwung genommen und die Wertschöpfung verdreifacht. Ein Meilenstein in der Positionierung war der skitechnische Zusammenschluss mit Serfaus. Zuletzt ließ Fiss auch mit hervorragender Berggastronomie und Attraktionen für den Sommer wie jüngst dem „Fisser Flieger“ aufhorchen.

Interview von Seite *33–37*



Zum 5. Mal präsentiert der Mountain Manager das Special „Pistenpräparierung“ auf 28 Seiten mit Neuheiten aus der Welt der Pistenfahrzeuge und den beliebten technischen Tabellen.

Lesen Sie Seite *I–XXVIII*

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

Meinung

Christian Wopp

Prof. Dr. Christian Wopp, Dekan der Universität Osnabrück, ist Experte in Sachen Sport und Gesellschaft.
Fotos: mak

Jugend in der alpinen Natur

Prof. Dr. Christian Wopp, Dekan der Universität Osnabrück und ehemaliger Hochschullehrer für Sport und Gesellschaft, beschäftigte sich in einem Vortrag anlässlich des Future Mountain-Symposiums mit der Jugend und ihrer Beziehung zur alpinen Natur. Parallel zur Rückläufigkeit des prozentualen Anteils Jugendlicher in der Gesellschaft nimmt jedoch der Begriff „Jugendlichkeit" an Bedeutung zu.

MM-FRAGE: *„Wie sieht die demografische Entwicklung in Deutschland aus?"*
Wopp:
„Bei der demographischen Entwicklung ist zweierlei festzustellen Es gibt sowohl einen Rückgang der Bevölkerung in Deutschland verbunden mit einem Rückgang der Absolutzahlen bei den Sportaktiven. Außerdem ist ein Rückgang der Zahl junger Menschen festzustellen. 1959 wurden in Deutschland noch 1,4 Millionen Kinder geboren, 50 Jahre später sind es nur noch etwas mehr als die Hälfte. Deshalb haben wir es jetzt mit einem Anstieg der Menschen zu tun, die älter als 40 Jahre sind.
Der Rückgang der Zahl jüngerer Menschen und die Zunahme der Zahl älterer Menschen hat zur Folge, dass mögliche Wachstumspotentiale des Sports bei jenen liegen, die über 40 Jahre alt sind!
Noch dazu kommt der Anstieg der Lebenserwartung. Das Bundesamt für Statistik hat errechnet, dass gegenwärtig die Lebenserwartung für Frauen bei 80,8 Jahren und bei Männern bei 74,8 Jahren liegt. Im Jahr 2050 soll die Lebenserwartung bei Frauen bei 88,1 Jahren und bei Männern bei 82,6 Jahren liegen. Die tiefgreifenden Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur werden nicht nur zur Folge haben, dass die Bevölkerungszahl in Deutschland in den kommenden Jahren abnehmen wird, sondern die Deutschen voraussichtlich im Jahr 2035 das älteste Volk der Welt sein werden!

MM-FRAGE: *„Die Jugend wird also eine Minderheit werden?"*
Wopp:
„Nur noch 20 % der Bevölkerung in Deutschland ist derzeit unter 20 Jahre alt. Angesichts dieser Entwicklung drängt sich die Frage auf, ob Tourismusorganisationen gut beraten sind, sich mit der Zielgruppe der Jugendlichen intensiv zu befassen, oder ob es nicht besser wäre, sich verstärkt den älteren Menschen als stetig wachsende und kaufkräftige Zielgruppe zuzuwenden?
Aber obwohl die Jugendlichen nur noch eine Minderheit sind, waren und sind sie Objekte intensiver wissenschaftlicher und medialer Betrachtungen.
Das hängt u. a. damit zusammen, dass Jugendliche als Seismographen gelten, an denen zukünftige Entwicklungen ablesbar sind. Dahinter steht die Annahme, dass diejenigen, welche die Jugendlichen gewinnen, damit auch die zukünftigen Zielgruppen gewonnen haben. Zunächst aber wird es eher so sein, dass die Generation der um 1964 Geborenen in den kommenden Jahren gesellschaftsprägend sein wird. Gerade bei den Vierzigern ist aber eine Umorientierung hinsichtlich der Ziele und Inhalte sportlichen Handelns in Richtung Gesundheit, Fitness, Ausdauer und Wellness zu beobachten. Motive wie Leistungs- und Wettkampferfolge sowie das Erleben von Abenteuer und Risiko, die vor allem bei jüngeren Menschen wirksam sind, gewinnen an Bedeutung."

MM-FRAGE: *„Wie sieht das Image der Jugendlichkeit generell aus?"*
Wopp:
„Unabhängig von o. a. Entwicklungen gewinnt der Begriff Jugendlichkeit" an Bedeutung. Obwohl in Deutschland nur noch 20 % der Bevölkerung unter 20 Jahre alt ist und der prozentuale Anteil weiter sinken wird, entfaltet parallel dazu das Image der Jugendlichkeit eine Sogwirkung, die auf die gesamte Gesellschaft ausstrahlt.
In der Shell-Jugendstudie 2000 wurde ermittelt, dass Kinder möglichst früh als Erwachsene gelten möchten. Und die Generation der 40-Jährigen möchte möglichst lange das Image der Jugendlichkeit konservieren. Die Kindheit wird also be- und das Alter entschleunigt.
Nicht mehr das Lebensalter, sondern das Verhalten einer Person, deren äußeres Erscheinungsbild und ihre soziale Rolle sind zu den zentralen ‚age markers' geworden. Im Sport ist beobachtbar, dass auf Grund der Zunahme der sportlichen Aktivitäten bei älteren Menschen die klassischen Altersnormen der Inaktivität und des ‚sich zur Ruhe Setzens' an Orientierungskraft verloren haben."

MM-FRAGE: *„Welche Trends sind bei der Jugend feststellbar?"*

Meinung

Wopp:
„Auffallend ist, dass die Zukunftsbezogenheit, die früher einmal für Jugendliche charakteristisch war, zunehmend zugunsten einer Gegenwartsbezogenheit in den Hintergrund tritt. Nachdem die Zukunft für viele Jugendliche eher ungewiss geworden ist, hat auch die Formel, wonach die Jugend gleichzeitig die Zukunft bedeutet, ihre Gültigkeit verloren. In der Gegenwart mit den vielen Unsicherheiten bei den beruflichen und persönlichen Perspektiven verschieben sich die Prioritäten bei jungen Menschen in Richtung der Bewältigung konkreter, praktischer Probleme.
Diese Entwicklung kann auch erhebliche Auswirkungen auf den Freizeitsport haben, weil sich voraussichtlich die schon gegenwärtig stark ausgeprägte Konsumentenhaltung noch verstärken wird und dadurch ein Sportengagement gekoppelt mit sozialen Verpflichtungen weiter rückläufig sein könnte."

Im Themenbereich „körperbezogene Fun-Kulturen" haben sich bei den Jugendlichen viele Szenen gebildet. 16 % gehören z. B. der Szene „Mountainbiker" an.

MM-FRAGE: *„Gelten Jugendliche heute als Trendsetter in den Bereichen Mode und Sport?"*

Wopp:
„Bis zum 19. Jahrhundert waren nicht die Jugendlichen, sondern die erfahrenen Erwachsenen die Trendsetter. Jedoch zeichnete sich zu Beginn des 20. Jahrhunderts ein Leitbildwandel ab, weil neben dem Zustand des ausgereiften Wissens, wie er durch die ältere Bevölkerung repräsentiert wurde, Bilder des dynamischen, leistungs- und anpassungsfähigen jungen Menschen traten, der zunächst als Arbeitskraft und in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zunehmend als Konsument umworben wurde. Parallel dazu verlor durch technische Innovationen der Wissensvorsprung der älteren Generation an Bedeutung, weil vorhandenes Erfahrungswissen ebenso wie bis dahin erfolgreiche Lebensplanungskonzepte an Gültigkeit verloren. Die gegenwärtige Bedeutung der Jugendlichen in Deutschland liegt nicht in ihrem quantitativen Anteil in der Bevölkerung, sondern in ihrer Funktion, der Bevölkerung zu veranschaulichen, wie mit Innovationen und Moden umgegangen werden kann.
In Bereichen wie Mode, Geschmack, Konsum, Sexualität, Sport, Technikbeherrschung und neuen Medien sind Jugendliche Erwachsenen gegenüber, unterstützt durch die Werbung, zu Vorbildern, Leitbildern und Meinungsführern geworden. Insofern ist der Blick vieler älterer Menschen nicht auf die Gestaltung ihrer eigenen Zukunft gerichtet, sondern auf junge Menschen, um zu beobachten, was diese machen!
Auch im Sport haben Jugendliche eine gewisse Trendsetterfunktion insbesondere in den Themenfeldern Wilderness, Speed und Expressivität. Da die älteren Menschen überwiegend in den Themenfeldern Gesundheit, Fitness, Ausdauer und Wellness verbleiben, strahlen weniger die Praxisformen des jugendorientierten Sports auf die sportiven Praxen der älteren Menschen aus. Vielmehr ist es der ästhetische Gehalt der von Jugendlichen produzierten Bilder, die zunehmend auch von älteren Menschen in Form modischer Kleidung und lässigen Verhaltensmustern übernommen werden."

MM-FRAGE: *„Bekanntlich gehören Jugendliche Szenen an. Wie sehen diese konkret aus?"*

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

Meinung

Wopp:
„Szenen als ein Netzwerk von Personen sind eine individualisierte Form der Gemeinschaftsbildung, die um einen thematischen Kern entsteht. Die Szenenmitglieder müssen sich nicht zwangsläufig persönlich kennen, sie erkennen sich jedoch in der Regel an typischen Merkmalen (Kleidung, Musikgeschmack, Verhaltensmuster). Insbesondere in den Themenbereichen ‚körperbezogene Fun-Kulturen' und ‚Dance-Kulturen' haben sich im Jugendbereich viele Szenen gebildet. Die ‚Eventisierung' des Sports ist auch ein Spiegelbild der zunehmenden Verszenung des informellen Sports. Ohne Szenen keine Events. Ohne Events keine Szenen.
Differenziert nach Geschlecht gibt es bei den 12- bis 17-Jährigen in Deutschland folgende Szenenzugehörigkeit (nach HEINZLMAIER et al., 1999, S. 25):
Männliche Jugendliche:
Snowboarder (19 %), Inline-Skater (16 %), Mountainbiker (16 %), Fitness-Freaks (10 %), Skateboarder (8 %), HipHop (7 %), Beach-Volleyball (5 %).
Weibliche Jugendliche:
Inline-Skater (18 %), Snowboarder (14 %), Mountainbiker (12 %), Hip-Hop (9 %), Fitness-Freaks (8 %), Beach-Volleyball (8 %)."

MM-FRAGE: *„Sie sprechen auch noch von einem weiteren Trend, nämlich der Rückgewinnung urbaner Räume für Bewegung, Spiel und Sport. Was kann man sich darunter vorstellen?"*
Wopp:
„Seit mehr als 10 Jahren sind vielfältige Prozesse der Rückgewinnung urbaner Räume durch Bewegung, Spiel und Sport beobachtbar, so dass heute schon von der Freizeit auf Asphalt als neuer Trend die Rede ist. Auslöser dafür waren die verschiedenen Formen im Ausdauerbereich, in erster Linie die vielen Jogger in den Städten. Hinzu gekommen sind seit mehr als 5 Jahren Inline-Skater und zunehmend auch Radfahrer.
Verstärkt wurde die Rückgewinnung auch durch Aktivitäten aus dem Themenfeld Wilderness. Dazu gehören u. a. die Skate-Boarder und Aggressive-Skater, die sich in den Städten an verschiedenen Punkten (Spots) treffen und ihre Bewegungskünste praktizieren. Zu diesem Themenfeld gehört auch der Bau von Kletterwänden an Außenwänden verschiedener Gebäude (z. B. Sporthallen, Schulen, Verwaltungsgebäuden). In nahezu allen Großstädten werden in der Weihnachtszeit temporäre Eislaufflächen zumeist auf zentral gelegenen Plätzen errichtet.
Die Beispiele veranschaulichen, dass viele Sportformen, die ursprünglich nur in den Bergen ausgeübt wurden, mittlerweile im urbanen Umfeld praktiziert werden. Als Fazit kann festgehalten werden: Die Berge kommen in die Städte!
Hinzu kommt ein weiterer Trend: Stadtflucht und eine neue Innenstadtorientierung verlaufen parallel. Das prägt in besonderer Weise den Tourismus. Denn wenn schon das urbane Umfeld nahezu alle sportlichen Möglichkeiten bietet, dann sollen die außerhalb der Städte aufgesuchten Regionen etwas Besonderes bieten. Prägend sind die Merkmale der Authentizität sowie die Kulissen des Glücks.
Im Sport bedeutet Authentizität das Erleben des unverstellt Ursprünglichen und Originalen."

MM-FRAGE: *„Was verstehen Sie unter Kulissen des Glücks?"*
Wopp:
„Vergleichbar einer Theateraufführung muss es eine Bühne als gestaltete Umwelt geben, auf der die Inszenierungen des eigenen Sports stattfinden kann. Von den Tourismusregionen erwarten die Besucher folgende Qualitätsmerkmale:
- Schöne Landschaft (71 %)
- Gesundes Klima (61 %)
- Gutes Essen (61 %)
- Sauberkeit (58 %)

Davon ausgehend wollen die meisten Touristen perfekte Illusionen. Die Scheinwelten sollen teilweise sogar die Wirklichkeit übertreffen. Wenn die Natur den Erlebniserwartungen nicht entspricht, dann wird sie entsprechend verändert.
Beiden Ansprüchen zu genügen, Authentizität zu ermöglichen und Kulissen des Glücks zu bieten, ähnelt eher der Quadratur des Kreises, die nur möglich ist, wenn sich Tourismusregionen für eine eindeutige Profilbildung entscheiden. Dabei wird es nicht möglich sein, allen Wünschen der Touristen zu entsprechen.
Angesichts zentraler Herausforderungen habe ich versucht zu verdeutlichen, dass die Jugendlichen eine Zielgruppe sind, die zahlenmäßig rückläufig ist, die aber in den kommenden Jahren sehr stark imagebildend sein wird. Patentrezepte, wie diese Zielgruppe gewonnen und an die Alpen gebunden werden kann, gibt es aber nicht."

Szenenübersicht. Im roten Viereck befinden sich die Felder Ski, Snowboard und Mountainbike.

Wir bauen für Menschen

Unser Ziel ist es, die aktuellen Bedürfnisse der Fahrgäste und Seilbahnbetreiber zu erfüllen und vorausschauende Lösungen anzubieten. Unser zukunftsorientiertes Handeln zeigt sich besonders in der Entwicklung von sicheren und komfortablen Seilbahnsystemen für alle Benutzergruppen. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst.

Doppelmayr®

Doppelmayr Seilbahnen GmbH
Rickenbacherstraße 8-10, Postfach 20
6961 Wolfurt/Austria
T +43 5574 604, F +43 5574 75590
dm@doppelmayr.com, www.doppelmayr.com

GARAVENTA

Garaventa AG
Bergstrasse 9, 6410 Goldau/Schweiz
T +41 41 859 11 11, F +41 41 859 11 00
contact@garaventa.com, www.garaventa.com

© www.idealit.com

Neuer Schwung soll den Bergsommer trendy machen

Dem heurigen Bergsommer wurden von den Wirtschaftsforschern leichte Zuwachsraten vorausgesagt. Die Bergbahnen Österreichs aber auch der Schweiz haben sicher ihren Beitrag dazu geleistet, wie man an der Neuheiten-Liste absehen kann. Die Berge sollen auch im Sommer „trendy" werden – und zwar sowohl für sportlich Aktive als auch stille Genießer. Dafür garantieren vor allem die 36 ausgezeichneten österreichischen Sommerbahnen, die einen umfassenden Kriterienkatalog erfüllen müssen. Ihre Angebote gliedern sich in fünf zielgruppenorientierte Themenbereiche: Familien-, Action-, Aussichts-, Genuss- oder Fit & Gesund-Berg.

Mit „Thematisiertem Wandern" haben viele TVBs und Bergbahnen eine neue Offensive gestartet, um dem Bergsommer ein zeitgemäßes Image zu geben. **Foto: TVB Schladming**

Ob Trekken, Biken oder Relaxen, in Österreichs Bergen sollen alle auf ihre Rechnung kommen. Die Zahl der Gästeankünfte im Sommer 2005 betrug 15,6 Millionen, jene der Nächtigungen 59,6 Mio. Laut Wifo wurde ein Rekordergebnis in touristischer Wertschöpfung eingefahren: 9,92 Mrd. Euro, im Vergleich zu 9,29 Mrd. Euro im Sommer 2004.

206 Seilbahnunternehmen bringen diesen Sommer die Bergfans auf die Gipfel und tragen damit wesentlich zur regionalen Wertschöpfung bei. Im Sommer 2005 wurden 9,7 Mio. Sommergäste mit 27,4 Mio. Beförderungen verzeichnet. Das ist etwas weniger als 2004, was sicherlich auf die miserable Witterung zurückzuführen ist. Trotzdem stieg der erwirtschaftete Kassenumsatz von 71,4 Mio. € auf 72,8 Mio. €. Im Schnitt bewirkt also jeder Kunde pro Tag einen Kassenumsatz von rund 7,4 €. Knapp 37 % aller Beförderungen wurden in den Gletscherbetrieben durchgeführt, wo auch mehr als jeder fünfte Euro umgesetzt wurde.

An der Spitze des Sommer-Angebotes 2006 steht Tirol mit 82 in Betrieb befindlichen Bahnen. Das Qualitätsgütesiegel „Ausgezeichnete Österreichische Sommerbahn" verleiht der Fachverband der Seilbahnen Österreichs seit 2004. Es garantiert ein sommerliches Erlebnis am Berg. Für den Sommer 2006 hat sich die Seilbahnwirtschaft einiges einfallen lassen – außer den fast obligaten Sonnenaufgangs- oder -untergangsfahrten –, um das Freizeitangebot rund um den Berg für Groß und Klein attraktiv zu gestalten, wie folgender Streifzug quer durch die Alpenrepublik zeigt:

Streifzug durch die Neuheiten

➤ In Tirol bieten die Bergbahnen Fiss-Ladis eine neue Attraktion mit dem „fisser flieger" (siehe Extra-Artikel S. 14). Pilotenweste anziehen, anschnallen und mit der Seilbahn wie ein Paragleiter drüberfliegen. Unter dem Motto „staunen – begreifen – verstehen" gibt es in der Hexenwasserwelt in Hochsöll jede Menge an Erlebnisstationen, die vom Kas'n und Kornmahlen bis zum Schnapsbrennen reichen.

➤ In Salzburg erwarten kleine Bergfans in Saalbach-Hinterglemm viele neue Spielestationen und ein Kindererlebnisweg (vgl. Artikel S. 16). Maria Alm hält einen neuen Active Fitness Park mit Nordic Walking Trail bereit und die Dorfgasteiner Bergbahnen führen Wanderungen zu den Kraftplätzen der Natur durch.

➤ In Vorarlberg bietet die Pfänderbahn Trauungen in einer festlich geschmückten Gondel an, die Montafoner Hochjochbahnen warten mit Trendsportarten wie Monster Roller, Stanley Rider und Mountain Board auf.

➤ In der Steiermark auf der Planai wartet die längste Downhill-Strecke Österreichs mit neuer 4-Cross-Strecke am Zielhang auf die Gäste.

➤ In Oberösterreich sorgt die Katrin-Seilbahn für Atempfade, Hö-

hentrainingsstrecken und Fitness-Basis-Checkstationen.
➤ In Niederösterreich haben die Semmering Hirschenkogel Bergbahnen einen Mountainbikepark mit 4 Strecken eröffnet (Artikel S. 20).

Auch die Schweizer Bergbahnen haben sich für diesen Sommer einige neue Angebote einfallen lassen:
➤ Etwa Packages mit Nordic Walking-Stöcken, Restaurantgutschein, Gepäcktransport und Talfahrt um 28,50 CHF/Person in Adelboden.
➤ Oder den SwissTopwalk in Grindelwald-First mit einem Chipsystem, das jedem Nordic-Walker den Vergleich der persönlichen Zeit mit der Vorgabe von Spitzenathleten erlaubt.
➤ Weiters gibt es Kombinationen Bahnfahrt ,Trottinetfahrt und Mittagessen für die ganze Familie, Abendfahrten mit Sternbeobachtung, Sonntagsbrunch-Pauschale mit Bahnfahrt und „Frühaufsteher-Bärgzmorge".
➤ In Lenk-Betelberg wurden die Erlebniswege Murmeli-Trail und Luchs-Trail ausgebaut, in Vals ein Moorlehrpfad angelegt.
➤ Eine neue Downhill-Abfahrt melden Bellwald und Crans-Montana, letzteres auch mit Cross Country-Parcours.
➤ Strecken für neue Trendsportgeräte „Bockerl" bzw. „Dirtsurf" findet man im Schongau. Das Bockerl ist eine Art fahrbarer Sitz mit drei geländetauglichen Inlinerädern und der Dirtsurfer ist ein geländetaugliches Inlineboard.
➤ Bemerkenswert ist auch der Förster-Trail Seelisberg, ein Rundgang auf 2,5 km durch den Seelisberger Oberwald mit informativen Tafeln zum Lebens- und Sportraum Wald oder
➤ die höchstgelegene Trampolinanlage Rigi Jump auf Rigi Staffel in 1 600 m Höhe.

„Sanfter Bergtourismus" heißt eine neue Plattform des Österreich-Tourismus, zu der auch die Seilbahnen gehören. Angebote wie „Wanderungen zu den Kraftplätzen der Natur" (Dorfgastein) entspringen diesem Bewusstsein. ***Foto: SLT***

Best of Sommer 2006-Trends

Auch die Österreich-Werbung versucht, dem Sommer einen neuen Anstrich jenseits der altbackenen Sommerfrische zu verpassen. Man schenkt den Trends mehr Aufmerksamkeit und kürte noch vor Saisonbeginn einen „Trendsieger 2006": das Produkt „Stollenbiken von Kärnten nach Slowenien" vom Sportcenter Klopeinersee. Gleichzeitig wurden 6 Trends für den Sommer definiert:
➤ die Renaissance des Authentischen,
➤ die österreichische Küche und Wirtshauskultur (Think global – Cook Local),
➤ der einzelne Gast ist Mittelpunkt,
➤ architektonische Ikonen im Tourismus,
➤ Wege zu einer tieferen Natur- und Körpersensibilität,
➤ grenzüberschreitende Erlebnisangebote.

Aus letzterem Bereich stammt der Sieger mit seinem Angebot „geführtes grenzübergreifendes Mountainbiken durch den Berg", das einen aufgelassenen Bergwerkstollen für Mountainbiker nutzbar macht – ein in Europa einzigartiges Abenteuer. Auf 7 Kilometern, die in ca. 2 Stunden absolviert werden, entdeckt man die Schönheiten des Inneren der Erde!
Der Wahl zum Best of Sommer 2006 Trend-Sieger gingen eine Befragung von österreichischen Reisejournalisten und eine Trendanalyse durch Sekundärprognosen von Trendforschungsinstituten voraus. „Davon wurden auch die sechs dominierenden Trends des diesjährigen Sommers abgeleitet, denen

Der „Salzburger Almsommer" ist ein Antistressprogramm der SLT in den Bergen. Im Juni wurde zusätzlich der 350 km lange Almenweg eröffnet, der quer durch den Pongau von Alm zu Alm führt. **Foto: SLT**

touristische Angebote des Sommers zugeordnet wurden", bemerkte ÖW-Geschäftsführer Dr. Oberascher.

Sanfter Bergtourismus

Österreichs Sommertourismus ist vielen unterschiedlichen Interessensgruppen ein Anliegen. In der Plattform „Sanfter Bergtourismus" sitzen erstmals jene für die touristische Wertschöpfungskette relevanten Institutionen an einem Tisch: das Wirtschaftsministerium, die Seilbahnen Österreichs, der Alpenverein, die Österreich Werbung und die Bundesforste. Ihr gemeinsames Ziel ist der Erhalt und die Weiterentwicklung der alpinen Infrastruktur, die Belebung des Sommertourismus und die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für das Ökosystem Alpen. Die Partner der Plattform wollen in Zukunft eng zusammenarbeiten, um den Lebensraum in den alpinen Gebieten ökologisch, wirtschaftlich und sozial nachhaltig zu sichern. Die Belebung des Sommertourismus ist dabei eine wichtige Maßnahme für den Erhalt der Lebensqualität der Menschen im ländlichen Raum – vor allem in Hinsicht auf die Gefahr der Zersiedelung und Abwanderung.

Der alpine Naturraum ist nicht nur eine in Europa einzigartige Landschaft, er ist zugleich wichtige Grundlage für den Österreich Tourismus. Ein gezielter Informationsaustausch der diversen Interessensgruppen sorgt für aufeinander abgestimmtes Handeln und schnellere Entscheidungen für den Erhalt des Naturraums und des Tourismus. Mit der Plattform „Sanfter Bergtourismus" werden Institutionen und unterschiedliche Interessensgruppen miteinander verknüpft um Bewusstseinsbildung und Lobbying zu stärken. Sanfter Bergtourismus bedeutet, die Berge nicht für den Massentourismus freizugeben, sondern die Besucherströme gleichmäßig zu verteilen und die hohen Standards der alpinen Infrastruktur und damit die Sicherheit und den Erholungswert für die Bergtouristen zu erhalten.

Salzburger Almsommer-Antistressprogramm in den Bergen

In das Projekt „Sanfter Bergtourismus" fügt sich u. a. harmonisch das neue Produkt „Salzburger Almsommer" ein. 550 für Bergwanderer geöffnete Almhütten, dazu prachtvolle Wiesen, romantische Bergseen und eindrucksvolle Gipfel bilden die Kulisse. Ideal für Wandertouren, für den Familienurlaub oder wenn man einfach nur weit weg vom Alltagsstress entspannen und genießen will. Man sitzt auf der Bank vor der ruhigen Almhütte, stärkt sich bei einer Brettljause mit würzigem Bauernbrot, hausgemachtem Speck und Käse, nimmt einen kräftigen Schluck von der frischen Milch und lehnt sich zufrieden zurück.

Die wohltuende Ruhe, die reine Bergluft und das Gefühl, hoch oben am Berg inmitten der unberührten Natur vor der majestätischen Gebirgskulisse einfach abschalten zu können, machen den Almsommer im Salzburger Land zu einem einzigartigen Erlebnis.

Die Kombination aus maßvoller körperlicher Betätigung, Ruhe und angenehmer Atmosphäre, hat eine besonders wohltuende Wirkung für den Organismus.

Als jüngster Coup wurde im Juni der Salzburger Almenweg eröffnet. Dabei geht es gemütlich von Alm zu Alm 350 km quer durch den schönen Pongau mit über 120 Almen,

wo man herzlich empfangen und mit echten Schmankerln versorgt wird. „Genusswandern" heißt die Philosophie, die dahinter steckt. Unter www.salzburger-almenweg.at. ist dazu ein kostenloser Führer mit einer ausführlichen Beschreibung der insgesamt 31 Etappen sowie Besichtigungstipps erhältlich. Ein Highlight der Website sind die interaktiven Karten, auf denen man die geplante Wandertour detailliert betrachten kann.

Zertifizierte Almsommerhütten-Kriterien

Wer sich für den Salzburger Almsommer qualifizieren will, muss strenge Kriterien erfüllen, damit den Gästen tatsächlich hochwertige und authentische Angebote zur Verfügung stehen. Erst wenn eine Hütte original und authentisch ist, nur auf nichtöffentlichen Wegen erreichbar ist, Tiere in der Umgebung weiden sowie Hygiene- und Trinkwasservorschriften erfüllt sind bzw. selbsterzeugte regionale Produkte angeboten werden, wird sie aufgenommen.

Bergwandern mit dem Mountainbike ist inzwischen ein fester Bestandteil der Sommeraktivitäten in den Alpen geworden. **Foto: MTS**

Generell lässt sich bei den Marketingaktivitäten der alpinen Tourismusverbände heuer eine neue Offensive für das Wandern feststellen. Dabei wird bewusst der Erlebnischarakter durch sogenanntes „Thematisiertes Wandern" betont. Die Wege stehen unter einem Thema (z. B. „Holzweg", „Schmankerlweg" im Zillertal, „Abenteuerweg" für Kinder in Saalbach etc.) oder man begegnet speziellen Attraktionen auf eigens angelegten Stationen oder wird zu vitalisierenden Übungen animiert. Viele Gäste wählen nach einer anspruchsvollen Wanderung die Sommerbahnen für die gelenkschonende Rückkehr ins Tal und genießen das abendliche Panorama als besonderen „Wohlfühl-Faktor". **mak**

www.ihrarchitekt.com
Jäger-Gardetto ZT GmbH

Unsere Zutaten zu einem erfolgreichen Architekturkonzept:

INNOVATION
TECHNIK
DESIGN

für ein zukunftsweisendes Umfeld
als Grundgerüst für künstlerische Freiheit
zur Verfeinerung von optischen Eindrücken

Adamgasse 2a
6020 Innsbruck
Tel.: 0512-25 72 75-0
Fax: 0512- 25 72 82
office@ihrarchitekt.com

Premiere in den Alpen:
Der Fisser Flieger

Die Fisser Bergbahnen haben ihren Sommer Funpark um eine bislang in den Alpen einmalige Attraktion bereichert: ein Fluggerät, das einem Doppeldecker oder Drachen ähnlich ist und 4 Passagiere mit 83 km/h am Seil über das Tal brausen lässt! Errichtet wurde die 750 000 Euro-Investition von der Stahl- & Maschinenbau GmbH. Alfred Rodlsberger aus Piesendorf bei Zell/See.

Die neue Attraktion auf der Möseralm, der Fisser Flieger, lässt einen wie Ikarus fühlen. ***Fotos: Fisser Bergbahnen***

Seit 19. Juli kann man sich auf der Möseralm wie Ikarus fühlen und über den Baumwipfeln schweben. Der neue Fisser Flieger ermöglicht nämlich einen simulierten Flug in 47 m Höhe, gesichert mit einem Drachenflieger-Gurt. Dabei wird das Flugmanöver mittels Seilbahnkonstruktion für den Benutzer automatisch durchgeführt. Ohne Vorkenntnisse zu brauchen, wird er mit der Pilotenweste sicher am Fluggerät befestigt und zunächst mit 40 km/h rückwärts am 28 mm Seil hochgefahren. Nach einem kurzen Halt auf der 100 m höher gelegenen Bergstation beschleunigt der Sky Glider auf der 700 m langen Strecke talwärts bis auf 83 km/h, dass einem kurz fast die Luft wegbleibt. Wenn nicht der Fahrtwind, dann würde einem sowieso die Vogelperspektive den Atem rauben, wie auch MM-Chefredakteur am eigenen Leib bei einem Testflug erfahren durfte!

Kurz vor der Einfahrt in die Talstation wird der „Flug" abgebremst, langsam gleitet der Flieger in die Startposition. Nach dem anschließenden Passagierwechsel wird der Sky Glider erneut mit 40 km/h in Richtung der Kerrbodenabfahrt hochgezogen.

„Wer es einmal gemacht hat, wird zum Wiederholungstäter", kommentieren viele Benutzer den neuartigen Spaß.

Auch Winter- und Nachtbetrieb möglich

Die Fisser Bergbahnen erwarten sich bereits im ersten Jahr über 100 000 Fahrten. Der Betrieb ist nicht auf die Sommermonate beschränkt, sondern wird auch im Winter stattfinden – als Flug über die Skipisten – und einmal pro Woche auch am Abend als „Nachtfliegen". Für einen sicheren Betrieb sind zwei Mitarbeiter erforderlich.

Die Anlage selbst wurde in verzinkter Stahlbauweise erstellt und besteht aus der Talstation mit Zugang und Ausstieg sowie der Bergstation mit Antrieb, Seilspannung und Technik. Die Gründung erfolgte mit Stahlbeton-Einzelfundamenten. Das 700 m lange Tragseil ist ohne Stützen zwischen den Stationen gespannt. Die Trasse verläuft über einem Schlepplift bzw. Pisten. Der Zugang bei der Talstation samt dem Vorbereitungsbereich für die Gäste-Adjustierung sowie der getrennte Ausstieg erfolgt über eine dreiläufige Stahl-Treppenanlage mit Zwischenpodesten.

Technische Details

Der Laufwagen ist so konstruiert, dass das Tragseil von beiden Laufrollenpaaren umschlossen ist. Er

Daten Fisser Flieger

Errichter	Fa. Alfred Rodlsberger
Länge	670 m
Höhendifferenz	ca. 100 m
Bodenabstand	max. 47 m
Gewicht Glider	630 kg
Ø Tragseil vollverschlossen	28 mm MBK (KN) 800
ø Zugseil	13 mm MBK (KN) 120
Bergfahrt	10 m/s, 90 sek.
Talfahrt	22 m/s, 45 sek.
Fahrtdauer	ca. 5 Min. mit Auffahrt
Durchschn. Taktzeit	3–4 Glider/min.
Kapazität	65–100 P/h
Mindestalter	10 Jahre
Mindestgröße	130 cm

wird mit einem umlaufenden Zugseil berg- und talwärts bewegt. Der Glider selbst verfügt über Halte-Bügel, Fußaufnahme und Personen-Gurtaufnahme für vier Personen. Dies ist übrigens eine vom Drachen-Flugsport weiterentwickelte und vom TÜV-geprüfte Variante von Halte-Anhängegurten.
Der Elektroantrieb mit Planetengetriebe ist umrichtergesteuert und ermöglicht drei verschiedene Flugprogramme.
Die beiden links und rechts an die Antriebsscheibe angebauten Bremsen sind systemgleich, arbeiten aber unabhängig voneinander.
In der Talstation halten Einlaufkufen und eine Ausnehmung im Podestboden den Sky Glider in Position. Das Unterteil des Fluggerätes ist seitlich schwenkbar am Personenaufnahmerohr gelagert. Zwei Stoßdämpfer mit Stahlfeder fangen die Stöße beim Einfahren ab.

Aufgaben des Personals

Das Personal hilft natürlich den maximal vier Passagieren, die Pilotenweste richtig anzuziehen und den Gurt am Glider einzuhängen. Sobald alle Stahlhaken über die zentrale Stange verriegelt und gesichert sind, kann per Knopfdruck die Fahrt vom Bedienpersonal am Bedienpult in der Talstation gestartet werden.
Während der Fahrt muss der Bediener die Fluggäste beobachten und kann mit der Not-Aus-Taste jederzeit eine mechanische Bremsung einleiten. Über unplanmäßige Zwischenfälle werden die Gäste über Lautsprecher an den beiden Stationen informiert.
Die Firma Rodelsberger – ein kleines aber feines Unternehmen aus dem Salzburger Land – hat mit dem Fisser Flieger wiederum einen Maßstab in der Freizeitbranche gesetzt. Bergbahnen-Geschäftsführer Alois Geiger war jedenfalls mit der hochwertigen Arbeit und schnellen Abwicklung der Piesendorfer Stahlbaufirma sehr zufrieden. „Kreative Ideen, innovative Planung und die zuverlässige Realisierung anspruchsvoller Projekte sind unsere Stärke“, bekennt Alfred Rodlsberger. **mak**

Mit 83 km/h den Sommer Funpark überfliegen.

Von der Talstation wird das Fluggerät zunächst rückwärts mit 40 km/h zur Bergstation hochgezogen.

Angstgegner.

»Zum Glück ist diesen Motorschlitten von Arctic Cat das Himalaya-Gebiet zu steil und zu hoch. Auf den kleineren Bergen in Europa sind sie nämlich unschlagbar: Super zu fahren, sicher im steilen Gelände und extrem belastbar. Speziell der BEARCAT ist ein richtiges Arbeitstier. Was der schleppt - da hält selbst der beste Sherpa nicht mehr mit.«

Lakpah Tshering Sherpa, Nepal

ARCTIC CAT®
SHARE OUR PASSION.™

SNOPEX SA
CH-6850 Mendrisio
Tel. +41 91 646 17 33
Fax +41 91 646 42 07
sales@snopex.com
www.snopex.com

HOLLEIS SNOWMOBILES & QUADS
Saalfeldner Str. 41 · 5751 Maishofen
T 06542 / 683 46-0 · **E** office@holleis.net
Filiale Imst · Industriezone 41c · A-6460 Imst
T 05412 / 645 77 · **E** filiale-imst@holleis.net
I www.holleis.net

Spiel und Spaß am Magic-Berg

Im Juli wurde der neue Abenteuerweg am Kohlmais in Saalbach Hinterglemm seiner Bestimmung übergeben. Kinder und Erwachsene lernen hier spielerisch die Bergwelt des Pinzgaus kennen.

Die Geschäftsführung der BB Saalbach Hinterglemm überreicht der Planerin des Erlebnisweges am Kohlmais, Michaela Fink, einen Blumenstrauß. V. l.: Fritz Breitfuß, Helmut Thomas, Michaela Fink, Hannes Dschulnigg. ***Fotos: BB Saalbach Hinterglemm***

Seit 2005 gehören die Bergbahnen Saalbach Hinterglemm zu den „ausgezeichneten Sommerbahnen Österreichs". Um diese Zertifizierung und das dazugehörige Gütesiegel zu erhalten, muss ein Kriterienkatalog erfüllt werden, der rund 100 Punkte umfasst und damit die Grundlage für ein qualitativ hochwertiges Angebot am Berg darstellt. Dabei wird jedem Berg ein spezielles Thema zugeordnet, das sich in die Kategorien Family-Berg, Fit & Aktiv-Berg, Aussichts-Berg, Genuss-Berg und Action-Berg eingliedern lässt. Jedes zertifizierte Unternehmen verpflichtet sich außerdem, sein Angebot gemeinsam mit regionalen Partnern weiter zu entwickeln.

Die Bergbahnen Saalbach Hinterglemm zählen sich am Kohlmais zur Themengruppe „Family-Berg", wobei man in den nächsten Jahren auf allen 4 Bergen der Region eine entsprechende Themenausrichtung plant. So sollen etwa am Reiterkogel die größeren Kinder bzw. Jugendliche mit einem durchdachten Bikeangebot hinsichtlich Geschicklichkeit und Virtuosität angesprochen werden, ein Bikepark ist schon vorhanden.

Zu den beliebtesten Spielgeräten zählt der Traktor mit den Schweinchen.

Für den Erlebnisweg am Kohlmais hatten die Verantwortlichen der BB Saalbach Hinterglemm 4 Agenturen eingeladen, Ihre Ideen zu präsentieren. Dabei setzte sich schließlich Michaela Fink mit ihrem Konzept durch, die Umsetzung wurde dann im Frühjahr 2006 in Angriff genommen. Wichtig dabei war vor allem, dass sich das Angebot sowohl an Einheimische als auch Gäste richten sollte. Als Ziel wollte man Familien die Bergwelt des Pinzgaus mit Spiel und Spaß nahe bringen.

Die Spielgeräte wurden nach Plänen von Michaela Fink von der Firma Moser gefertigt, die Tischlerei Strauss hat die nötigen Schautafeln angefertigt. Händisch bemalt wurde alles von Michaela Fink. Der Aufbau des Spielewegs wurde von den

beteiligten Firmen und Mitarbeitern der Bergbahnen Saalbach Hinterglemm unter der Leitung von Betriebsleiter Alfred Hutter im Juni bewerkstelligt. Anfang Juli war alles fertig.
Die folgende Eröffnungsfeier wurde von den Bergbahnen Saalbach Hinterglemm für einen guten Zweck genutzt. Um auch jene Kinder zu unterstützen, die aufgrund Ihrer Krankheit den Erlebnisweg nicht benutzen können, wurden die Gesamteinnahmen des Eröffnungstages, die von den Bergbahnen noch aufgestockt wurden, an die ClownDoctors Salzburg übergeben.

Alphornbläser gaben der Eröffnung am 20. Juli den feierlichen Rahmen, Zauberclowns begeisterten Groß und Klein.

Lachen schenken

Grundlage der Abenteuer- und Spielestationen des Erlebnisweges ist der kleine Clown „Montelino“, dessen Name mit Hilfe eines Wettbewerbs in Kooperation mit den Salzburger Nachrichten gefunden wurde. Dieser Clown hat sein Lächeln verloren und kann es nur mit Hilfe der Kinder wieder finden.
Dazu geht es mit der Kohlmaisgipfelbahn hinauf zur Bergstation. Von hier aus führt ein rund 3 km langer Erlebnis- und Wanderweg durch den Wald und über Almwiesen bis zur Mittelstation. Auf diesem Weg wurden zahlreiche Spielstationen eingerichtet. Zu entdecken gibt es dabei u. a. ein Spinnennetz zum Zielwerfen, die Riesenschlange Paula, ein Kasperltheater, ein Eichhörnchennest mit einer goldenen Nuss, eine Riesenrutsche oder eine Zirkusarena. Auf diese Weise erleben die Kinder Natur hautnah und spielerisch. Wer schließlich die Freunde und Spielsachen des Clowns findet und ihm so sein Lächeln wieder geben kann, nimmt an einem Gewinnspiel teil und kann viele Preise gewinnen.
Die Gehzeit für die Strecke beträgt ca. 90 min. Almhütten mit speziellen Kinderangeboten laden zum Rasten und runden das Angebot ab. **dwl**

Brandauer Ges.m.b.H.: Impulse für den Sommer

Nicht nur in Europa zeigt man sich bemüht, den Sommertourismus durch stimmige Ideen anzukurbeln. Findige Südkoreaner haben sich auf der Interalpin informiert und sich jetzt eine Sommerrodelbahn von Brandauer bauen lassen.

Lange Waldpassagen und Wiesen sorgen für Abwechslung auf der 1 180 m langen Strecke.
Fotos: Brandauer

Die Interalpin Innsbruck hat ihrem Ruf als internationale Messe auch 2005 voll Rechnung getragen. So durfte man sich u. a. über asiatische Gäste freuen, die ganz bewusst nach neuen Ideen Ausschau gehalten haben und bei der Brandauer Ges.m.b.H. fündig geworden sind. Als Ergebnis der ersten Kontakte und der folgenden Gespräche wurde in diesem Sommer eine Rodelbahn für die Firma S&A gebaut.

Sommerrodelspaß gibt es seit Juli 2006 auch in Yongpyong/Korea.

Diese Rodelbahn wurde im Ski-Weltcuport Yongpyong errichtet, der 2005 durch Riesenslalombewerbe bekannt geworden ist. Ins Leben gerufen wurde der dazugehörige Freizeitpark 1975 als erster seiner Art in Südkorea. Heute verfügt man dort im Winter über 31 gepflegte Pisten, 1 Kabinenbahn sowie 14 Sessellifte. Im Sommer hat man Golf, Schwimmen, Mountainbiking oder Tennis im Programm. Dabei ist man bestrebt, sich gerade im Sommer noch eindeutiger zu positionieren – mit der Brandauer Sommerrodelbahn hat man einen entscheidenden Impuls gesetzt.

Um die Destination zu erreichen, benutzt man entweder einen der Flughäfen der südkoreanischen Hauptstadt Seoul oder den Yang Yang International Airport. Von dort kann die Reise nach Yongpyong per Auto oder Bus weitergehen. Von Seoul benötigt man circa 2,5 Stunden mit dem Auto bzw. 4 Stunden mit dem Bus. Vom Yang Yang Flughafen dauert die Anfahrtszeit nur eine Stunde.

Spaß ohne Grenzen

Die Rohre für die Sommerrodelbahn wurden per Schiff nach Südkorea geliefert, wo sie nach ca. 6 Wochen eintrafen. Die eigentlichen Montagearbeiten wurden am 29. Mai 2006 in Angriff genommen und am 7. Juli 2006 abgeschlossen. Die Länge der Bahn beträgt 1 180 m, wobei 194 m Höhendifferenz überwunden und 23 Kurven passiert werden. Das Durchschnittsgefälle beträgt 16,7 %.

Die Strecke führt zum großen Teil durch ein waldiges Gelände, sodass der Besucher auf der Fahrt Natur pur erlebt. Für die Aufbauarbeiten war in diesem Bereich exakte Planung nötig, um einen stabilen Verlauf der Strecke zu erhalten. Die jahrelange Erfahrung der Brandauer Ges.m.b.H., die sich nicht zuletzt in der hohen sicherheitstechnischen Ausrüstung niederschlägt, machte sich auch hier ausgesprochen positiv bemerkbar.

Zum Start transportiert werden die Rodeln mit Hilfe eines bestehenden Sesselliftes, indem man sie seitlich einhängt.

Infos: www.brandauer.cc

VIV: Module für Hochseilgärten und andere Sommerattraktionen

Seit Jahren produziert die Firma VIV-Deutschland aus Ense mobile und stationäre Trampolin-Anlagen, Bungee-Trampoline, aufblasbare Hüpfburgen, Rutschen und Hochseilgärten. Insbesondere für jüngere Gäste werden dadurch Urlaubsziele interessanter. Alle Event-Module entsprechen den bestehenden europäischen Sicherheitsnormen und sind vom deutschen TÜV geprüft.

Zweifelsohne sind diese Module in den Sommermonaten zusätzliche Anziehungsmagnete für Hotels, Berggasthöfe und sogar für ganze Destinationen. Durch die Existenz dieser Module wächst die Zahl der Aktivurlauber, speziell von Familien mit Kindern. „Heute entscheiden ja oft die Kinder mit, wo es im Sommerurlaub hingeht und welche Alm heute besucht wird – mit oder ohne Attraktionen“, sagt VIV-Geschäftsführer Wiesemann. „Wenn die Kinder glücklich sind, sind die Eltern zufrieden… und nur zufriedene Gäste sind gute Gäste.“
Skaterbahnen, Trampoline, Hochseilgärten und zum Abschluß des Tages ein Ritt auf dem wilden Bullen, machen Urlaubs- und Ausflugsgebiete auch für Jugendliche attraktiv. Indoor- und Outdoor- Erlebniswelten sind Magnete für die ganze Familie.

Hochseilgärten liegen voll im Trend „Was in den 90er Jahren begann, ist jetzt mittlerweile voll im Trend: der Hochseilgarten. Damals konzipiert für das Managementtraining, um Mut, Härte und Ausdauer sowie Teamwork der Führungskräfte zu testen, bauen wir jetzt auch solche Anlagen für eine Nutzung im touristischen Bereich, überwiegend mit Fun- und Adrenalinelementen. Tagungs-, Seminar-, Kongress-, Urlaubs- und Sporthotels, sowie Freizeitparks sind die idealen Betreiber solcher Anlagen. Durch neue Interessentengruppen, die durch solch eine Anlage angesprochen werden, können sogar Wochentage, sowie die Vor- und Nachsaison zum Kassenfüller werden“, ist Wiesemann überzeugt.
VIV-Deutschland plant und baut Hochseilgarten-Anlagen sogar da, wo der Platz bereits verplant ist, z. B. über einer Sommerrodelbahn. Oder man bindet den vorhandenen Baumbestand in die Planung mit ein. Das ergibt doppelten Profit auf gleichem Raum.

Preisgünstig und wartungsarm

„Durch unsere mobilen, teilweise aufblasbaren, Event-Module werden im Sommer Skiwiesen und Parkplätze zu Outdoor-Erlebniswelten.
Da VIV-Deutschland über eigene Produktionsstätten in verschiedenen Ländern verfügt, hat VIV ein unschlagbares Preis-Leistungsverhältnis verglichen mit anderen Freizeitanlagen. Außerdem sind die VIV-Deutschland Produkte sehr wartungsarm.
Ein Beispiel: VIV-Deutschland liefert eine Parkeinrichtung mit Hüpfburg, Rutsche, 2er-Trampolinen, 4er Acro-Bungee-Anlage für rund 25 000 €. Ein Hochseilgarten kostet je nach Größe und Eigenleistung zwischen 20 000 und 40 000 €.
Ein VIV-Beraterteam steht jedem Kunden in der Planungsphase zur Seite, sowie nach dem Kauf ein Service- und Wartungsteam.

VIV Deutschland liefert u. a. die Komponenten für die im Trend liegenden Hochseilgärten.

Neuer Bikepark am Zau{:ber:}g Semmering

Der Sommer am „Zauberberg“ Hirschenkogel am Semmering (Niederösterreich) wird seit 1. Juli durch einen neuen Mountainbike-Park attraktiviert. Die neue Geschäftsleitung will mit dieser Strategie die Frequenzen der Kabinenbahn wesentlich steigern. Neben Spaß und Action setzt der Zauberberg im Sommer aber weiterhin als zweite Schiene auf Gemütlichkeit und Erholung mit Wanderungen zu benachbarten Ausflugszielen und Spaziergängen entlang der Gipfelrunde zur Millenniumswarte.

Der Hirschenkogel am Semmering ist ein neuer Anziehungspunkt für die Mountainbike Szene. Die Strecken beginnen an der Bergstation der Kabinenbahn. ***Fotos: Semmering-Hirschenkogel-BB GmbH***

Der neu eröffnete BIKEPARK Zau[:ber:]g Semmering bietet allen Gästen ein Erlebnis der besonderen Art. Das Angebot erstreckt sich über die gemütliche Familien-Strecke (2 800 m), zwei Freeride-Strecken (2 400 bzw. 2 600 m) für schon etwas erfahrene Biker, bis hin zur Downhill-Strecke (1 900 m) für Könner. Die Schwierigkeitsgrade sind wie bei den Skipisten mit blau (1), rot (2) und schwarz (1) definiert. Ein besonderer Spaß ist die Befahrung mit den Trendsportgeräten Monster-Roller und Little-Monster-Rollern (HT-Trading) auf der Familien-Strecke. Als Abschluss aller Strecken dient ein Northshore-Park aus befahrbaren Holzelementen, der sich unmittelbar beim Einstieg der Kabinenbahn befindet. Bezüglich der Streckenführung holten sich die Hirschenkogel Bergbahnen Tipps bei dem passionierten Hobby-Biker Markus Merz.

Erste Saison als Testphase

Wie von Marketingleiter Franz Perner zu erfahren war, sieht man die erste Saison noch als Testdurchgang zum Erfahrung Sammeln. Nächstes Jahr wird dann ein Shop für Verleih und Ausrüstung bzw. weitere Infrastruktur errichtet. „Sicher ist bereits jetzt, dass durch den Bikepark Semmering die Mountainbike-Szene Ostösterreich und Osteuropa ein neues Zentrum erhalten hat. Denn es gibt bis zum steirischen Schladming hinauf nichts Vergleichbares“, so Perner.
Für den MTB-Transport kann der Gast aus verschiedenen Tickets wählen: Ganztages-, Vormittags-, Nachmittagskarte, 4, 8 oder 20 Fahrten.

Die Strecken am Zau[:ber:]g

Family Strecke (2800): Bergstation Zau[:ber:]g Kabinenbahn Einstieg Rodelbahn, dann entlang der Familienabfahrt bis ins Tal.

Streckenkarte vom Bikepark Semmering.

Freeride I (2400): Bergstation Zau[:ber:]g Kabinenbahn, entlang der Rodelbahn bis zum Karrenweg und dann beim Drachentunnel die Rodelbahn bis ins Tal.

Freeride II (2600): Bergstation Zau[:ber:]g Kabinenbahn, Einstieg Schleppertrasse Kogelschlepplift, entlang des Sommerweges in den Wald bis zum Karrenweg, die Piste bis zur Talstation Kogellift und die Familienabfahrt bis ins Tal.

Downhill-Strecke (1900): Liechtensteinhaus – ehem. Funpark – Panoramaabfahrt – Wald – quert unter dem „Damenstart" in den Wald zur Trasse Kabinenbahn – über Rodelbahn – Panoramaabfahrt – unter Enzianhütte in den Wald – führt auf die Rodelbahn bis ins Tal.

Eurobike2006 Friedrichshafen:

Den Bergtourismus ankurbeln

Der Messe-Bikepark, konzipiert von Parcours-Designer Diddie Schneider bietet auch 2006 wieder Gelegenheit zu Probefahrten und natürlich Anschauung für angesagtes Bikepark-Design.
Foto: Messe Friedrichshafen

Vom 31. 8. bis 2. 9 findet in Friedrichshafen die 15. Fahrrad-Fachmesse Eurobike statt, der internationalen Branchentreff für die wichtigsten Trends rund ums „Biken". Neben neuen Modellen für Wettbewerb und Freizeit präsentieren rund 800 Aussteller auch Bekleidung und Zubehör sowie fahrradtouristische Angebote und neue Ideen für zielgruppengerechte Bike-Events oder Breitensport-orientierte Destinationen. Bereits zum fünften Mal findet hierzu am 2. September der Travel Talk-Kongress statt, der Fahrrad-experten, Routen- und Parcoursdesigner sowie Touristiker gemeinsam „auf Touren" bringen will. Praktische Anschauung vermittelt die Sonderschau Holiday on Bike (3.9.), auf der rund 50 Anbieter aus ganz Europa ihre Programme für den Fahrrad-Urlaub oder den sportiven Kurztrip vorstellen.

Eurobike 2006

Ort:	Friedrichshafen
Dauer:	31.8.–3. 9. 2006 jew. 9.00–18.00 Uhr
Kongress Travel Talk	
Dauer:	Samstag, 2. 9. 2006, 10.30–18.00 Uhr
Kosten:	20,00 EUR (inkl. Messebesuch Sa/So)
Infos und Anmeldung:	www.eurobike-exhibition.de

Komplettschau für Bike-Experten

Betrachtet man die Entwicklung im Ausrüstungsbereich drängen sich die Parallelen zwischen dem Fahrradsektor und der Wintersport- bzw. Ski-Industrie fast zwangsläufig auf. Hier wie dort waren es Tüftler und Bastler, die mit alternativen Sportgeräten in eine über Jahre etwas angestaubte Szene einbrachen und für eine dringende Image-Auffrischung von Fahrrad- bzw. Skisport sorgten. Ob BMX oder Mountainbike hier, Snowboard oder Carver dort, die Industrie griff dankend zu und zog sich damit selbst aus der Krise. Der richtige Mix aus Hightech, Design und modischer Individualität schuf darüber hinaus eine Produktevielfalt mit jährlich wechselnden Kollektionen, die das Kaufverhalten längst nicht mehr an der technischen Lebensdauer der eigentlich seit Jahrzehnten ausgereiften „Drahtesel" oder „Bretter" festmacht.
Diese Entwicklung griff beim Fahrrad natürlich schnell vom reinen Sportbereich auf den Alltag über – vorbei die Zeiten, als es Damen- oder Herrenfahrrad gab, heute ist Mann oder Frau je nach Gusto mit dem Citybike, Cruiser oder der robusten Trekking-Variante unterwegs. Und wurde früher allenfalls mal repariert, so rüstet heute auch Otto Normalradler regelmäßig ganze Antriebe, Bremsanlagen oder Lenkervarianten nach und um.
Diese Vielfalt bildet Eurobike auch in diesem Jahr ab, wobei die Veranstalter auf rund 40 000 m^2 insgesamt 800 Aussteller melden – von internationalen Komplettanbietern bis hin zu hochspezialisierten Manufakturen. Eine klare Kategorisierung und produktbezogene Präsentationen wie Fahrrad-Modeschauen helfen den erwarteten 30 000 Fachbesuchern bei der Orientierung.

Perspektiven im Bergsommer

Nicht nur Parallelen, sondern ganz direkte Synergien gibt es zwischen Fahrrad bzw. Winter- und Skisport im touristischen Bereich. Das verdeutlichen auch in diesem Jahr

zahlreiche Beiträge auf dem angeschlossenen Travel Talk-Kongress. Längst nicht mehr nur bergharte Mountainbiker oder kilometerfeste Tourenfahrer sind die Zielgruppe, unterschiedliche Ansätze sprechen heute vielfältige Interessenslagen an, wobei das Fahrradfahren zentraler Bestandteil des Sport- oder Natururlaubs ist oder als zusätzliches Angebot das Freizeitprogramm bereichert bzw. durch gezieltes Marketing neue attraktive Gästegruppen erreicht. Gerade im alpinen Bereich beweisen heute zahlreiche erfolgreiche Destinationen, dass sich durch ein Engagement im Biketourismus neue Gästepotenziale erschließen lassen und die Auslastung von „Sommerbahnen" spürbar steigt.

Nach bewährtem Muster liefert Travel Talk in einer ganztägigen Veranstaltung (Beginn 10.30 Uhr) allgemeine Hintergrundinformationen zur fahrradtouristischen Entwicklung, stellt gezielt erfolgreiche Projekte vor und widmet sich in Veranstaltungsblocks speziellen Fragen.

Für bergtouristische Anbieter besonders interessant sind diesem Jahr beispielweise die Beiträge von Uli Stanciu, dem „Vater" des Mountainbike-Etappenrennens TransAlp, und von Monika Weber, Eventmanagerin der Fachzeitschriften Bike und Tour. Während Stanciu die TransAlp-Entwicklung nachzeichnet und anhand der jungen Ableger TransGermany und Transrezia die Vorteile von karten- und GPS-geführten Jedermann-Rennen für den regionalen Tourismus aufzeigt, informiert Monika Weber über die Durchführung von Bikefestivals (z. B. Willingen/Hochsauerland, oder Riva/Gardasee). Geballte Information zum Thema Bikeparks und deren Einbindung in (berg-) touristische Konzepte liefern der bekannte deutsche Parcours-Entwickler Diddie Schneider, Bascht Hasenauer vom Bike Circus Saalbach-Hinterklemm, sowie Tarek Rasouli, Berater des Bikepark Leogang.

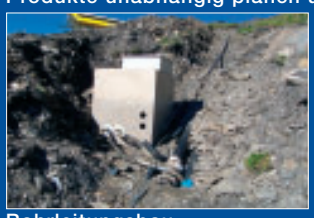
Trendige Bikeparks locken auch im Sommer das Publikum in Wintersportgebiete – wie hier im Bikepark Leogang.
Foto: Rasoulution

Franchisekonzept Movelo

Unter dem Stichwort Movelo stellt der Schweizer Kurt Schär ein interessantes Franchise-Konzept für den Flotteneinsatz von Elektro-Fahrrädern vor, das mit einem System von Vermiet- und Servicestationen alpine Wegenetze auch für weniger sportlich ambitionierte Radler erschließt. Erfolgreich umgesetzt wurde die Idee unter anderem bereits im Engadin und im Berchtesgadener Land. Weitere Ansätze des gezielten Cross-Marketings sind produkt- oder eventspezifische sowie regionale Kooperationen zwischen Ausrüstern, Reiseveranstaltern und Destinationen, die auf der angeschlossenen Travel Talk-Kooperationsbörse gezielt gefördert werden. Interessierte Betreiber können ihre Kooperationswünsche vorab auf der Eurobike/Travel Talk-Website (www.eurobike-exhibition.de) bekannt geben.

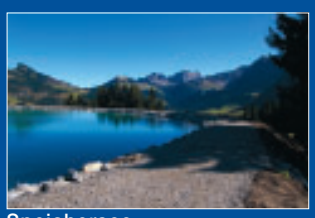
Mit Schweizer Hightech bequem bergauf: die Flyer-Elektrovelos sind Kernstück des Movelo-Franchisekonzepts für regionale Mietflotten.
Foto: Movelo GmbH

Brigger + Käch Bauingenieure AG
Generalplaner für Beschneiungsanlagen
Produkte unabhängig planen und realisieren wir mit Ihnen:


Rohrleitungsbau

Pumpstationen

Kompressorstationen


Speichersee

Ruopigenstrasse 6 • CH 6015 Reussbühl
e-mail: brigger@bluewin.ch
Homepage: www.brigger-und-kaech.ch
Tel. +41 (0) 41 260 66 55
Fax +41 (0) 41 260 66 39

Die 9 Bike-Zentren der „Mountain Bike Holidays“

Die Angebotsgruppe Mountain Bike Holidays (MBH) – Europas bestes Angebot für den Mountainbike-Urlaub – vereint bereits 53 spezialisierte Hotels in 16 Regionen Österreichs und Südtirols. Sie stellen sich permanent auf die steigenden Ansprüche der MTB-Gäste wie z. B. die wachsende Nachfrage nach geführten Mountainbike-Touren ein. Bei der Umsetzung kooperiert MBH mit neun Bike-Zentren.

Geführte Mountainbike-Touren werden immer mehr von den Sommergästen nachgefragt. **Foto: mts**

Geführte Mountainbike-Touren werden immer mehr das Herzstück eines MTB-Urlaubes, denn sie kommen dem Trend, Zeit für Planung und Organisation einzusparen, entgegen. Ein wichtiges Argument vor allem bei kurzfristigen Urlaubsbuchungen. Außerdem ist eine Mountainbiketour mit einem geprüften Guide immer ein Erlebnis: Er kennt die spektakulärsten Aussichten, die verborgensten Trails und die köstlichsten Schmankerln auf den urigsten Almhütten. Mit Kompetenz und Witz vermitteln sie nicht nur Anfängern, wie diese ihre Fahrtechnik verbessern können. Eine geführte Tour garantiert auch Sicherheit – ein Aspekt, der bei vielen Teilnehmern im Vordergrund steht!

Die Guides der acht Bike-Zentren kommen in die Hotels der „Mountain Bike Holidays“, um die Biker regelmäßig zu beraten. Dabei ist es völlig egal, ob eine geführte Tour gebucht wird oder ob die Informationen für die individuelle Tourenplanung benötigt werden. Die Guides stehen allen Bike-Gästen mit Rat und Tat zur Seite.

Seit 2005 dürfen übrigens ausschließlich geprüfte Guides Touren führen, sei von einem Bikezentrum oder geprüftem Hotelpersonal. Dafür wurde eine eigene Ausbildung entwickelt – die einzige, die offiziell anerkannt wird. Nicht nur die Qualität der geführten Touren wird dadurch erheblich gesteigert, sondern auch die Beratung im Hotel für all jene, die individuell starten wollen. Vorbei sind die Zeiten wo „local heros“ zwar jeden Weg kannten, aber über Technik, Training, Natur und Gefahren wenig zu berichten wussten. Die neuen Helden der Trails beherrschen das Thema umfassend und vermitteln ihre Kenntnisse mit Freude und Einfühlungsvermögen.

Die 8 Bikezentren

Tirol

- aktivbiking, Alpbach
- Bike academy, Kirchberg
- Bikeguiding Zugspitzarena, Lermoos
- Ischgl Bikeacademy

Vorarlberg

- Bikeszene Schruns

Salzburg/Oberösterreich

- Bikepark Leogang
- MTB Zentrum Salzkammergut, Bad Goisern

Südtirol

- Christophs Bike Club, Schenna bei Meran
- Krautis Bike Academy, Rosengarten-Latemar, Welschnofen

„Single Speed“ ist nicht immer Biken ohne Gangschaltung „Single Speed“ ist das besondere Angebot der „Mountain Bike Holidays“ für Alleinreisende. In allen Hotels entfällt der Einzelzimmerzuschlag in der günstigsten Saisonzeit. Allein fühlt Mann oder Frau sich ohnehin nicht bei den „Mountain Bike Holidays“. Denn hier ist der Treffpunkt Gleichgesinnter, die Spaß am Biken, am Erlebnis Natur, am Adrenalinstoß und Erfahrungsaustausch haben. Niemand muss allein auf Tour gehen, der das nicht will.

Und wer seine ungeteilte Aufmerksamkeit für ein paar Tage allein seiner Leidenschaft Biken widmen will, muss dafür auch nicht tiefer in die Tasche greifen. Vor allem die Betriebe in Südtirol sind aufgrund ihrer klimatischen Verhältnisse eine gute Empfehlung für das Biken im Frühjahr und zum späten Abschluss der Saison.

LEITNER/STRABAG: Kooperation gestärkt

Die Zusammenarbeit zwischen der LEITNER GmbH und der STRABAG AG erhält eine neue Basis. Dazu beteiligt sich LEITNER vorbehaltlich der kartellrechtlichen Genehmigung mit 49 % an der Nordpark Errichtungs- und Betriebs GmbH.

STRABAG und LEITNER sehen den Neubau der Innsbrucker Nordkettenbahnen als Vorzeigeprojekt für künftige gemeinsame PPP-Projekte.
Foto: LEITNER

2003 hatte die STRABAG AG an der Ausschreibung des Konzessionsprojektes „Innsbrucker Nordkettenbahnen Neu“ teilgenommen und 2004 den Zuschlag erhalten. Schon in der Projektentwicklungsphase war die LEITNER GmbH, die Österreich-Tochter des renommierten Sterzinger Seilbahnbauers, intensiv in die Arbeiten eingebunden.
Baubeginn war im Herbst 2005. Seither wird zügig an der Realisierung des Projektes gearbeitet, das mit einer Investitionssumme von 51 Mio. Euro zu Buche schlägt. Die Besonderheiten der „Innsbrucker Nordkettenbahnen Neu“ liegen zum einen in der einmaligen Architektur der neuen Hungerburgbahn, für die man Stararchitektin Zaha Hadid gewinnen konnte, zum anderen im Finanzierungsmodus. Schließlich handelt es sich dabei um das erste österreichische PPP-Modell im Seilbahn- und Schienenbereich.
Die Zusammenarbeit von STRABAG und LEITNER gilt vor diesem Hintergrund als richtungsweisend für künftige Projekte dieser Art. Dazu Dr. Markus Schrentewein, LEITNER GmbH, Gießhübl: „PPP-Modelle sind für Leitner durchaus eine Alternative zur herkömmlichen Finanzierung, wobei wir allerdings weniger an das klassische Skigebiet denken als an den urbanen Verkehrsbereich. Auch das Projekt der Nordkettenbahnen ist in diesem Sektor anzusiedeln.“ Dabei hat LEITNER schon weitere Projekte in Österreich im Blick, die sich über den Status der Idee hinaus konkretisieren könnten. **L/dwl**

DOPPELMAYR/GARAVENTA: „Golden Jet" setzt Akzente

*Blick auf die Talstation des „Golden Jet". **Grafik: Planai Bahnen***

Mit der kommenden Wintersaison gehören die Sessellifte Planai West I und II der Vergangenheit an. Ersetzt werden diese Anlagen durch eine moderne kuppelbare 8er Einseilumlaufbahn von DOPPELMAYR, die auch in der Architektur Maßstäbe setzt.

Als die beiden Sessellifte Planai West I und Planai West II 1979 in Betrieb gingen, galten sie als ausgesprochen moderne Anlagen. So wurde etwa der Planai West I als Tunnellift konzipiert und sorgte damit für großes Aufsehen. Die Fahrt mit beiden Liften ins Skigebiet dauerte rund 18 min.
Im Vergleich mit den übrigen modernen Seilbahnanlagen der Planai Bahnen schien diese Fahrtdauer für die Verantwortlichen viel zu lang. Dazu konnte man den gewünschten Komfort nicht mehr in dem Umfang gewährleisten, wie er dem Image der Skiregion entspricht. Aus diesem Grund wurde eine Modernisierung ins Auge gefasst, die für die Wintersaison 2006/07 Wirklichkeit wird.

(V. l.:) Jürgen Winter, Bürgermeister von Schladming, Komm.-Rat Dir. Albert Baier, GF Planai-Hochwurzen-Bahnen, und Prok. Karl Höflehner, techn. Leiter Planai-Hochwurzen-Bahnen, präsentieren Neuigkeiten rund um den Bau des „Golden Jet". ***Foto: dwl***

Das neue Konzept

Mit der neuen 8 EUB, die beide Sessellifte ersetzt, wird die Verbindung Planai und Hochwurzen im Gesamten aufgewertet. Dabei liegt das Augenmerk nicht nur auf einer neuen Aufstiegsanlage, sondern auf einer zweiten, leistungsstarken und komfortablen Zubringermöglichkeit, die zum „goldenen Herzstück der Schladminger 4-Berge-Skischaukel" werden soll, so Komm.-Rat Dir. Albert Baier, Geschäftsführer der Planai-Hochwurzen-Bahnen. Dazu stellt diese Investition, die mit rund 11 Mio. Euro zu Buche schlägt, die größte touristische Einzelinvestition in der Steiermark 2006 dar. Das Projekt ist Teil des WM-Fit-Programms, das

von Landeshauptmann-Stellvertreter Hermann Schützenhöfer 2004 in Auftrag gegeben wurde und als Basis für die Bewerbungen um die alpinen Ski WM 2010 bzw. 2013 dienen soll.
Die Trassenführung wurde im Vergleich mit den Vorgängerliften leicht verändert, sodass der Tunnel der Vergangenheit angehören wird und die Anbindung an die Pisten optimal verläuft. Die Fahrzeit von der Talstation über die Mittelstation bis zum Berg beträgt rund 7 min. Mit den 87 Kabinen, die von Carvatech beigesteuert werden, können 2 408 P/h transportiert werden. Auf der Fahrt werden 15 Stützen passiert und ein Höhenunterschied von 640 m überwunden. Der Antrieb wird in der Bergstation realisiert, wo auch die Garagierung der Fahrbetriebsmittel erfolgen soll. Für die Elektrotechnik zeichnet die Siemens AG verantwortlich.
Besonderes Augenmerk verdient die Talstation. Hier beschreitet man mit der Architektur völlig neue Wege und trägt durch das dynamische und schwungvolle Design der Firmenphilosophie der Planai Bahnen Rechnung. So ist die Form des Gebäudes den verschiedenen Radien des Carving-Schwungs nachempfunden und soll dem Gast die „visualisierte und gebaute Energie des Skisports" vor Augen führen. Dabei legt man im Inneren Wert auf hohe Funktionalität für einen umfassenden Kundenservice.
Die Primärstruktur des Gebäudes erlaubt einen sukzessiven Ausbau der touristischen Einrichtungen wie Gastronomie, Ski-Shop und Service sowie Depot. Das modulare System ermöglicht es außerdem, zukünftigen Entwicklungen und Trends Rechnung zu tragen.
Rund um die Talstation gibt es umfangreiche Parkmöglichkeiten für Pkw und Busse, dazu ist die Talstation gut ans öffentliche Verkehrsnetz angebunden. Die Skibus-Haltestelle befindet sich in unmittelbarer Nähe, Bahnhof und ÖBB Busse sind in wenigen Minuten zu Fuß erreichbar.

Technische Daten:	
Seilhöhe Talstation:	750,5 m
Seilhöhe Bergstation:	1 390 m
Höhenunterschied:	639,5 m
Anzahl Stützen:	15
Anzahl Kabinen:	87
Fassungsraum Kabinen:	8 P
Abstand Kabinen am Förderseil:	71,76 m
Antriebsleistung:	2 Motoren zu je 545 kW
Platzierung Antrieb:	am Berg
Garagierung:	Berg
Förderleistung:	2 408 P/h
Fahrzeit:	6,94 min.
Nennfahrgeschwindigkeit:	6 m/s
Schräge Länge:	2 430,63 m
Mittlere Neigung:	27,27 %

Als „Gustostückerl" für Gäste und Technisch-Interessierte haben die Planai Bahnen einen speziellen Service eingerichtet. Im Internet kann unter www.goldenjet.at der aktuelle Baufortschritt mit Live Web-Kamera, News, einem Bautagebuch, 3-D-Modellen und einer Fotogalerie beobachtet werden. **dwl**

Projektierung und Ausführung

Projektierung Seilbahntechnik, Zwischen- und Bergstation:	Melzer & Hopfner
Projektierung Talstation:	Hofrichter-Ritter-Architekten
Seilbahntechnik:	DOPPELMAYR GmbH
Elektrotechnik:	Siemens AG
Fahrbetriebsmittel:	Carvatech GmbH
Seil:	Teufelberger Seil GmbH
Hochbau Talstation:	Martin Bau GmbH
Hochbau Zwischen- und Bergstation, Strecke:	Gera-Bau GmbH
Stahlbau Bergstation:	Wito Konstruktionen

DOPPELMAYR/GARAVENTA: Erfolgreicher Alpen Tower Express

Nach nur dreieinhalbmonatiger Bauzeit konnte im Sommer 2005 der Alpen Tower Express in Betrieb gestellt werden. Nach der ersten Sommer- und Wintersaison zeigt man sich in Meiringen-Hasliberg überaus zufrieden mit der neuen Bahn.

Zahlreiche Ehrengäste hatten sich am 16. Juli 2005 bei der Talstation des Alpen Tower Express eingefunden, um die Eröffnung der neuen Bahn, die von der GARAVENTA AG gebaut wurde, gebührend zu feiern. Alt-Bundesrat Adolf Ogi betonte dabei in seiner Ansprache die Bedeutung von Innovationen und Investitionen für den Schweizer Tourismus, die mit der neuen Bahn einmal mehr ihren Ausdruck gefunden hätten.

Nach einem Jahr in Betrieb zeigt sich Hans Beeri, Direktor der Bergbahnen Meiringen-Hasliberg, überaus zufrieden mit der Entscheidung für die moderne 8er Einseilumlaufbahn, in die man 20 Mio. sfr investiert hat: „Die Besucher haben eine ausgesprochen positive Meinung von der Bahn, wobei vor allem der Komfort erwähnt wird. Man hat sich mit den neuen Gegebenheiten auch sehr schnell zurechtgefunden. So haben wir schon bei den Umsatzzahlen gesehen, dass die Bahn sehr gut ankommt. Von der technischen Seite her hat sich gezeigt, dass die Inbetriebnahme im Juli sehr viel einfacher gegangen ist, als im Winter. Wir hatten keine „Kinderkrankheiten“ oder Störungen zu beklagen und sind mit dem Betrieb sehr zufrieden.“

5 der 60 Kabinen sind im Muggestutz-Design gehalten.
Fotos: Bergbahnen Meiringen-Hasliberg

Die Stationen vereinen Funktionalität und durchdachtes, einheitliches Design. Im Bild die Talstation Hasliberg Reuti.

Keine Wartezeiten, komfortable Fahrt

Mit den Vorarbeiten zur neuen 8 EUB wurde bereits 2004 begonnen. Zu diesem Zeitpunkt war die bestehende 4er-Kabinenbahn aus dem Jahr 1973 noch in Betrieb. Im Frühjahr 2005 wurde die alte Bahn dann schließlich abgebaut und einige der Kabinen im April 2005 versteigert. Auf diese Weise konnte die Stillstandszeit minimiert, die Bauzeit 2005 auf knappe 3,5 Monate beschränkt werden.

Der Grund für den Bahnneubau und die Entscheidung für eine 8 EUB lag in einer angestrebten Attraktivitätssteigerung. Wartezeiten sollten abgebaut werden, dazu waren bequeme und rollstuhlkompatible Ein- und Ausstiege an gästefreundlichen Stationen sowie freie Sicht aus allen Kabinen gefragt.

Der Bau der Einseilumlaufbahn

wurde, wie schon bei der Vorgängerbahn, in 2 Sektionen mit 2 unabhängigen Antriebseinheiten realisiert, die in der Talstation bzw. der Bergstation platziert wurden. War man früher für die Strecke Reuti–Bidmi–Mägisalp rund 18 min. unterwegs, erreicht man sein Ziel nun schon in 8 Minuten. Im Gegensatz zu einer maximalen Beförderungskapazität von 800 P/h der 4er-Kabinenbahn können heute 1 400 P/h transportiert werden, wobei auf maximal 2 100 P/h erhöht werden kann. Die Garagierung der Kabinen erfolgt in der Talstation Reuti und in der Mittelstation Bidmi, in der auch die Abspannung realisiert wurde.

Ausgestattet wurde die Bahn mit 60 Kabinen, die 8 Personen Platz bieten. Dabei wurden 5 Kabinen in Anlehnung an die gleichnamigen Erlebniswege im „Muggestutz-Design gestaltet. Mit entsprechenden Figuren, die sich auf die zugrunde liegenden Zwergen-Geschichten beziehen, soll speziell den Kindern schon die Fahrt zum Erlebnisweg unvergesslich sein. Eine Kabine ist außerdem als VIP-Version im Einsatz. Die Trassenführung der neuen Bahn wurde nicht verändert, die Stützen allerdings zur Gänze neu gemacht. Dabei kamen in einem horizontal verlaufenden Streifen, in dem Geländebewegungen auftreten können, 3 spezielle verschiebbare Stützen zum Einsatz, mit denen man auf die herrschenden geologischen Voraussetzungen reagieren kann.

Im Stationsbereich konnten wesentliche Teile der Gebäudekomplexe übernommen bzw. adaptiert werden. So wurde die Zugangshalle in der Station Reuti erneuert, die Station Bidmi wurde am alten Standort mit einem neuen Aufbau versehen. In der Bergstation Mägisalp wurde das Untergeschoß mit Materiallager und Maschinenraum neu gebaut, Ein- und Ausstieg wurden auf Höhe des Restaurants platziert. Dazu erhielten die Stationsbauten ein einheitliches Outfit, das mit grün-grau-blauem Eternit ins Auge sticht. **dwl**

Technische Daten
8-MGD Alpen Tower Express

Sektion 1 Reuti–Bidmi:	
Höhe Bergstation:	1 437 m
Höhe Talstation:	1 072 m
Vertikale Höhe:	365 m
Schräge Länge:	1 526 m
Fahrgeschwindigkeit:	6 m/s
Fahrzeit:	4 min
Seildurchmesser:	44 mm
Anzahl Stützen:	16
Förderleistung:	1 400 P/h (auf 2 100 P/h ausbaubar)
Motorleistung:	Dauerbetrieb 479 kW, Anfahren 711 kW
Sektion 2: Bidmi–Mägisalp	
Höhe Bergstation:	1 712 m
Höhe Talstation:	1 437 m
Vertikale Höhe:	274 m
Schräge Länge:	1 437 m
Fahrgeschwindigkeit:	6 m/s
Fahrzeit:	4 min
Seildurchmesser:	44 mm
Anzahl Stützen:	9
Förderleistung:	1 400 P/h (auf 2 100 P/h ausbaubar)
Motorleistung:	Dauerbetrieb 328 kW, Anfahren 505 kW

LEITNER: Seilbahnen für den innerstädtischen Verkehr

Vom Tung Chung Terminal führt die 1. Teilstrecke der 2S-Bahn zur Airport Island Station. **Fotos: LEITNER**

Am Beispiel der Standseilbahnen war schon bisher bekannt, dass der Einsatzbereich von Seilbahnen generell über die bekannte Zubringerfunktion in Skigebieten hinausgeht. In letzter Zeit kommen allerdings auch immer häufiger Kabinenbahnen als urbane Verkehrsmittel zum Einsatz. Sie sind nicht nur schön anzusehen, sondern erfüllen vor allem ihre Aufgaben effizient und zuverlässig.

Das weiteste Spannfeld über einen Meeresarm beträgt 1 400 m.

Vor wenigen Wochen wurde in Hongkong die moderne Zweiseil-Umlaufbahn Tung Chung Cable Car in Betrieb gestellt. Dieses Renommierprojekt, das LEITNER gebaut hat, wurde in 2 Sektionen realisiert. Die erste Teilstrecke verbindet den Vorort Tung Chung mit dem Internationalen Flughafen von Hongkong, der auf einer künstlich angelegten Insel situiert ist. Die zweite Teilstrecke führt weiter auf das Hochplateau von Ngong Ping in die neue gleichnamige Tourismusdestination, die jährlich Tausende Besucher anziehen soll.

Diese Seilbahn ist für LEITNER in mehrfacher Hinsicht von Bedeutung:

- als größter Einzelauftrag im Wert von 75 Mio. Euro,
- als Vorzeigeprojekt für den asiatischen Raum, der für LEITNER immer wichtiger wird,
- und als Referenz für die Möglichkeiten seilgezogener Transport-

mittel im urbanen Raum, die für das Sterzinger Unternehmen eine zukunftsträchtige Ergänzung für Seilbahnanlagen im alpinen Raum darstellen.

Begonnen wurden die Arbeiten zu diesem Projekt in Hongkong 1995 mit der Suche nach der passenden Strecke für diese Bahn. Erst 2001 schrieb die Regierung der chinesischen Wirtschaftsmetropole dann einen Wettbewerb für die Vergabe von Finanzierung, Projektierung, Realisierung und den Betrieb einer Seilbahn aus. 2002 stand mit der MTR Corporation Ltd., die auch das U-Bahn Netz in Hongkong betreibt, der Sieger des Wettbewerbs fest.

In der folgenden Ausschreibung konnte LEITNER mit dem eingereichten Projekt der Zweiseil-Umlaufbahn punkten und erhielt den Zuschlag. Ausschlaggebende Gründe dafür waren:

- Ausgezeichnete Referenzen,
- Windstabilität der 2S-Bahn,
- Preis-/Leistungsverhältnis: Hier waren vor allem die im Vergleich zum Funitel-System geringeren Betriebs-, Wartungs- und Verbrauchskosten maßgebend.

Attraktionen für den Gast

Die neu errichtete Touristenattraktion Ngong Ping liegt auf der Insel Lantau und umfasst ein 1,5 ha großes Areal, das zum Anziehungspunkt für Gäste und Einheimische gleichermaßen werden soll. Restaurants und Geschäfte, deren Architektur auf die örtlichen Gegebenheiten abgestimmt ist, bieten den Rahmen für drei Hauptkomponenten im Angebot:

- das Ngong Ping Teehaus,
- das Monkey's Tale Theater, in dem buddhistische Geschichten rund um Jataka gezeigt werden, und
- Walking with Buddha: ein Multimedia-Zentrum, in dem der Weg Siddharta Gautamas nachgezeichnet wird, der durch seine Erleuchtung Buddha wurde.

Ganz in der Nähe befindet sich auch die Tian Tan Buddha Statue. Mit 250 t Gewicht und 26 m Höhe verkörpert sie die größte sitzende Bronze-Buddha-Statue, die in freier Natur zu finden ist.

Die Endstation Ngong Ping liegt in der Nähe der Tian Tan Buddha Statue.

Komfortabler Zubringer

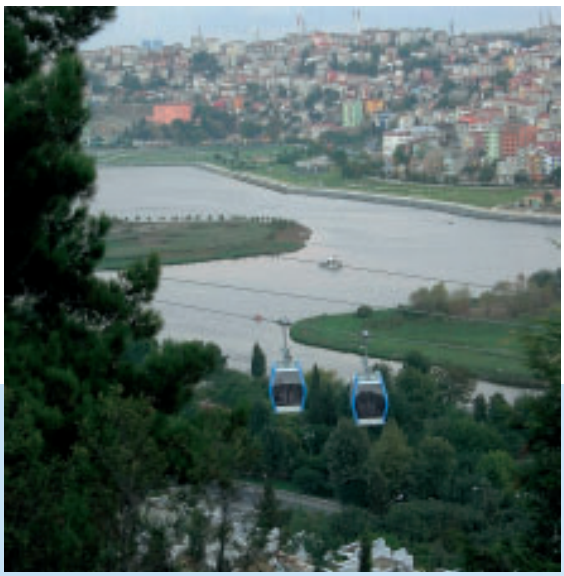
Mit Hilfe der modernen Zweiseil-Umlaufbahn wird der Reiseweg nach Ngong Ping entscheidend verkürzt. War man bisher mehrere Stunden dorthin unterwegs, wird die 5 784 m lange Strecke der Zweiseil-Umlaufbahn in 20 Minuten zurückgelegt. Die Fahrgeschwindigkeit beträgt 7 m/s. Auf der Strecke wurden 8 Stützen realisiert. Dabei beträgt das längste Spannfeld, mit dem ein Meeresarm überbrückt wird, 1 400 m. Die folgende Ablenkstation dient ausschließlich der Richtungsänderung und sieht deshalb auch keinen Ein- oder Ausstieg vor. Das Tragseil hat einen Durchmesser von 70 mm und ein Gewicht von 110 t. Der vollautomatische Kabinenbahnhof befindet sich im Untergeschoß der Talstation Tung Chung, die mit einer großzügigen Glasfassade versehen wurde. Damit gliedert sie sich harmonisch in die umgebende Architektur ein und rückt eng an die Endstation der daneben liegenden U-Bahn.

Befördert werden die Fahrgäste mit 112 Komfortkabinen des Typs

Winkelstation ohne Ein- und Ausstieg.

Technische Daten Zweiseil-Umlaufbahn Hongkong

Seilbahnbauer:	LEITNER
Sektion I: Tung Chung Terminal – Airport Island Station	
Geneigte Länge:	610 m
Antriebsstation:	Airport Island Station
Umlenk-/Spannstation:	Tung Chung Terminal
Sektion II: Airport Island Station – Ngong Ping Terminal	
Geneigte Länge:	5 218 m
Antriebsstation:	Airport Island Station
Umlenk-/Spannstation:	Ngong Ping Terminal
Insgesamt:	
Anzahl Stützen:	8
Anzahl Fahrbetriebsmittel:	112
Personen/Kabine:	17
Fahrgeschwindigkeit:	7 m/s
Förderleistung:	3 500 P/h
Antriebsleistung:	6 x 420 kW
Durchmesser Tragseil:	70 mm
Durchmesser Zugseil:	42 mm
Garagierung aller Kabinen:	Tung Chung Terminal



Moderne Straße und historischer Friedhof im Blick.

Mit der LEITNER-Pendelbahn ist das Café „Pierre Loti“ leicht zu erreichen.

Technische Daten
PB Eyüp-Piyerloti-Istanbul

Seilbahnbauer:	LEITNER
Talstation:	4,50 m
Bergstation:	58,38 m
Antriebseinrichtung:	Tal
Spannstation:	Berg
Höhenunterschied:	53,88 m
Geneigte Länge:	382 m
Fahrgeschwindigkeit mit Hauptantrieb:	4m/s
Gesamtanzahl der Fahrbetriebsmittel:	4
Max. Förderleistung mit Hauptantrieb:	350 P/h
Antriebsleistung Hauptantrieb:	72 kW
Anzahl der Streckenstützen:	3
Förderseildurchmesser:	46 mm

DIAMOND, einer Neuentwicklung der Firma SIGMA. Sie bieten jeweils 17 Fahrgästen, davon 10 sitzend, bequem Platz.

Das Beispiel Istanbul

Im Herbst 2005 wurde im Zentrum von Istanbul die Kleinpendelbahn „PIYERLOTI“ ihrer Bestimmung übergeben. Auch dabei handelt es sich um ein Projekt, das einen wichtigen Beitrag im urbanen Verkehrsnetz leistet. Verbunden wird hier das bekannte Café „Pierre Loti“, das auf einem Hügel liegt, mit der Innenstadt von Istanbul. Benannt ist dieser bekannte Treffpunkt für Touristen und Einheimische nach dem gleichnamigen französischen Schriftsteller, der diesen Ort der Ruhe inmitten einer Metropole gern besucht hat.

Die Förderleistung der Pendelbahn beträgt 350 P/h, die Fahrgeschwindigkeit 4 m/s. Auf der 382 m langen Strecke werden rund 54 Höhenmeter überwunden und 3 Stützen passiert. Der Antrieb wurde im Tal platziert, die Spanneinrichtung in der Bergstation.

Die Passagiere werden in 4 formschönen SIGMA-Kabinen transportiert, die jeweils 8 Personen Platz bieten. Auf ihrer Fahrt zum Café werden die Fahrgäste dabei mit den Gegensätzen von Geschichte und Modernität konfrontiert, die das moderne Istanbul prägen – zum einen gibt es einen guten Blick auf eine stark frequentierte Straße, zum anderen kann ein historisch bedeutender Friedhof aus osmanischer Zeit betrachtet werden.

Nach den Projekten in Bozdag und dem fix geklemmten 2er-Sessellift in Isparte, der 1999 gebaut wurde, konnte LEITNER sein Know-how neuerlich in der Türkei unter Beweis stellen und damit einen wichtigen Beitrag zur Personenbeförderung im urbanen Bereich leisten. **L/dwl**

SERIE: 41 *Interview*

Alois Geiger, Fiss:
Gemeinschaftssinn und Entwicklungsfreude bewirkten Aufstieg

Die Fisser Bergbahnen auf dem Hochplateau im Tiroler Oberinntal haben seit 1990 eine beeindruckende Erfolgsgeschichte geschrieben. Die Geschäftsführer Alois Geiger und Hubert Pale haben das Niveau unermüdlich angehoben und 1999 als großen Meilenstein in der Positionierung den Zusammenschluss mit dem benachbarten Skigebiet Serfaus Komperdell zustande gebracht. Die auf Familie mit Kindern ausgerichtete gemeinsame Marke Serfaus-Fiss-Ladis gehört zu den Wertschöpfungsgewinnern in Tirol, optimale Kooperation mit den touristischen Partnern ist die Basis des Erfolges. Fiss attraktiviert seit zwei Jahren auch den Sommerbetrieb mit einem eigenen Funpark, der heuer um den 1. Skyglider der Alpen, Fisser Flieger genannt, bereichert wurde.

Interviewpartner Alois Geiger, seit 1990 Geschäftsführer der Fisser Bergbahnen.
Fotos: Fisser Bergbahnen

MM-FRAGE: *„Zunächst zu Ihrer Person Herr Geiger. Beschreiben Sie kurz Ihren Werdegang zum Mountain Manager bzw. allfällige weitere Funktionen im touristischen Bereich."*

Geiger:
„Ich war schon früh in der Gemeinde (Mehrheitseigentümer der Bergbahn) als Sekretär tätig, später auch politisch als Gemeinderat und 12 Jahre Bürgermeister in Fiss. Aus dieser Funktion bin ich mit den Fisser Bergbahnen in Verbindung gekommen, da ich in den Aufsichtsrat entsandt und dann zum Vorsitzenden gewählt wurde. So habe ich das Unternehmen sehr gut kennengelernt und mich auch dafür engagiert. Als dann Altbürgermeister und Tourismuspionier Emmerich Pale in Pension ging, wurde der Geschäftsführerposten der Bergbahnen vakant. Ich habe mich dafür interessiert und wurde 1990 zum GF bestellt – parallel mit Hubert Pale. Es war mir immer ein Anliegen, ein Unternehmen weiterzubringen. Eine Seilbahn ist ein Wirtschaftsbetrieb, der sich ständig entwickeln muss. Ich habe mich immer gefragt, warum 1967 die Bergbahnen in Fiss gegründet wurden. Das Motiv war, den Tourismus des Dorfes vorwärts zu bringen. Und dieses Ziel hat sich hierauf auch in meinem Kopf festgesetzt. Wir sind nicht Selbstzweck, sondern haben die Aufgabe, Tourismus zu erzeugen – gemeinsam mit den Verantwortlichen im Ort. Die Bergbahn ist das Zugpferd, aber wenn das Zugpferd lahmt, dann lahmt der ganze Tourismus im Ort. Zuerst spürbar vielleicht im Winter, dann aber im Sommer genauso spürbar. Das habe ich mir etwas zum Grundsatz gemacht, aber da bin ich nicht alleine, beim Kollegen Pale ist es dasselbe. Wir haben eher manchmal das Problem, dass wir für manche Leute im Dorf fast zu schnell unterwegs sind."

MM-FRAGE: *„Wie verlief die Entwicklungsgeschichte von Fiss in groben Zügen?"*

Geiger:
„Bei meinem Einstieg war die Schneeanlage im Entstehen. Wir liegen ja in einem Hochplateau, einem niederschlagsarmen Gebiet (Südseite) und litten an wechselhaften Wintern. Das hat sich in den Umsatzzahlen gewaltig niedergeschlagen und war für die ganze Situation im Ort schwierig. Daher hatte für mich der Ausbau der Be-

Fotomontage zur neuen Attraktion „Fisser Flieger" auf der Möseralm. Rechts die im Vorjahr platzierte Innovation „Fisser Flitzer".

Interview

schneiung oberste Priorität. Hierauf wurden die ersten in die Jahre gekommenen Aufstiegsanlagen, zwei Einsesselifte, durch zwei moderne 6er-Umlaufbahnen ersetzt (Sonnenbahn und Möseralmbahn). Das hat schon einen kräftigen Schwung ausgelöst und auch im Dorf einen Bauboom bewirkt!
In Folge ging es Zug um Zug weiter, auf der Nordseite wurde z. B. eine Sesselbahn gebaut. Und nebenbei wurden bereits die Verhandlungen mit Serfaus über einen Zusammenschluss betrieben. Dieser kam dann im Jahr 1999 als Höhepunkt der bisherigen Entwicklung tatsächlich zustande, war aber mit großen Investitionen verbunden. Wie allgemein bekannt ist, hat sich daraus eine große Erfolgsgeschichte ergeben. Wir hatten zuvor zwar schon einen Kartenverbund, aber es war skitechnisch keine Verbindung gegeben. Das Entscheidende war der gemeinsame Marktauftritt Serfaus-Fiss-Ladis und eine Marke zu entwickeln. Ich wage zu behaupten, dass wir inzwischen schon durchaus als Marke wahrgenommen werden, die wir natürlich noch stärken und ausbauen müssen. 2002 war schließlich die Schönjochbahn in die Jahre gekommen und wurde erneuert, auf der Nordseite wurde ein Schlepplift ersetzt – und es kam auch vom Gast her immer wieder die Nachfrage: ‚Was macht ihr nächstes Jahr Neues?' bzw. entstand im Dorf eine gewisse Erwartungshaltung. Dies und auch das Wissen, dass wir immer weiter investieren müssen, um ein gutes Skigebiet bleiben zu können, hat uns geleitet.

Übersicht Fisser Sommer Funpark.

„Wir hätten nie gedacht, dass uns die Investitionen in die Berggastronomie so großen Erfolg bescheren würden"

Nach dem Zusammenschluss stand auch die wichtige Entscheidung an, dass wir in der Gastronomie am Berg etwas aufzuholen haben. Folglich haben wir im Jahr 2000 die Möseralm, 2002 das Restaurant Bergdiamant und im letzten Jahr die Sonnenburg errichtet. Wir hätten aber nicht gedacht, dass sich diese Investitionen in die Berggastronomie so überaus erfolgreich auswirken würden. Und seit zwei Saisonen sind wir auch im zuletzt rückläufigen Sommer stärker geworden. Die großen Restaurants brauchten mehr Publikum, um einen Sommerbetrieb zu rechtfertigen, also beschlossen wir, neue Produkte für den Bergsommer zu schaffen. Die erste Idee war dann eine im Winter wieder abmontierbare Sommerrodelbahn, der Fisser Flitzer (Fa. Brandauer). Darüberhinaus sollte grundsätzlich auf der Möseralm ein Zentrum entstehen, eine Art Sommer Funpark, in dem sich der Gast mit seinen Kindern einen halben Tag lang unterhalten kann. Der Erfolg mit der Sommerrodelbahn animierte uns, ein zweites Highlight zu suchen. Durch Glück erhielten wir einen Hinweis von der Firma Doppelmayr, dass es in einem Spielpark in Deutschland eine Anlage gäbe, einen so genannten Sky Glider, die einen besonderen Spaß erlaube und auch in die Berge passe. Nach der Besichtigung dieser Anlage haben wir uns noch am gleichen Tag für die Installation eines Sky Gliders entschieden. Und so ist die Attraktion 2006, der Fisser Flieger entstanden. Wir können jetzt schon sagen, es wird auch dies eine Erfolgsstory werden! Das Fluggerät spricht vor allem Kinder und Jugendliche, aber auch ältere ‚Junggebliebene' an."

MM-FRAGE: *„Die Region Serfaus-Fiss hat sich in Tirol zu einem touristischen Vorreiter entwickelt, die Wertschöpfung hat sich seit 1990 verdreifacht. Was ist das Geheimnis eures Erfolges?"*

Geiger:
„Das Geheimnis des Erfolges ist an erster Stelle die optimal funktionierende Kooperation zwischen dem Tourismusverband, der Gemeinde, der Skischule und den Bergbahnen. Weiters ist die entsprechende Angebotsschaffung und Fokussierung auf eine Zielgruppe (Familien) wichtig. Wir werden aufgrund des Erfolges aber sicher nicht übermü-

Interview

tig, es gibt weiterhin viel zu tun und viele andere Regionen sind mindestens so gut am Weg wie wir. Die Wertschöpfung hat sich nicht zuletzt durch die gute Preisgestaltung im Winter – u. a. als Folge des Zusammenschlusses – sehr gesteigert. Wir sind nicht auf der Billigschiene, sondern eher etwas hochpreisig. Trotzdem haben wir wenig Probleme mit den Gästen bezüglich des Preisniveaus. Wenn die Leistung passt, dann sind die Gäste durchaus bereit, einen entsprechenden Preis zu bezahlen – das gilt im Hotel genauso wie bei der Bergbahn.
Und schließlich war, wie erwähnt, der gemeinsame Marktauftritt ein bedeutender Faktor des Erfolges. Wir ergänzen uns angebotsmäßig mit Serfaus optimal."

MM-FRAGE: *„Die Region hat die Positionierung Richtung Kinder und Familien erfolgreich umgesetzt. Wie unterscheidet sich dabei Fiss von Serfaus und Ladis, was ist das Typische von Fiss dabei?"*

Geiger:
„Wir haben nicht ein wesentlich anderes Gästeklientel als Serfaus. Der Nachbarort ist etwas mondäner, hat mehr größere Hotels, wir hingegen mehr dörfliche Struktur und Appartements, die natürlich den Familien entgegenkommen.
Also auch wir waren immer stark im Familiensegment und passen somit mit Serfaus sehr gut zusammen, das sich mit den Kinderhotels und dem Kinderland etc. auf Familien spezialisiert hatte. Wir mussten uns also wegen des Zusammenschlusses nicht verändern, aber es gibt eben auch innerhalb der Familien verschiedene Strukturen, die nun beide Orte umfassend abdecken können."

MM-FRAGE: *„Es gibt heuer erstmals den Alpin-Shuttle für Wanderer und die Serfaus-Fiss-Ladis Card für Gäste. Was beinhalten diese Neuerungen?"*

Geiger:
„Die Idee des Alpin Shuttles ermöglicht sozusagen ein Wandern mit ‚Seilbahnhüpfen'. Die Gäste sollen dadurch von Ort zu Ort mit den geöffneten Bahnen fahren können (heuer erstmals 7 Bahnen), ohne das Auto zu brauchen. Wir müssen den vielen Wochengästen einen Reiz bieten, verschiedene Aspekte unserer Bergwelt aufzusuchen. Man fährt z. B. mit der Möseralmbahn hinauf, geht auf einem sogenannten Genussweg hinüber zum Sunliner und lässt sich mit dieser Seilbahn nach Serfaus bringen. Dort kann man flanieren etc. und kann entweder mit dem Alpin Shuttle oder mit dem Wanderbus zurückkehren. Durch diese Lösung werden auch nicht so konditionsstarke Leute angesprochen. Alpin Shuttle sowie Wanderbus sind in der erstmals aufgelegten Serfaus-Fiss-Ladis-Karte enthalten. Künftig sollen aber alle Infrastrukturen der Destination mit dieser Karte genossen werden können und in weiterer Folge soll sie auch als Kreditkarte (für unsere Region) verwendbar sein können. Übrigens beteiligt sich der Tourismusverband finanziell am heuer gesteigerten Betrieb der Sommerbahnen, weil er in dieser Form für die Bergbahnen vermutlich nicht kostendeckend wäre."

MM-FRAGE: *„Fiss hat in den letzten Jahren auch viel für den Sommertourismus getan und wie erwähnt einen eigenen Funpark errichtet. Welche Komponenten umfasst er und wie hat sich dadurch das Sommergeschäft verändert?"*

Die Berggastronomie spielt eine bedeutende Rolle in Fiss. Im Bild das Panoramarestaurant BergDiamant am Schönjoch.

Interview

Bei der Sommerrodelbahn „Fisser Flitzer" hat man sich viele Überraschungen auf der Strecke einfallen lassen wie z. B. die Thematisierung der Tunneldurchfahrten.

Geiger:
„Das Kernstück sind wie gesagt die zwei Attraktionen Flitzer und Flieger, weiters gibt es einen Teich, Tubing-Bahn, Riesenrutsche, Riesensandkiste, Elektroautos, Streichelzoo. Es sollen die Kleinen, sobald sie gehen oder krabbeln können, genauso beschäftigt werden können wie die Größeren, bis hinauf zu den Jugendlichen und selbst die Eltern – z. B. mit dem Flieger oder der Kneippanlage oder der Fisser Gonde (Natur-Themenweg). In nächster Nähe existieren auch nette Wanderwege und Ruheplätze. Es ist so ausgelegt, dass sich Gäste zumindest einen halben Tag aufhalten können, ohne dass ihnen langweilig ist. Wichtig war für uns, das Zentrum dort zu platzieren, wo wir eine gut funktionierende Gastronomie haben. Und jetzt zeigt sich, dass wir das Restaurant in dieser Größenordnung auch brauchen. Durch die Verbindung mit dem Sunliner ist der Sommer Funpark heuer eine regionale Attraktion geworden, die auch Gäste aus der Umgebung anzieht.
Natürlich haben wir auch weitere Ausbau-Ideen für die Zukunft, die wir aber jetzt noch nicht verraten wollen. Auch hier gilt: das Angebot muss ständig neu aufgeladen werden."

MM-FRAGE: *„Hat der Funpark einen wesentlichen Umsatzanstieg bewirkt?"*
Geiger:
„Es hat einen Umsatzsprung im Sommer gegeben, bei den Bergbahnen spüren wir das jetzt sofort schon, im Ort dauerte es etwas länger, bis die Mundpropaganda greift. Man darf nicht vergessen, dass wir uns mit dem Sommer Funpark erst im zweiten Jahr befinden. Generell sind wir sehr zuversichtlich, wir glauben an den Sommer, auch dass sich die Preissituation in der Vermietung durch unsere Investitionen deutlich nach oben bewegen kann."

MM-FRAGE: *„Die aktuelle Attraktion ist der Fisser Flieger. Warum habt ihr euch nicht gleich für einen Mountain Glider von Doppelmayr entschieden?"*
Geiger:
„Wir haben ein bestimmtes Investitionsbudget zur Verfügung, in dem wir den Mountain Glider nicht unterbringen konnten. Außerdem waren wir auf der Suche nach einer Attraktion für den Funpark. Der Mountain Glider wäre für sich eine eigene Attraktion vom Berg hinunter gewesen. Die Investition für den 700 m langen Fisser Flieger war verkraftbar. Er hat allerdings keine Stützen und Kurven, man erreicht aber eine Geschwindigkeit von bis zu 83 km/h auf den 100 m Höhenunterschied. Der besondere Reiz ist, dass man über den ganzen Funpark drüberfliegt. Eine Einzelfahrt kostet 5,50 Euro, ein Erinnerungsfoto vom Flug 3 Euro. Jeden Freitagabend ist auch Nachtfliegen und Nachtrodeln angesagt – umrahmt von Live-Musik auf der Möseralm.
Man kann unsere Anlage auch ein bisschen als Testfall sehen, wie das Publikum auf solche Attraktionen, die das Bergabgleiten am Seil anbieten, reagiert."

Interview

MM-FRAGE: *„Wird Ihrer Meinung nach in Österreichs Alpen generell genug getan für die Attraktivierung für den Sommer? Geht die Angebotsgruppe Sommerbahnen den richtigen Weg?“*

Geiger:
„Es ist selten genug. Das trifft speziell auf den Sommer zu. Man hat sehr lange nur gejammert und keine Chance gegenüber dem Süden gesehen. Ich glaube, die Branche hat sich zuwenig bemüht, innovative und interessante Dinge zu bieten. Man sieht jedenfalls, dass die Leute sehr wohl im Sommer in den Bergen Urlaub machen, wenn attraktive Angebote existieren. Daher sollte man in den Alpen noch mehr tun für die Attraktivierung des Sommers. Ich denke, dass die österreichischen Sommerbahnen auf dem richtigen Weg sind. Fiss gehört ja zu den Gründungsmitgliedern und es war mir schon damals klar, dass wir gemeinsam etwas zustande bringen. Viele Ideen greifen schon, jedoch liegt noch eine Menge Arbeit vor uns. Wir sind überzeugt, dass der Sommer in den Bergen eine echte Zukunft hat, der Erholungswert für den Gast wird immer deutlicher erkannt werden, nicht zuletzt wegen des Heilklimas. Wir müssen nur das Image wegbringen vom langweiligen Bergurlaub!“

MM-FRAGE: *„Wie groß soll der Stellenwert des Sommergeschäftes bei euch werden? Geht es in Richtung 365 Tage Bergerlebnis im Jahr?“*

Geiger:
„Das Problem in dieser Höhenlage sind Frühjahr und Herbst, es wird nicht möglich sein im November auf 2 500 m besonders erfolgreich zu sein, detto nach der Schneeschmelze im Mai. Daher ist 365 Tage Bergerlebnis für die Bahnen unrealistisch, für ein Wellness-Hotel nicht. Wir machen uns außerdem keinen Zahlendruck, dass wir einen bestimmten Umsatzanteil über das Sommergeschäft erreichen müssen. Wir wollen vorrangig einfach die Betriebe im Dorf unterstützen und das kommt später positiv wieder auf uns zurück durch höhere Frequenzen.“

MM-FRAGE: *„Auch Berggastronomie auf hohem Niveau ist in Fiss ein Thema geworden. Warum? Habt ihr noch Bedarf an weiteren Lokalitäten?“*

Geiger:
„Die Gastronomie am Berg hat eine zentrale Rolle in unserem Gebiet. Nach meiner Einschätzung hat sich das Gästeverhalten etwas in Richtung Genießer verändert, also Sport und Genuss. Dazu gehört auch ein gutes Essen, ein Glas Wein und ein angenehmes Sitzen in gehobener Atmosphäre. Die Gastronomie am Berg wird sehr gerne angenommen, allerdings muss sie Top-Qualität haben: bei den Speisen und beim Ambiente. Ich hätte mir im Jahr 2000 nicht vorstellen können, dass wir innerhalb von fünf Jahren drei Restaurants betreiben werden! Obwohl wir jetzt gut abgedeckt sind, würde ich mir noch ein tolles Tiroler Restaurant mit Bedienung wünschen, um den Genießer noch besser ansprechen zu können. In der ganzen Destination stehen dem Gast mit den Schirmbars derzeit 22 Lokalitäten zur Verfügung.“

MM-FRAGE: *„Ihr habt zusammen mit Serfaus den Preis ‚Best of Austria 2006‘ auf der ITB gewonnen. Was bedeutet er euch? Erhöht er den Erwartungsdruck der Gäste noch mehr?“*

Geiger:
„Ein Preis ist immer eine Überraschung und zugleich eine Bestätigung des Weges sowie ein Ansporn, weiterzumachen. Natürlich steigt die Erwartungshaltung der Gäste, aber dem sind wir durchaus gewachsen. Wir sind sicher gefordert, nicht nur diesen Standard zu halten, sondern noch besser zu werden. Es nützt uns nichts, wenn wir in 5 Jahren sagen: 2006 haben wir einen Preis gemacht – und der Gast sagt: Das wird damals schon gepasst haben!“

MM-FRAGE: *„Sind Investitionen für die Wintersaison 06/07 geplant?“*

Geiger:
„Wir werden die Schneeanlage auf 100 % Beschneibarkeit ausbauen (derzeit 80 %). Weiters wird bei drei Anlagen die Förderleistung erhöht (Endausbau). Bei der 8 SBK Schöngampbahn nützen wir den Endausbau, um auf beheizte Sitze von Doppelmayr umzurüsten. Auch das ist wieder ein Signal in Richtung Komfort und Genussskifahren!“

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

30 Jahre
Wiegand
- die Innovativen

erstmals
Sommernutzung von Schleppliften

erstmals
Bremsband, Fliehkraftbremse

erstmals
automatisches Liftersystem

erstmals
Sommerrodelbahn auf zwei Schienen – Alpine Coaster

erstmals
automatischer Schlittentransport per Sessellift

erstmals
Wie-Li-Transportsystem

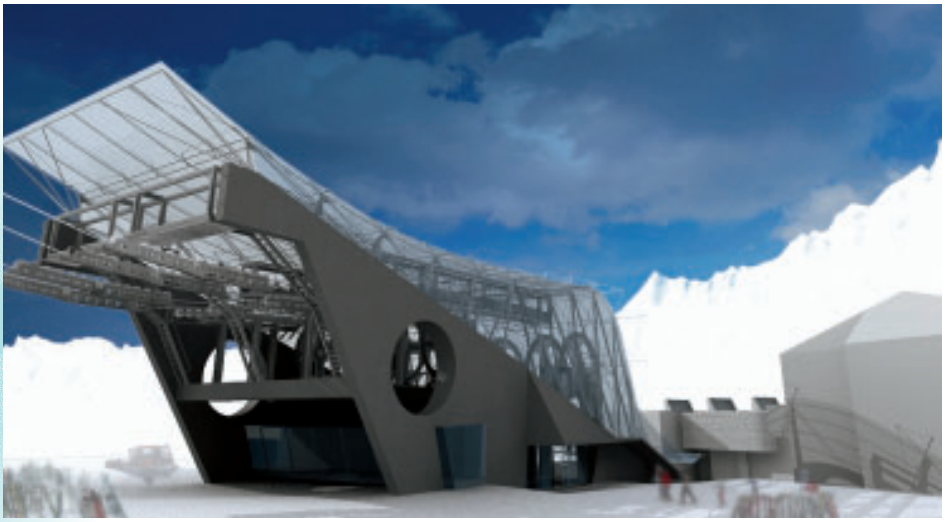
erstmals
Edelstahl-Sommerrodelbahnen
Fahrtmöglichkeit bei Nässe
zweisitzige Schlitten
Magnetbremssystem für zu schnelle Rodler und viele Detail-lösungen
elektrisch angetriebene Sommer-rodelbahn – Bobkart

Auch für Ihre Anlage haben wir eine maßgeschneiderte Lösung.

Josef Wiegand GmbH & Co KG, Landstraße 12, D-36169 Rasdorf, Tel. 06651/9800, Fax 06651/379, info@wiegandslide.de, www.wiegandslide.de

Innovative Unternehmen sind erfolgreicher

Die Zufriedenheit der Kunden steht in engem Zusammenhang mit neuen Angeboten und Innovationen. Ideenlose Unternehmen und Destinationen verlieren Marktanteile. Zu diesem Schluss kommen Experten der Kohl & Partner Tourismusberatung GesmbH.



Das richtige Innovationsklima zeigen die Arlberger Bergbahnen mit dem Neubau der Galzigbahn.
Foto: Arlberger BB

Auch wenn der Umsatz jedes Jahr ein wenig klettert, muss dahinter nicht notwendigerweise ein stabiles Unternehmen stecken. Wenn die Innovationskraft verloren gegangen ist und keine Innovations-Kultur gepflegt wird, kann das Bild trügerisch sein. Dabei sieht man bei Kohl & Partner vor allem 5 „Todsünden" für eine schleichende Gefährdung des Unternehmens:

- Zu starke Traditionsbindung (Tradition ist die Grundlage unseres Handelns, nicht seine Fessel).
- Verwechslung von Entschlusslosigkeit mit Vorsicht („Wer weiß, ob es gut geht").
- Selbstzufriedenheit („Es geht ganz gut" kann trügerisch sein).
- Übertriebene Erwartungen („Diese Idee wird mich herausreißen").
- Mangelnde Geduld (Wenn die Idee nicht gleich greift, Flinte ins Korn werfen).

Dabei ist Altes nicht darum schon gut, weil es bewährt ist. Allerdings ist auch Neues nicht allein deshalb wichtig, weil es neu ist. Innovationen sind mehr als eine gute Idee.
Das wichtigste Anliegen der Innovation ist es, Wettbewerbsvorteile gegenüber Mitbewerbern zu erzielen. Dabei kann positiver Wettbewerbsdruck entstehen, weil andere Tourismusbetriebe auch innovativ werden müssen, um nicht selbst Marktanteile zu verlieren.
Grundsätzlich beschränken sich Innovationen im Tourismus nicht nur auf neue Angebote und Dienstleistungen. Auch interne Abläufe oder organisatorische Neuheiten, die deutlich von Standardlösungen abweichen, erzeugen Aufmerksamkeit und helfen dem Unternehmen, sich zu profilieren.

Innovationsklima ist wichtig

Innovationen entstehen in einer Atmosphäre, die kreatives Denken

SUCHE/BIETE

Kompletter Doppelmayr-Schleppliftantrieb mit Himmel Getriebemotor 30 KW zu verkaufen
Tel. +49(0)83 75/97 58 90 · Handy +49(0)1 63/4 57 47 70

Der Zweckverband Wintersportzentrum Mitterfirmiansreut-Philippsreut sucht ab 15.11.2006 einen Betriebsleiter-Stellvertreter für die Skiliftanlagen im Skizentrum Mitterfirmiansreut

Das Skizentrum Mitterfirmiansreut-Philippsreut liegt im Bayerischen Wald, 50 km von Passau, Nähe Grenze zur Tschechischen Republik, im Landkreis Freyung-Grafenau

Voraussetzungen: abgelegte Prüfung und Bestätigung für Betriebsleiter und Betriebsleiter-Stellvertreter für Seilbahnen.

Aufgabenschwerpunkt: Betreuung und Instandsetzung von 5 Schleppliften und einer Doppelsesselbahn, Mitarbeit bei der Wartung des Fuhrparks und der Beschneiungsanlagen.

Eigeninitiative, Kooperationsfähigkeit, Kontaktfreude, Belastbarkeit, Flexibilität in der Arbeitszeitgestaltung sowie ein hohes Maß an Dienstleistungsbereitschaft werden als selbstverständlich vorausgesetzt. Die Bezahlung erfolgt nach TVÖD.

Das Beschäftigungsverhältnis ist vorläufig bis zum 15.04.2007 befristet; ein Dauerarbeitsverhältnis wird bei gegenseitigem Einvernehmen jedoch in Aussicht gestellt.

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung bis 15.09.2006 mit den üblichen Unterlagen (Lebenslauf, Lichtbild, Schul-/Arbeitszeugnisse) an den

Zweckverband Wintersportzentrum, Geschäftsstelle Landratsamt, D-94078 Freyung
Muthmann, Landrat und 1.Vors. des Zweckverbandes Wintersportzentrum

Weitere Auskünfte: Tel. +49(0)8551/57121 oder +49(0)8550/91017

und Handeln fördert. Die Schaffung einer solchen Innovationskultur, eines positiven Innovationsklimas, zählt damit zu den zentralen Aufgaben jedes Betriebes und jeder Destination.

Ein Blick über den Branchenrand bringt innovative Impulse. Dabei hat die Erfahrung eindeutig gezeigt, dass die Bildung von branchenübergreifenden Netzwerken neues und kreatives Denken und die Entwicklung innovativer Angebotskombinationen fördert.

Die Kohl & Partner Tourismusberatung GesmbH hat einige Erfolgsfaktoren erfolgreicher innovativer Unternehmen und Destinationen herausgefiltert:

➤ Sie denken bei Innovationen branchenübergreifend und bilden Netzwerke: Innovative Touristiker beachten nicht nur Trends und Marktentwicklungen im Tourismus, sondern setzen sich bewusst mit anderen Wirtschaftszweigen und Wissenschaften zusammen, um innovative Anregungen zu bekommen. Sie gehen sogar einen Schritt weiter und bilden branchenübergreifende Netzwerke. Die Bildung solcher branchenübergreifender Netzwerke begünstigt dabei das neue, kreative Denken und die Entwicklung innovativer Angebotskombinationen. Für eine Wintersportdestination könnten z. B. Netzwerke mit der Sportartikelindustrie, dem Baugewerbe, Anbietern von neuen Informations- und Kommunikationstechnologien etc. der erste Schritt zur Innovation sein.

➤ Sie stellen den strategischen Wert der Innovation sicher: Die Innovation muss klar von Standardlösungen abweichen („Break the rules") und zur Strategie des Betriebes bzw. der Destination passen.

➤ Sie stellen den Kundennutzen in den Mittelpunkt: Innovationen verfolgen keinen Selbstzweck, sondern stiften dem Gast einen höheren Nutzen als bisher – und dem Unternehmen eine höhere Wertschöpfung. Die Kunden lieben Innovationen, wobei letztlich der Gast bestimmt, ob ein Vorhaben tatsächlich eine Innovation darstellt.

➤ Sie setzen regelmäßig Innovationsimpulse: Innovative Touristiker trennen zwischen laufenden kleineren Ideen und größeren Innovationsschritten. Alle 3 bis 5 Jahre gibt es größere Innovationsschritte, die vom Markt als maßgebliche Angebotsverbesserung wahrgenommen wird. Dazu bietet man 3 laufende Detailverbesserungen pro Saison zur Weiterentwicklung des Angebots.

➤ Sie optimieren mit Innovationen ihre internen Abläufe: Bei Innovationen denkt man schnell an Produkt-Innovationen und weniger an Prozess-Innovationen, dort liegt aber ein großes Potenzial für Verbesserungen:

- ➤ Qualitätsverbesserungen
- ➤ Kostenvorteile
- ➤ Zeitvorteile
- ➤ Synergien in der Zusammenarbeit mit anderen Organisationen (Größenvorteile, Verbundeffekte).

➤ Sie entwickeln ihr Know-how und ihren Vorsprung kontinuierlich weiter: Sie entwickeln ihr fachliches Know-how und das Rüstzeug für den notwendigen „Spirit of Innovation" (branchenübergreifendes Denken, Kreativitäts-Techniken, Trendreisen...) aus. Sie bauen ihr Wissen und ihren Vorsprung aus, um den Innovationsmotor ständig mit neuem „Sprit" zu versorgen.

Tradition und Innovation vereint der Pisten-Bully 600, der bei diversen Präsentationen in ganz Europa Aufsehen erregt.
Foto: Kässbohrer Geländefahrzeug AG

➤ Sie pflegen das innovative Klima in der Organisation: Wie die Notwendigkeit und Möglichkeit von Innovationen in einer Organisation gesehen wird, ist letztlich stets eine Frage der Grundmotivation durch den Unternehmer bzw. die Führungskraft. Innovative Touristiker schaffen Freiräume und eine gewisse Art von „Narrenfreiheit" für neue Ideen. Denn sie wissen, ein gutes Innovations-Klima ist die Grundvoraussetzung für nachhaltige Innovationskraft.

Infos:
Kohl & Partner Tourismusberatung GesmbH
Bahnhofstr. 8, A-9500 Villach
office@kohl.at, www.kohl.at

Leripa: ROBALON für Hundeschlitten und Snowboard-Rails

Die Leripa Kunststoffe GmbH. aus Oepping (Oberösterreich) hat sich in der Seilbahnbranche mit den Antriebsrädern für Pistengeräte aus dem Gleit- und Verschleißwerkstoff ROBALON einen Namen gemacht. Darüber hinaus werden aber ständig weitere Neuheiten gebracht wie aktuell z. B. Verschleißteile für Hundeschlitten und Gleitplatten für Snowboard-Rails.

ROBALON-Gleit- und Verschleißteile bringen auch für Hundeschlitten Vorteile. ***Fotos: Leripa***

Die Antriebsräder für Pistengeräte werden nach wie vor sehr gerne bei Leripa gekauft. Laut Produktmanager Hubert Mayrhofer werden heuer noch ca. 500 Stück abgesetzt, was ca. 3 500 verkauften Stück in Summe bis Ende 2006 entspricht.
Nun gibt es zusätzlich zu den in MM2/06 vorgestellten Neuheiten zwei weitere ROBALON-News:

Verschleißteile für Hundeschlitten

Die Gleit- und Verschleißteile aus ROBALON haben sich auch auf Hundeschlitten bereits bestens bewährt. So wird z. B. auf der Farm „Mountainwolf" (www.mountainwolf.at) seit Jahren ROBALON eingesetzt. Größter Erfolg war dabei ein Weltrekordversuch, bei dem eine Strecke von 800 m mit 33 Schlittenhunden zurückgelegt wurde. Die optimalen Gleiteigenschaften bringen bei den Kufen und der Gleitplatte wesentliche Vorteile. Und die ausgezeichneten Verschleißeigenschaften wirken sich vorteilhaft für die Bremsmatte aus. Die hervorragende Tieftemperaturbeständigkeit und Kerbschlagzähigkeit ist bei den Abweisbügeln unbedingt notwendig.

Die Firma Leripa Kunststoffe bietet nun auch Gleitplatten für Snowboard-Rails an.

Gleitplatten für Snowboard-Rails in Funparks

Ein weiterer neuer Anwendungsbereich für ROBALON-Produkte wurde in den Funparks entdeckt. Hier profitieren Gleitplatten für Snowboard-Rails von den Eigenschaften dieses unverwüstlichen Werkstoffes wie z. B.

- optimales Gleiten,
- kaum Verschleiß,
- kein Splittern und Brechen,
- tieftemperaturbeständig,
- keine Wasseraufnahme,
- kein Aneisen,
- UV- und witterungsbeständig,
- sehr hohe Kerbschlagzähigkeit,
- geringes Gewicht.

Katschberg ab Winter 06/07 zu 100 % schneesicher

Alles hofft, dass Frau Holle ihre Betten im kommenden Winter wieder so tüchtig ausschüttelt wie im vergangenen Jahr. Sollte die Dame aber erschöpfungsbedingt nachlassen, bringt das am Katschberg niemanden ins Schwitzen: Mit der Wintersaison 2006/07 sind nämlich sämtliche Pisten beschneibar.

Errichtung des neuen 35 000 m³ fassenden Speicherteiches auf dem Aineck.
Fotos: Katschberg BB

Noch aber haben die Baumaschinen auf dem Kärntner Katschberg an der Grenze zum Salzburger Lungau das Sagen. Im Sommer werden die Beschneiungsleitungen am Sonnleiten verlegt. Mit Abschluss dieser Arbeiten kann der Katschberg ruhigen Gewissens hundertprozentige Schneesicherheit garantieren. Die Daten für Statistiker: 3 km Leitungen wurden neu verlegt, 60 Beschneiungslanzen zusätzlich zu den bereits bestehenden angeschafft, das ergibt in Summe 380 Lanzen und 30 Schneekanonen an Schneigerät. „Das Investitionsprogramm „Beschneiung Katschberg" ist somit abgehakt", bestätigt Marketingleiter Josef Bogensperger junior.

Zweite Baustelle Aineck

Am Aineck, dem zweiten Berg der Katschberg/Aineck-Skischaukel, geht es hingegen munter weiter. Dessen 25 Pistenkilometer sind immerhin zu bereits neun Zehntel beschneibar. Derzeit wird ein weiterer Beschneiungsteich in 2 000 m Seehöhe angelegt. Sein Fassungsvermögen beträgt bei einer Tiefe von 7,5 m und einem Durchmesser von 130 m 35 000 m³. Insgesamt stehen somit am Katschberg/Aineck 220 000 m³ Wasser für die Beschneiung zur Verfügung. Das entspricht übrigens dem Fassungsvermögen von 5 500 Tankwagen. Wobei am Katschberg kein Mensch davon ausgeht, dieses Pouvoir 2006/07 auch ausschöpfen zu müssen, „denn wahrscheinlich", so Geschäftsführer Sepp Bogensperger, „ist Frau Holle im letzten Winter erst so richtig auf den Geschmack gekommen."

Hochbetrieb für die Errichtung der Beschneiung Sonnleiten.

TechnoAlpin: Turbinenschaufel-Heizung für Zuverlässigkeit in Extremsituationen

Luftfeuchtigkeit um die 90 %, Lufttemperaturen von durchschnittlichen –2°C, Windgeschwindigkeiten bis zu 150 km/h, extreme Wetterumschwünge innerhalb von 4 bis 5 Stunden, Regen auch mitten im Winter – so lassen sich die klimatischen Besonderheiten in den Skigebieten Neuseelands und Australiens beschreiben. Damit hier Zuverlässigkeit gewährleistet werden konnte, musste TechnoAlpin eine Sonderlösung entwickeln: ein ganz spezielles Heizsystem für die Turbinenschaufeln!

„Fire" auf Coronet Peak. ***Fotos: TechnoAlpin***

Die Auswirkungen auf die Schneelage und den Skibetrieb bei solchen Bedingungen sind enorm: Der natürliche Schneefall ist inkonstant, die Liftanlagen können an maximal 80 Tagen betrieben werden. Entsprechend volatil waren auch die Entwicklung der Besucherströme (so z. B. ca. 60 000 bis 80 000 Besucher pro Saison in Coronet Peak) und das finanzielle Ergebnis vor dem Bau der Beschneiungsanlagen.

Die M18 wurde für Neuseeland mit einer speziellen Heizung für die Turbinenschaufeln ausgestattet.

Duncan Smith, Geschäftsführer der Southern Alpin Recreation Ltd, der Eigentümergesellschaft von The Remarkables, Coronet Peak und Mt. Hut, erkannte die Bedeutung und Notwendigkeit der technischen Beschneiung für die gesunde Entwicklung seiner Gebiete sehr bald und begann bereits 1991 mit der Installation der ersten technischen Beschneiung in Coronet Peak.
Im Jahre 2004 erfolgte die erste große Erweiterung und Automatisierung der bestehenden manuellen Anlage. Pünktlich zu Saisonbeginn konnte heuer die 3. Erweiterungsstufe abgeschlossen werden.

23 neue Schneeerzeuger von TechnoAlpin

In den vergangenen Monaten wurden 23 neue vollautomatische TechnoAlpin Schneeerzeuger in die Anlage integriert, das Rohrleitungsnetz ausgebaut und insgesamt die

M18 Detail auf Coronet Peak.

M18-Rotor mit Motor, ohne Rohr.

Kapazität des Beschneiungssystems um weitere 35 % im Vergleich zum Vorjahr gesteigert. Die Anlage arbeitet also heuer in der dritten Saison zur vollsten Zufriedenheit der Betreiber. Dazu sagt Duncan Smith: „The fully automatic system is the most extensive and advanced snowmaking system in the Southern Hemisphere and is designed to provide quality snow throughout a long season. Our snowmaking systems are pumping tons of beautiful ‚Armani' snow which will serve to maintain top conditions throughout the season."

Die ausgesprochen guten Bedingungen haben Coronet Peak zum Sommertrainingslager für die Nationalmannschaften vieler Länder werden lassen, wie Skischuldirektor Michel Marchand, bestätigt:
„14 of the world's top ski racers trained here last year in the lead up to the 2006 Winter Olympics and four of these athletes were medallists in Torino. We are very proud to be hosting athletes of this calibre".
Patrick Riml, der Cheftrainer der amerikanischen Nationalmannschaft dazu: „Quality terrain and great training conditions makes Coronet Peak and Queenstown the perfect environment for our World Cup training."

Absolute Zuverlässigkeit bei Extrembedingungen gefordert

Die technischen Anforderungen an die Anlage lagen ganz klar in der absoluten Zuverlässigkeit und der hohen Schneequalität unter diesen extremen Bedingungen (-1,5 bis -3,0° C Feuchtkugeltemperatur). Die Anlage muss effizient und vor allem zuverlässig Schnee von höchster Qualität produzieren, auch nach Tauwetter bzw. Regen.
Die stärkste Anforderung an die Funktionalität und Zuverlässigkeit der Maschinen stellte die Kombination aus der extremen Luftfeuchtigkeit und dem starken Wind dar. Die Schneeerzeuger der bestehenden Anlage eisten dadurch auf!

Sonderlösung von TechnoAlpin

Die hauseigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung der TechnoAlpin hat daraufhin eine Sonderlösung ausgearbeitet. In starker Anlehnung an die bewährten Lösungen aus der Aeronautik hat man für die Turbinenschaufeln ein ganz spezielles Heizsystem entwickelt. Diese kompakte, unsichtbar integrierte Heizung hält die Temperatur so immer knapp über dem Gefrierpunkt.
Die Ergebnisse sind sehr überzeugend, so dass die Heizung auch in den Skigebieten Mt. Hotham und Snow Park zur Anwendung kamen.

Tony Kewish, Snowmaking Manager von Mt. Hotham dazu:
„We have been very pleased with the new M 18's performance in riming conditions. They have given us no trouble at all on nights when all the other guns have to be constantly de-iced. This is particularly useful to know as a pre-amble to our proposed next stage, as the guns in this area will be difficult to access for constant de-icing."
Diese Erfolge halten auch in die Serienproduktion Einzug.

Infos:
www.nzski.com

LST technik seilbahn loipolder

PLANUNG UND BAU

4er SESSELLIFTE
2er SESSELLIFTE
DOPPELSCHLEPPLIFTE
RODELLIFTE
TELLERLIFTE
Seilklemmen und Laufwerke für Zweiseilumlaufbahnen

Seilbahntechnische Anlagen GmbH
An der Bretonenbrücke 8
83661 Lenggries

Tel. 0049(0)8042-2627 Fax 0049(0)8042-4673
www.lst-seilbahn-technik.de
info@lst-loipolder.de

Zeller Bergbahnen schwören auf ihre einheitliche Produktlinie von **SUFAG**

Seit vergangener Saison umfasst die Beschneiungsanlage der Zeller Bergbahnen Zillertal GmbH & Co KG 34 Propellermaschinen. Konkret sind 32 SUFAG Schneeerzeuger, davon 20 Compact, 6 SuperSilent sowie neu 6 Compact Power neben 2 Altgeräten im Einsatz. Direktor Scheiber schwört auf die „grüne Linie" in seiner Schneiflotte.

Einer von 32 SUFAG-Schneeerzeugern im Einsatz bei den Zeller Bergbahnen im Tiroler Zillertal.

Fotos: SUFAG

Die Schneier der Zeller Bergbahnen kommen mit der SUFAG Compact bestens zurecht.

Die Anschaffung der 6 SUFAG Compact Power im Herbst 2005 wurde nicht zur Erhöhung der beschneibaren Fläche oder für einen weiteren Skiberg getätigt, sondern zur Abrundung der bestehenden Anlage. Bei dem vorhandenen Wasserangebot und der installierten Pumpleistung sind die Zeller Bergbahnen nun bei der optimalen Anzahl an Schneeerzeugern angelangt.

Derzeit wird eine Fläche von 34,2 ha, das entspricht 40 % des Pistenangebotes, technisch beschneit. Die Erweiterung 2005/06 ermöglichte eine Abwicklung der Grundbeschneiung in 100 Stunden.

Auf Grenztemperaturbereich ausgelegt

Mit den nun vorhandenen Schneeerzeugern können die Schneizeiten optimal ausgenützt werden. Speziell im ungemein wichtigen Grenztemperaturbereich kann die ganze Maschinenflotte eingesetzt werden. Bei guten Schneitemperaturen erlaubt die Pumpleistung sowie das vorhandene Wasser gar nicht eine Ausnützung aller Maschinen. Die Infrastruktur für diesen Maschinenpark besteht aus zwei Pumpstationen und einer Druckerhöhungsstation (Leistung 103 l/sec), 10 km Schneileitungen und 93 Zapfstellen. Die Anlage wird mit Wasser aus dem Beschneiungsteich mit einem Speichervolumen von 35 000 m^3 versorgt.

Pumpleistung soll schnellstens erhöht werden

Die Zeller Bergbahnen wollen die Wasser- und Pumpleistungen so rasch wie möglich deutlich erhöhen. Die Genehmigungsverfahren bezüglich der Wasserentnahme laufen bereits. Die Pumpleistung soll um ca. 150 l/sec erhöht, also mehr als verdoppelt werden. Der Bau eines weiteren Speicherteiches ist derzeit in Planung, ebenso ein kontinuierlicher Ausbau der Schneileitungen, um den Skigebietskern optimal beschneien zu können.

Zukunftspläne

Die Zeller Bergbahnen sind eifrig auf der Suche nach mehr Wasser. Man möchte vor allem die Gleichzeitigkeit bei der Schneeerzeugung erhöhen, um noch mehr Pistenanteile zu beschneien. Auch hier will man so schnell wie möglich auf 100 % beschneibare Fläche kommen.

Der Schritt im Winter 2005/06 war eine Komplettierung der bestehen-

Die Schneilanze SUPERSNOW S10-4 wurde von den Zeller Bergbahnen getestet und wird auf jeden Fall angekauft.

den Beschneiungsanlage. Als weitere Zwischenschritte zur Zielvorstellung der Zeller Bergbahnen wären der Teich, die Erhöhung des Wasserangebotes sowie die Erhöhung der Pumpleistung zu sehen. Eine Schlagkrafterhöhung ist in den nächsten 2 bis 3 Jahren geplant.

Sehr positive Erfahrungen mit der Probelanze von SUFAG

Im letzten Winter hatten die Zeller Bergbahnen außerdem die Schneilanze SUPERSNOW S10-4 von SUFAG mit Kompressor im Einsatz.

Die Verantwortlichen der Zeller Bergbahnen wollten in der Praxis sehen, wie leistungsstark die Lanze ist. Auch wollten sie das Handling kennen lernen.

Die Erfahrungen mit der SUFAG Schneilanze bezeichnet der technische Direktor der Zeller Bergbahnen, Herr Ing. Gerold Scheiber, als sehr positiv. Die SUPERSNOW Lanze S10-4 mit Kompressor hat die Schneimeister überzeugt, sie hat sehr gut gearbeitet und ist überall einsetzbar.

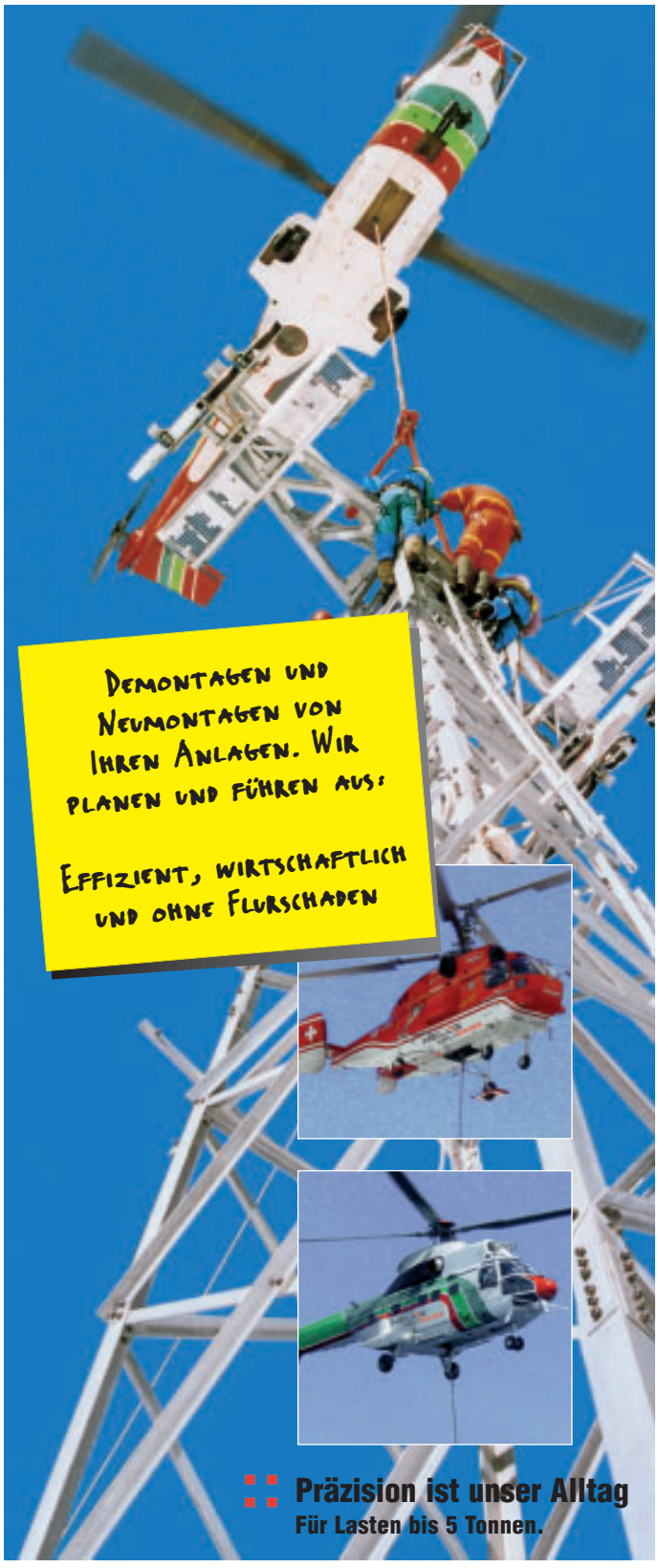
Daher wird die Schneilanze auch auf jeden Fall angekauft. Eine Hybridanlage ist in Zukunft durchaus denkbar. Was sich in weiterer Folge noch alles daraus ergeben wird, wird man sehen. Es wird z. B. daran gedacht, schmalere Pisten im Waldbereich mit Lanzen zu beschneien.

Bei dieser Zusammenarbeit passt einfach alles

Bei der Entscheidung für eine Zusammenarbeit mit einem Schneemaschinenhersteller ist den Verantwortlichen der Zeller Bergbahnen eine einheitliche Produktlinie, mit der die Schneimeister sehr gut zurechtkommen, vorrangig wichtig.

Dazu sagte Ing. Gerold Scheiber konkret: „Wir sind mit dem Produkt, mit der Wartung, dem Service und dem After Sales Service der SUFAG sehr zufrieden. Es funktioniert einfach alles. Unsere Leute kommen mit dem Produkt bestens zurecht, es ist einfach zu bedienen. Es gibt keinen Grund, das zu ändern, was nicht heißt, dass nicht auch andere Produkte probiert werden. Die neuen SUFAG Compact Power sind wirklich gut und halten, was versprochen wird."

mak



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

IDE ermöglicht große Schneemengen bis 30° C

Neu auf dem Beschneiungsmarkt – wenn auch nur für ganz spezielle Einsatzbereiche wie Events oder Wintersport-Konkurrenzen in Städten etc. – präsentiert sich seit einigen Monaten die israelische Firma IDE technologies Ltd. Sie ist Weltmarktführer im Bereich Wasserdestillation bzw. Abwasserreinigung und die dort eingesetzte „Vacuum Ice Technology" bildet auch die Grundlage für den neuen, vom Klima unabhängigen „All Weather Snowmaker", der bis + 30° C Schnee erzeugt.

Die Vacuum Ice Maschine von IDE technologies produziert „Firnschnee" bei jeder Temperatur. Im Bild die Demonstration vor einer Goldmine in Südafrika, die auf großes Interesse von Gletscherskigebieten stieß. ***Fotos: IDE***

Der große Vorteil des „All Weather Snowmaker" ist eine verlässliche Schneeproduktion während der gesamten Wintersaison. Die Umgebungstemperatur spielt nämlich keine Rolle bei dieser Technologie: In der „Vacuum Ice Machine" (VIM) wird Wasser einem hohen Vakuum ausgesetzt. Dieses zwingt einen kleinen Teil zur Verdampfung, während das restliche Wasser zu gefrieren beginnt und ein Wasser-Eis-Gemisch bildet. Dieses Gemisch wird aus dem sogenannten „Freezer" in den Schnee-Separator gepumpt. Um das hohe Vakuum im Freezer aufrecht zu erhalten, wird der Wasserdampf komprimiert und in einen Kondensator injiziert. Um den Wasserdampf zu kondensieren, wird Kühlwasser mit ca. 6° C benötigt.

Hauptmerkmale des IDE-Snowmakers

- Schneeproduktion bei jeder Umgebungstemperatur,
- 200 bis 2 000 m^3 pro Tag und Maschine,
- hochqualitativer Schnee, umweltfreundlich und ohne chemische Zusatzstoffe,
- niedrige Energiekosten und Arbeitsaufwand,
- vollautomatisches Steuerungssystem.

So sieht der Schnee vom IDE-Snowmaker aus, ähnlich dem Frühjahrsschnee in den Alpen.

Schnee-Eigenschaften

Der Schnee aus der VIM ist absolut umweltfreundlich und ähnelt dem sulzigen Frühlingsschnee bei Plusgraden. Die Kristallgröße variiert zwischen 0,5 und 1,0 mm, das spezifische Schneegewicht beträgt 500–600 kg/m^3 und eignet sich laut Expertenmeinung bestens für alle Arten von Wintersport. Die Schneeausbeute der Maschine ist relativ hoch: Je nach Maschinengröße variiert sie von 100 bis 1 000 Tonnen bzw. 200 bis 2 000 m^3 pro Tag. Der Energieverbrauch pro m^3 Schnee beläuft sich auf 6,7 kWh, der Wasserbedarf auf maximal 11,6 l/s. Das Steuerungssystem läuft vollautomatisch. Auf Wunsch liefert IDE zur Schneeverteilung ein automatisches pneumatisches System.

Demonstration in Südafrika

Ende Mai demonstrierte IDE einer Delegation von Skigebietsbetreibern, Schnee-Experten, Eventveranstaltern und Skihallenbetreibern in Südafrika bei der tiefsten Goldmine der Welt in der Nähe von Johannesburg die temperaturunabhängige Schneeproduktion bzw. deren Schneequalität. IDE zeigte, dass Schneeproduktion bis 30° C erstmals auch in großen Mengen und niedrigem Energieverbrauch möglich und daher auch für Skigebiete interessant ist.
In der 4 km tiefen Goldmine in Südafrika von Anglo Gold Ashanti wird die Temperatur von +60° Celsius mit dem Schnee auf ein erträgliches Niveau heruntergekühlt. Dass sich dieser Schnee auch ausgezeichnet für alle Wintersportaktivitäten eignet, zeigte sich bei der Schneedemonstration in Südafrika.
Der IDE-Snowmaker kann vor allem zur Beschneiung von Gletscherrandbereichen und zur Schaffung von Zufahrtsmöglichkeiten zu Stationen bzw. als Infrastruktureinrichtung während des Sommers und Herbstes eingesetzt werden. Dies ermöglicht den Gletscherskigebieten einen echten Qualitätssprung und das Anbieten von größeren Pistenflächen in dieser Zeitperiode, die auch von erheblicher wirtschaftlicher Bedeutung ist, da alle anderen Skigebiete noch geschlossen sind.

Anwendungen in klassischen Skigebieten und Skihallen

Die Ideen der Skigebiete reichen von der Absicherung neuralgischer Punkte im Skigebiet bis zu Attraktionen wie den Betrieb eines Funparks während des ganzen Jahres, Schneepartys im Sommer und der Vorsaison oder auch den Ganzjahresbetrieb eines Schleppliftes sowie die Schneeversorgung von tiefer gelegenen Einrichtungen wie Anfängerhänge oder Langlaufloipen. Auch für Skihallen scheint dies die ideale Technologie zu sein.
Durch die Form der Schneeproduktion müssen die Hallen nicht auf tiefe Temperaturen gekühlt werden, was eine große Ersparnis beim Energieverbrauch bedeutet. Weiters können durch die große Kapazität auch Outdoorbereiche angelegt werden, sowie Schnee für Events in Großstädten produziert werden.
Nicht zu unterschätzen sind allerdings die Ausmaße der Maschine, die bei 2,7 m ø und 8 m Höhe beginnen und bei 5 m ø und 10 m Höhe enden, falls man die größte VIM 1 200 für 2 000 m^3/Tag haben will.

Infos:
Moshe Tessel
Tel: +9 72/98 92-98 30, moshet@die.co.il

Vertretung im deutschspr. Raum
Wanker & Viehauser OEG
Tel.: +43/(0)64 32/38 49
office@seilbahn.net

Praxistest: Skifahren auf Firnschnee in Afrika.

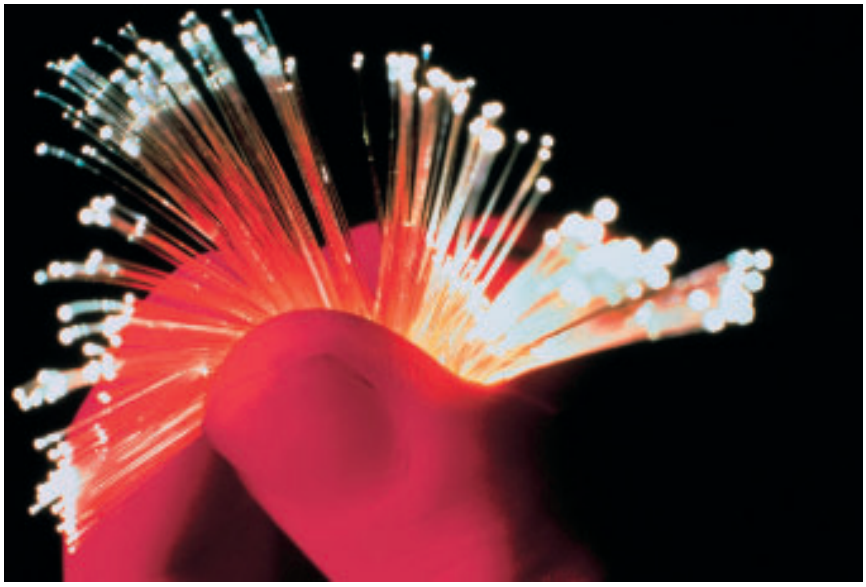
Vertrauen ist der Grundstein, auf dem Sicherheit wachsen kann. Auf welche Werte vertrauen Sie? Wir tragen jedes Jahr unzählige Menschen sicher ans Ziel und geben dort Halt, wo keiner ist. Aus diesem Vertrauen haben sich weltweite Partnerschaften entwickelt, die uns mit Herausforderungen wachsen lassen. Unsere Seile schaffen die Verbindung zwischen Ihrer Sicherheit und unserer Verantwortung. Damit Ihr Tun von Stärke und Beständigkeit umgeben ist. Jederzeit. Auch im entscheidenden Moment.

Teufelberger®

TEUFELBERGER SEIL GmbH
Böhmerwaldstraße 20, A-4600 Wels/Austria
Tel: +43-7242-615-0, Fax: +43-7242-60501
wirerope@teufelberger.com, www.teufelberger.com

Freimoser – eine gute Adresse auch für Glasfasertechnik

Die Firma Wolfgang Freimoser Beschneiungs- und Beleuchtungstechnik aus Ruhpolding (D) bietet seit einiger Zeit auch Glasfaserarbeiten an. Der Markt ist in diesem Bereich stark wachsend, denn die LWL-Technik (Lichtwellenleiter) entwickelt sich in Richtung Standardausrüstung bei der Kommunikation in Pumpenhäusern sowie für die Datenübertragung der Bergbahnen. Es gibt jedoch nicht viele Unternehmen, die hier als Komplettanbieter auftreten, also das Verlegen, Einblasen und Spleißen komplett bis zum Anschluss an den Rechner abwickeln.



Die Firma Wolfgang Freimoser Beschneiungs- und Beleuchtungstechnik aus Ruhpolding bietet seit einiger Zeit auch Glasfaserarbeiten an. ***Foto: Freimoser***

Wolfgang Freimoser war im Zuge seiner Arbeiten für Beschneiungsanlagen und Pistenbeleuchtung immer wieder von seiten der Bergbahnen konfrontiert, auch Glasfaserverlegungen mit anzubieten. Zunächst hat Freimoser diese Aufträge über Subunternehmer abgewickelt, aufgrund stetig steigender Nachfrage jedoch die Entscheidung getroffen, die komplette Verlegung der Glasfasertechnik als Leistung in seinen Betrieb aufzunehmen. Komplett heißt in diesem Fall das Einblasen und Einbringen der Glasfaserleitungen sowie die Spleißarbeiten, um den Übergang vom Kabelende bis zum Rechner herzustellen. Dafür hat sich Freimoser das entsprechende Equipment wie ein Spleißgerät und ein OTDR- Messgerät angeschafft, mit dem sich alle handelsüblichen Fasern spleißen und einmessen lassen.

Auf die MM-Frage, warum die Bergbahnbranche zunehmend zur Glasfasertechnik tendiere, antwortete Freimoser:

„Sowohl die Kommunkationstechnik als auch die Beleuchtungstechnik wird verstärkt über Glasfaser realisiert, aus diesem Grund haben wir Schaltaktoren mit LWL-Ankoppelung im Einsatz für die Einschaltung der Flutlichtanlagen. Weiters wird bei Schneeanlagen vorrangig eine Kommunikation mehrerer Pumpenhäuser untereinander realisiert und in der Bergbahntechnik selbst ist heute die Kommunikation zwischen Berg-, Mittel- und Talstation über LWL gewährleistet. Auch im Bereich der Webcams und Panoramakameras wird die Lichtwellenleiter-Technik benötigt."

Fehler beim Leerrohr-Verlegen vermeiden

Üblicherweise wird schon bei der Baumaßnahme ein LWL-Leerrohr mitverlegt. „Es ist darauf zu achten, dass tatsächlich ein LWL-Rohr mit Längsriffelung verwendet wird", so Freimoser. Solche Leerrohre gibt es in verschiedenen Durchmessern. Außerdem sollte der Bauherr beim Verlegen eines LWL-Leerrohres unbedingt eine Fachfirma beiziehen, damit nicht schon in diesem Stadium die größten Fehler

verursacht werden. Das bedingt sonst später unnötig hohe Kosten beim Einblasen. „Oft kommt man an Baustellen, wo man das Leerrohr vor vielen Jahren verlegt hat und nicht gewährleistet ist, ob es durchgängig ist. Wenn es nämlich bei der Baumaßnahme nicht einwandfrei verlegt wurde, die Enden offen sind und somit kein Schutz vor Fremdkörpern im Rohr gegeben ist, dann ist es nicht möglich, die Glasfasern durchzublasen. Dadurch ergibt sich ein erheblicher Mehraufwand, um die Anlage wieder in einen einblasfähigen Zustand zu versetzen."

Singlemode oder Multimode-Fasern

Um eine längere Strecke zu überwinden, wird eine Singlemode-Faser eingesetzt, in Bereichen bis zu 2 km Länge hingegen eine Multimode-Faser. Dadurch sind hohe Übertragungsraten von bis zu 100 Megabit/s möglich. Manche Strecken werden auch in Mischfaserbelegung (hybrid) ausgeführt.

Bei der Wahl der Faser richtet sich Freimoser nach der jeweiligen Strecke, die überwunden werden muss. Faustregel ist: je weiter die Strecke, desto eher sollte zu einer Singlemode-Faser tendiert werden.

„Auf dem Markt befinden sich etliche Anbieter von Glasfaserkabeln, wobei man bei der Auswahl immer die Übertragungsstrecke im Hinterkopf haben soll. Wenn ein Betreiber selber einkauft, vergisst er oft, sich darüber zu informieren. Das bedeutet: Glasfaser ist nicht gleich Glasfaser. Und daher möchte ich den Betreibern raten, dass sie die tatsächlich zu übertragenden Raten abfragen sollen," erklärt Freimoser weiter.

„Am meisten Daten fallen z. B. bei einer Wettkampfabwicklung bei der laufenden Kommunikation an. Wir haben z. B. im Biathlon-Stadion in Ruhpolding 2003 die komplette Netzwerktechnik mit LWL aufgebaut, dort wird der komplette Datenaustausch von vier Gebäuden untereinander zeitgleich realisiert. Wobei man hier schon vom System her sehr geringe Folgezeiten zu bewältigen hat, denn die Athleten laufen teilweise im Hundertstelsekunden-Bereich ein. Zugleich stehen bis zu 30 Nationen am Schießstand, nebenbei spielt sich ein Zieleinlauf ab und obendrein läuft ein Athlet eine Strafrunde. Diese Daten müssen alle fehlerfrei zusammengeführt werden."

Anwendungsbeispiele und Referenzen

Außer der namhaften Referenz „Biathlonanlage Ruhpolding" kann Freimoser eine Reihe weiterer interessanter Projekte vorweisen:

- Für die Adelholzener Alpenquellen wurden die Tiefbrunnen untereinander verbunden, um ein zeitgleiches und leistungsabhängiges Einschalten der Förderpumpen zu gewährleisten. Die Überwachbarkeit der Anlage wurde somit ebenfalls realisiert.
- In Seebruck am Chiemsee wurden alle Kommunaleinrichtungen untereinander vernetzt.
- Für die Stadtwerke Trostberg werden kommunale Fernsehnetze aufgebaut.
- Für eine Firma, die Spanndächer herstellt wie z. B. für die Badeanstalt Primavera, wurde das Firmengebäude von der Fertigung bis zum Büro mit LWL verbunden.
- Nebelhornbahnen in Oberstdorf: Kommunikation der Pumpstationen.
- BB Oberaudorf: Panoramakamera und Bahntechnik.
- BB Tegelberg in Schwangau: Einblasarbeiten.
- Ansteuerung der Beleuchtung im Biathlon-Stadion Ruhpolding.

Übrigens ist auch in diesem Bereich schon der Einsatz mittels Hubschrauber abgewickelt worden. Denn die Einblaseinrichtung vom Kompressor bis zum Einblasgerät wird auf diese Weise am schnellsten auf den Berg transportiert. **mak**

feratel: Großprojekt im Tiroler Paznaun

„Für das Tiroler Paznaun (Ischgl, Galtür, Kappl, See-Pians) realisieren wir derzeit das umfassendste Projekt, mit dem wir jemals von einer einzelnen Destination beauftragt wurden", freut sich feratel-Vorstand Dr. Markus Schröcksnadel.

„Gearbeitet wird am Aufbau einer zentralen Datenbank für das gesamte Tal und der Vernetzung der einzelnen Tourismusorte. Das Regionsportal sowie die 3 Destinationsportale werden neu gestaltet, zudem wird ein mobiles Destinationsportal aufgebaut. Insgesamt 8 Außeninformationssysteme sollen ankommende Gäste rund um die Uhr umfassend informieren. Schließlich liefern wir mit unserem InfoChannel alles, was zum Betrieb eines lokalen Fernsehstudios notwendig ist", erklärt Schröcksnadel weiter.

„Mit 2,3 Mio. Nächtigungen ist das Tiroler Paznaun eines der tourismusintensivsten Täler Österreichs. Rechtzeitig zur Wintersaison wollen wir unseren Gästen einen noch umfassenderen Service bei Information und Buchung liefern. Die Vorarbeiten dafür laufen derzeit auf Hochtouren. Dass feratel in der Lage ist, eine Gesamtlösung für Internet, Handy, Tourismusbüro, Information vor Ort und Fernsehen zu bieten, stellt für uns einen entscheidenden Vorteil dar und war letztlich auch für die Auftragsvergabe ausschlaggebend", meint Alfons Parth, Obmann des Tourismusverbandes Paznaun.

SEIK: Weltneuheit Sky Truck für indische Brücke

Der Südtiroler Spezialist für Seilkräne und Materialseilbahnen SEIK präsentierte am 1. Juli eine Weltneuheit: eine Traversenbahn namens „Sky Truck" für 40 t Last, die beim Bau der weltgrößten Eisenbahnbrücke über den Chenab River in Indien zum Einsatz kommt. Die Firma SEIK konnte sich mit ihrem maßgeschneiderten Angebot gegen vier namhafte Mitbewerber durchsetzen und bekommt eine international viel beachtete Referenz dazu.

Schematische Darstellung der Traversenbahn SKY TRUCK von SEIK für den Bau der Eisenbahnbrücke über den Chenab River in Indien. **Fotos: mak**

Einer der beiden Traversenarme wurde der Öffentlichkeit in einer Lagerhalle präsentiert. Im Bild (v. l. n. r.): SEIK-GF Michael Lantschner, Chenab-Bridge Projektleiter Ing Reinhard Böhm, Herr Rana aus Indien und Andreas Jochum (Montage).

Die Firma SEIK GmbH. aus Truden wurde vom Projektmanager der „Chenab Bridge Project Undertaking" Ing. Reinhard Böhm aufgrund des besten Preis-Leistungsverhältnisses ausgewählt. „Die Südtiroler haben eine einzigartige Materialseilbahn für die neue Eisenbahnbrücke über den Chenab River in der Provinz Kaschmir konzipiert – die mit 900 m Länge und einer Höhe von 450 m sowie Spannweite von 550 m die höchste der Welt sein wird – und sind dabei optimal auf die Kundenbedürfnisse eingegangen", verriet Böhm. Diese sogenannte Traversenbahn verfügt über zwei Traversenarme mit je 20 t Hubkraft, die im Einzelbetrieb 80 m Verfahren auf ganzer Trassenbreite ermöglichen. Die beiden Arme können aber auch zu einem Tandem zusammengespannt werden. Dann können Lasten bis zu 40 t gehoben werden mit 36 m Verfahren auf der ganzen Trasse.

Die Anlage ist ein elektrischer Selbstversorger, da sie mit einem Diesel-Aggregat von Mercedes (600 PS) betrieben wird – ein sehr wichtiger Punkt für Baustellen in dieser Gegend, die auf so gut wie keine Infrastruktur zurückgreifen können.

Windproblem bewältigt

Ein anderer wesentlicher Punkt für den Zuschlag war die Bewältigung des Windproblems. Die Anlage arbeitet 456 m über Grund, also nochmals 100 m über der Brücke mitsamt dem Brückenbogen, und ist dem hier üblichen Wind stark ausgesetzt. „Die 100 m über der

Blick in die Kabine und Präsentation der Fernbedienung.

Brücke braucht man, weil ein ziemlicher Durchhänger über dem Seil gegeben ist, der bei Volllast bis 52 m beträgt", erklärte SEIK-Geschäftsführer Michael Lantschner. „Der Vorteil unseres Angebotes war das ruhende Zugseil (ø 30 mm) im Konzept. Dieses liegt ja nur zwischen den Tragseilen (4Stk. vollverschlossen je 54 mm ø), welche bei den Pylonen verankert sind, und wird vom Umlauf aufgenommen und wieder abgelegt. Auf der Trasse selbst gibt es aber kein Seil in Bewegung. Wir haben nur das Hubseil (ø 22 mm) und das Verfahrseil (ø 22 mm) vom Haken in Bewegung und diese beiden Seile sind geführt."

Kabinensteuerung und Fernbedienung

Jeder Traversenarm ist mit einer Kabine ausgestattet, die immer von einem Maschinisten besetzt sein muss – auch bei Fernbedienung. Die Steuerelemente sind auf das Wesentliche reduziert worden, damit die Bedienung einfach erlernbar ist. Schließlich wird die Anlage ja dem Kunden überlassen, damit auch nach Baufertigstellung jederzeit Wartungsarbeiten ausgeführt werden können. Heizung, Scheibenwischer, Klimaanlage sowie ein Abseilgerät gehören ebenfalls zur Kabinenausrüstung. Die Kabine muss im Vierfachzug mindestens 250 m absenken können. Dafür verfügt der Maschinist über eine Meteranzeige. Etwas über dem Punkt lässt er dann einen gewissen Sicherheitsabstand und übergibt die Feinjustierung der Last dem Bodenpersonal mit der Funk-Fernbedienung.

Ansicht unteres Ende der Traverse mit Kabine.

Bei Tandembetrieb liegen sich die beiden Kabinen spiegelverkehrt gegenüber, wobei nur von einer aus gesteuert wird. Ob Einzel- oder Tandembetrieb gefahren wird, entscheidet sich aus den jeweiligen Anforderungen heraus wie z. B. zu transportierende Gewichte. Im Regelfalls arbeiten die beiden Traversenbahnen jedoch unabhängig voneinander.

Zerlegt in 25 Containern

Für die Verschiffung der Traversenbahnen vom Hafen Genua aus muss die Anlage in 25 Containern zerlegt untergebracht werden. Diesen Part sowie die 6-monatige Montage vor Ort in Indien übernimmt die Vorarlberger Firma Andreas Jochum Materialseilbahnen aus Schröcken mit fünf Mann. Auf der Baustelle werden sich übrigens samt dem Stahlbau etwa 1 500 Leute befinden. Das ganze Projekt wird sich 30 Monate bis zum Jänner 2009 hinziehen.

Die Kosten für die SEIK-Anlage betragen 2,8 Mio. Euro inkl. aller Nebenleistungen. Solche Anlagen werden übrigens auch für den Bau von Sprungschanzen und Hangverbauungen verwendet. Als Tandem ist es das bisher größte SEIK-Projekt mit einem Traversen-Eigengewicht über 40 t.

Zusammenfassend kann man sagen, dass bei diesem Projekt das perfekte Zusammenspiel von Mechanik, Hydraulik und Elektrik überaus wichtig war. Das können nur absolute Profis zur vollsten Zufriedenheit des Auftraggebers realiseren. **mak**

ANDREAS JOCHUM
SEILBAHNTRANSPORTE SEILZÜGE & MONTAGEN

A-6888 Schröcken
Oberboden 13

Tel. +43/(0)5519/374
Fax +43/(0)5519/328
Handy +43/(0)664/3076278

CWA: 29 Mal um die Welt

In den letzten 31 Jahren beförderten 2 Pendelbahnkabinen von CWA 11 326 662 Personen und 343 283 t Material von Mörel auf die autofreie Riederalp. Vor kurzem wurden sie nun im Auftrag der Aletsch Riederalp Bahnen AG durch Replica ersetzt, die wieder von der CWA gebaut wurden.

Der autofreie Kurort Riederalp befindet sich im Oberwallis und liegt auf einer offenen, nach Süden gerichteten Sonnenterrasse auf 1 950 m Seehöhe über der jungen Rhone. In unmittelbarer Nähe befinden sich zwei bekannte Sommerziele: der Aletschgletscher und der geschützte Aletschwald. Einheimische, Touristen und das gesamte benötigte Material werden ausschließlich von Seilbahnen auf die Riederalp befördert.

In den letzten 31 Jahren waren auf der Strecke Mörel-Greich-Riederalp 2 Pendelbahnkabinen von CWA im Einsatz, die jeweils 80 + 1 Personen Platz geboten haben. Um den Fahrgästen auch in Zukunft Komfort zur Verfügung stellen zu können und dabei nicht auf die Möglichkeit eines Lastentransports verzichten zu müssen, wurden die Kabinen vor wenigen Wochen durch Replica ersetzt, die beiden Aufgaben gleichermaßen gerecht werden. Zum Einsatz kam neuerlich das bewährte Know-how der CWA. Dazu Max Müller, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Aletsch Riederalp Bahnen AG: „Die einzige Variante, wo mit keiner Einbuße der vorhandenen Transport-Kapazität zu rechnen war, bestand im Nachbau des bestehenden Kabinentyps „TOURIST“. Damit stand die CWA Constructions SA/Corp. als Hersteller der Replica fest. Durch den Neubau blieb die maßgebende Stillstandszeit der Pendelbahn Mörel-Greich-Riederalp durch Instandhaltungsarbeiten auf eine halbe Woche beschränkt, was uns sehr wichtig war. Außerdem haben uns die beiden Vorgängermodelle in den vergangenen 31 Jahren sehr gute Dienste geleistet. So wurden von ihnen 1 130 517 km zurückgelegt oder 29 Mal die Welt umrundet. Dazu wurden 429 596 460 Höhenmeter bewältigt, was einer 48 575 maligen Besteigung des Mt. Everest entspricht. Hinzu kommt die sehr angenehme und kompetente Kooperation mit der CWA Constructions SA/Corp. Nicht nur die Qualität stimmt, sondern wir konnten bis heute auf einen stets ausgezeichneten Kundenservice zurückgreifen.“

Eine der beiden neuen Pendelbahnkabinen, die durch ihre Leistungsfähigkeit und das moderne Design punkten. **Fotos: CWA**

Die CWA-Kabine wird aufs Seil gehoben.

Die Details

Der Innenraum der Kabinen ist in Silbergrau und Rot gehalten. Sitzbänke, Anlehnflächen, Haltestan-

gen, Deckenverkleidung etc. wurden nach dem neuesten Design ausgelegt. Modern und dennoch ausgesprochen robust sind auch die Materialien, die verwendet wurden. Sie entsprechen den höchsten Sicherheitsanforderungen und sind rutschfest und schwer brennbar. Boden und Seitenschutz sind ausgesprochen stabil ausgeführt. Die Außenhaut der Fahrbetriebsmittel ist grau, wurde aber mit Folie beklebt. Auf ihr wurde Werbung des Schweizer Taschenmesser-Produzenten VICTORINOX platziert, einem wichtigen Kooperationspartner der Aletsch Riederalp Bahnen AG.

Um die Kabinen nicht nur zum Personen-, sondern auch zum Materialtransport nutzen zu können, wurde an ihren Böden eine spezielle Einrichtung angebracht. Mit ihrer Hilfe können Tankeranlagen, Kiescontainer etc. schnell und problemlos befestigt werden. Dazu Rémy Supersaxo, Projektleiter CWA Constructions SA/Corp.: „Jede der beiden Kabinen kann 6 t transportieren. Der Führerstand ist in Form einer modernen Bedienungskonsole mit Touchscreen von der Firma Frey Stans AG in die Kabine integriert. Dort ist auch eine Lastenmessung eingebaut, die bei einer Materialbeförderung anzeigt, wie viele Passagiere noch mitgenommen werden können."

Da die beiden Fahrbetriebsmittel durch ihre Aufgabenstellung extrem beansprucht werden, war der Riederalp Bahnen AG auch die Robustheit außerordentlich wichtig. Supersaxo: „Die neuen Kabinen sollen mindestens genau so viele Jahre wie ihre beiden Vorgänger in Amt und Würden bleiben, wenn nicht sogar mehr. Für uns ist das selbstverständlich, aber wenn man das mit dem Auto von heute vergleicht, wird erst die Langlebigkeit unserer Produkte deutlich. In der Seilbahnbranche steht bei der Herstellung u. a. auch die lange Lebensdauer im Vordergrund."

Replica anstelle eines Faceliftings

Replica sieht der Schweizer Kabinenhersteller CWA als kluge Alternative für ein Facelift einer Anlage. Im Fall Riederalp wurde das am Kabinentyp „TOURIST" praktiziert, dessen Stärken in der hohen Windstabilität und einem attraktiven, zeitlosen Design liegen. „Die Herausforderung für uns war", so Rémy Supersaxo, „die beiden Vorgängermodelle der Riederalp 1:1 nachzubauen, sie gleichzeitig auf den neuesten Stand der Technik und des Komforts zu bringen und sie trotzdem gewichtsmäßig nahezu unverändert zu lassen."

Durch die Entscheidung für Replica ersparten sich die Aletsch Riederalp Bahnen AG u. a. eine Neu-Dimensionierung der Anlage, der Stationen und des Ein- und Ausstiegsbereichs. Dazu wurde das Design der beiden Replica noch attraktiver gemacht. Durch eine tiefer liegende Gürtellinie wurde eine Vergrößerung der Fenster erreicht, sodass auch die kleinsten Fahrgäste einen Ausblick auf die Bergwelt erhalten. Außerdem wurde das blaue Plexiglas, das in Gummiprofile eingelegt war, durch ein durchgehendes Verbundsicherheitsglas ersetzt, das nun einen ungestörten Panorama-Blick ermöglicht.

Die beiden CWA-Kabinen für die Pendelbahn Mörel-Greich- Riederalp wurden am 3. Juni offiziell in Betrieb gestellt. Das Feedback von Seilbahnbetreiber und Passagieren ist gleichermaßen positiv.

ℹ Infos: www.cwa.ch

Neben dem Personentransport gehört auch der Transport von Lasten zu den Aufgaben des Kabinentyps „TOURIST", auf den die Aletsch Riederalp Bahnen AG schon seit Jahren schwört.

J. Werlberger Seilmontagen

Verkauf von Förderseilen nach Ö-NORM 9500 bzw. BO-Seil und BO-Schlepp, Seilzüge, Tragseilverzug, Spleiß und Vergußarbeiten, Spezialarbeiten.

Österreich:
J. Werlberger
Moos 5
A-6342 Niederndorf/Rettenschöß
Tel. 0043/(0)5373/ 62 1 60
Fax 0043/(0)5373/ 61 8 38
Mobil 0043/(0)664/200 62 25
E-mail: j.werlberger@tirol.com

Deutschland:
J. Werlberger GmbH
Am Hierlbach 1e
D-81929 München
Tel. 0049/(0)89/95 62 28
Fax 0043/(0)5373/ 61 8 38
Mobil 0043/(0)664/200 62 25

SKIDATA: Access for the Future – Bilanz der neuen Ausrichtung

Der SKIDATA-Eigentümer Kudelski-Konzern informierte die Presse über ein sehr gutes Geschäftsergebnis 2005. Durch die neue Organisationsstruktur wurde noch mehr Kundennähe geschaffen und auch die neue Produktlinie Freemotion“ hat sich am Markt etabliert. Man rechnet für heuer noch mit 500 Installationen.

Sie konnten vor der Presse eine erfreuliche Bilanz ziehen (v. l. n. r.): Robert Weiskopf (Vorstandsmitglied, Bereichsleiter Fahrzeug-Zugangskontrolle), Charles Egli, CEO Kudelski-Gruppe und Urs Grimm (Vorstandsmitglied, Bereichsleiter Personen-Zugangskontrolle). ***Fotos: mak***

„Der Schweizer Kudelski-Konzern kann mit 15 % Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr auf über US $ 500 Mio. das beste Geschäftsergebnis seiner Geschichte präsentieren“, sagte CEO Charles Egli auf einer Pressekonferenz am 21. Juni in Gartenau. Das EBIT erreichte EUR 78,1 Mio., was einem Wachstum von 31,4 % entspricht. Zurückzuführen ist diese Entwicklung auf eine kräftige Ausweitung der Marktpräsenz in neuen Gechäftsbereichen, insbesondere Digital TV, aber auch durch ein sehr positives Ergebnis der SKIDATA AG bei der Personen- sowie der Fahrzeug-Zugangskontrolle. SKIDATA ist der Umsatzmotor der Nagra Public Access, dem Bereich für physischen Zugang bei Kudelski, in welchem insgesamt 8 % mehr Umsatz erzielt wurde.

Marktorganisation statt Produktorganisation

Wesentlich für das Jahr 2005 war bei SKIDATA die neue Ausrichtung auf klar fokussierte Geschäftssegmente, um dadurch Kundenbedürfnisse noch besser befriedigen bzw. auf Marktanforderungen flexibel reagieren zu können. So werden Herausforderungen wie etwa die steigende Nachfrage nach 100 % Berührungslos-Systemen oder wachsende Anforderungen an Systemzentralisierung und „intelligente“ Fernwartung der Systeme schneller erkannt und effizient umgesetzt. Dank dieser Entwicklung zählen zu den Key Accounts bereits 120 Flughäfen weltweit, vier der FIFA WM-Stadien in

Deutschland oder die exklusiven französischen Skigebiete Trois Vallées (1 200 km) und Tignes/Val d' Isère sowie das Ritz Carlton am Roten Platz in Moskau.

Fokus auf Forschung und Entwicklung

Um seine Innovationskraft weiter auszubauen und den Erwartungen an einen Technologieführer zu entsprechen, setzt SKIDATA verstärkt auf Mitarbeiter-Entwicklung und stockt die Forschungs- und Entwicklungs-Mannschaft deutlich auf – bei gleichzeitiger Erhöhung der Entwicklungsprojekte. So ist SKIDATA u. a. Mitglied in fast allen Gremien des sogenannten NFC-Forums (Near-Field Communication), das 2004 von Nokia, Sony und Philips ins Leben gerufen wurde, um Standards für die neue berührungslose NFC-Technologie für Mobiltelefone festzulegen bzw. zu verbreiten. Das heißt, das Handy soll immer mehr als Ticket genutzt werden.

Neues Produktdesign fördert Wiedererkennung

2005 brachte auch ein vollkommen überarbeitetes, vereinheitlichtes Produktdesign bei SKIDATA. Damit wurde man laut Urs Grimm, Vorstandsmitglied und Bereichsleiter Personen-Zugangskontrolle, dem Ruf des Marktes nach vernetzten Lösungen gerecht, die möglichst mit einem einzigen Datenträger Zugriff auf eine Vielzahl verschiedener Leistungen und Berechtigungen ermöglichen. Diese Neuerungen gründen in der Produktphilosophie einer einfachen, intuitiven Bedienbarkeit beim Endnutzer.

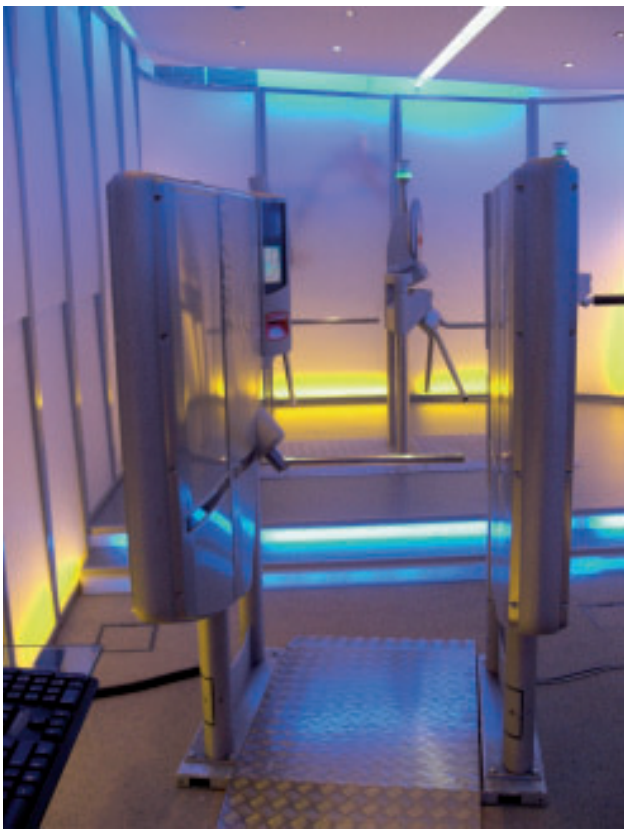
Philosophie steckte auch hinter der Einführung der neuen Zutrittslösung „Freemotion", die durch ihre grundsätzlich geöffneten Gates einem Paradigmenwechsel gleichkommt: Nur unberechtigte Benützer haben keine freie Fahrt. Für den heurigen Sommer rechnet SKIDATA mit 500 Leser-Installationen des Systems „Freemotion" in Österreich (Obertauern), Frankreich und der Schweiz (Sörenberg). Somit wäre die erste Serie ausverkauft.

Geschäftsfeld „Business Services"

Wie Urs Grimm weiter ausführte, hat SKIDATA 2005 auch das neue Geschäftssegment „Business Services" gegründet. Damit wolle man auch neue Dienste z. B. im Bereich Destination Management anbieten und nicht nur Geräte hinstellen. Die Schweizer Firma Access Arena war hier der Think Tank, den SKIDATA inzwischen übernommen hat.

Ein Trend gehe auch dahin, dass die Kreditkarten kombiniert mit Zutrittsberechtigungen für Bergbahnen, Depots und öffentlichem Verkehr ausgerüstet werden, ergänzte Grimm. In der Schweiz existiere hier bereits die sogenannte AAC (All Access Card), die 35 Skigebiete akzeptieren. Dieses Netz werde künftig massiv ausgebaut.

Insgesamt kann SKIDATA bisher 1 200 Installationen im People-Bereich vorweisen, die Zahl aller Marktanwendungen beläuft sich auf 4 500 in 30 Ländern. **mak**



Der Star im SKIDATA-Demo-Raum ist derzeit zweifellos das Freemotion-Gate.

Alpine Technologies – das Beste von Siemens und Elin

Seit 1. April 2006 ist die Elin Seilbahntechnik Ges.mbH. in den Geschäftsbereich Industrial Solutions and Services (I&S) der Siemens AG Österreich integriert. Gemeinsam mit dem dort bereits beheimateten Geschäftsfeld für Seilbahntechnik tritt man nun gestärkt mit einem gemeinsamen Portfolio („Siemens Alpine Technologies") am Markt auf. Für die Seilbahnkunden ergeben sich daraus nur Vorteile, zumal man nun auf die Erfahrung beider Elektrotechnikfirmen, gepaart mit globalen Kompetenzen im industriellen Anlagenbau zurückgreifen kann.

Ing. Karl Prammer, Mitglied und Sprecher der regionalen Leitung der Siemens Industrial Solutions and Services (I&S) Tirol. Siemens Alpine Technologies beinhaltet die gebündelte, technische Kompetenz einer breiten Angebotspalette. **Foto:mak**

„Das neue vereinte Portfolio Siemens Alpine Technologies, das im Siemens-Konzern als weltweites Kompetenzzentrum im Bereich alpine Ausrüstungstechnologien geführt wird, ist nun der letzte autarke Elektrotechnikanbieter am österreichischen Seilbahnmarkt zum Vorteil der Kunden", sagt Ing. Karl Prammer im Gespräch mit MM-Chefredakteur Dr. Kalchgruber. Herr Prammer ist von der Elin zu Siemens I&S gekommen, wo er als Mitglied und Sprecher der regionalen Leitung der Industrial Solutions and Services (I&S) Tirol den Vertrieb verantwortet. Seine beiden Kollegen sind Herr Dipl. Ing. Walter Mayr, zuständig für den Bereich Technik, sowie Herr Gunnar Karrer für sämtliche kaufmännischen Belange.

Prammer war zuvor 12 Jahre bei der VA-Tech Elin EBG tätig, wo er zum Einen den österreichweiten Vertrieb für Motoren und Frequenzumrichter zu einem eigenen Profit-Center erfolgreich aufgebaut hat, bzw. zum Anderen den Anlagenbauvertrieb in Westösterreich geleitet hat.

Ab 1. Jänner 2005 bekleidete er die Position als zweiter GF der Elin Seilbahntechnik neben Ing. Ernst Rahnefeld.

Strategische Position gestärkt

Die strategische Position der neuen Siemens Einheit ist gestärkt, da die Elin Seilbahntechnik zusätzlich zu den Seilbahnausrüstungen auch das Geschäftsfeld Schneeanlagen und Energieversorgung abgedeckt hatte und diese Bereiche nun in das gemeinsame „Siemens Alpine Technologies" Angebot einbringt. Dem Kunden wird also das ganze Portfolio an alpinen Ausrüstungstechnologien aus einer Hand angeboten, getreu dem Motto „One face to the customer". Konkret wurden von den 25 Elin MitarbeiternInnen 13 übernommen, vor allem in der Technik. Der Personalstand bei Siemens I&S Region Tirol ist dadurch auf 36 MitarbeiterInnen inklusive Monteure, davon 15 im Service, gewachsen. Die Kundenansprechpartner bleiben dieselben.

„Für unsere Kunden ist die Kontinuität in der Betreuung wichtiger als das Logo welches auf den Jacken aufgenäht ist", ist sich Prammer sicher. „Der wesentlichste Vorteil ist aber – gegenüber GU-Anbietern – die jahrelange industrielle Erfahrung des Siemens-Konzerns im Bereich Elektrotechnik, in der Entwicklung und Fertigung von eigenen Produkten und Systemen sowie in der raschen Lösungskompetenz bei auftretender Problemen und Störungen."

„Hinter uns steht ein weltweit tätiger Konzern, der tagtäglich eine Vielzahl an technischen Herausfor-

Best of SIEMENS Aufträge 2006

- Galzig – St. Anton
- Hohe Höhe - Nassfeld
- Planai Golden-Jet- Schladming
- Almbahn - Kaprun
- Hausbergbahn-Garmisch
- Zirbenwaldbahn - Turrach
- Hochbrand-Grossarl
- Gernkogel – St. Johann / Pongau
- Schneeanlage Palinkopf - Ischgl

derungen löst und somit eine breite Erfahrung an industrieller Lösungskompetenz besitzt, auf die jederzeit zurückgegriffen werden kann. Weiters setzen wir zu 90 Prozent hauseigene Produkte ein, die natürlich auch stets verfügbar sind", so Prammer. Und weiter: „After Sales Services und kurze Reaktionszeiten bei Störungen zur Zufriedenheit unserer Kunden ist ein wesentlicher Teil unserer Führungsverantwortung."

Firmengebäude SIEMENS ELIN in Innsbruck.

Auftragslage 2006 sehr positiv

Die Auftragssituation für 2006 sieht für die neue Einheit sehr positiv aus. Von den derzeit 27 Seilbahnanlagen, die heuer genehmigt wurden, ist Siemens I&S bei 12 Anlagen elektrotechnischer Ausstatter. Im Bereich Beschneiung steht ein Großauftrag in Ischgl an. Es gibt generell interessante Perspektiven, vor allem diverse Auslandsprojekte, wo u. a. Prammers gute Verbindungen nach Osteuropa nützlich sind.
Beim ehemaligen Leiter Mag. Manfred Heidegger bedankt sich das neue Führungstrio und die Mannschaft für seine hervorragende Arbeit und seine tatkräftige Unterstützung bei der Integration. „Mag. Heidegger hat das Unternehmen nach fast 25 Jahren auf eigenen Wunsch verlassen, weil sich für seine weitere Karriere eine einmalige Chance bot, die er wahrgenommen hat", erklärt Prammer.
Vom MOUNTAIN MANAGER auf das Thema „Sicherheiten" angesprochen, gab Prammer folgende Klarstellung ab:
Die Elin Seilbahntechnik wurde mit allen Rechten und Pflichten in die Siemens AG Österreich integriert. D. h. sämtliche Gewährleistungsansprüche, vertraglichen Verpflichtungen, Bank- und Konzernhaftbriefe und alle im Zusammenhang mit Kundenverträgen bestehenden Vereinbarungen werden von Siemens I&S Tirol 1:1 übernommen.
Technische Komponenten betreffend gibt es gesetzliche Verpflichtungen zur Verfügungstellung von Ersatzteilen über einen bestimmten Zeitraum. Auch dies wird selbstverständlich für unsere Kunden gewährleistet. **mak**

Neues Handbuch „Tourismuswerbung"

Im Juli hat der mi-Fachverlag ein konkurrenzloses Werbehandbuch für den Tourismus herausgebracht. Das Werk von Thorsten Gerke mit dem Titel „Tourismuswerbung" lässt Touristiker und Agenturen neue Wege beschreiten und sollte künftig auch für das Destinationsmarketing zur Standardliteratur gehören.
Die Touristik gehört zu den Top 10 der werbeintensivsten Branchen. Doch das Marktwachstum ist gering und austauschbare Werbung für Standardangebote Schnee von gestern. Das Reiseverhalten hat sich verändert: Alle Welt bucht Tickets im Internet, Reisebüros werden immer seltener aufgesucht. Wer Reiselustige erreichen will, muss alte Kommunikationswege verlassen und seine Aktivitäten auf moderne Kanäle ausrichten. Ob individuell oder pauschal: Das Handbuch liefert innovative Strategien und erfolgreiche Werbelösungen.
Das konkurrenzlose Fachbuch für Entscheider bei Reiseveranstaltern, Tourismus- und Reisebüros zeigt, wie man den nötigen Weitblick entwickelt, mit welcher Strategie und mit welchen Mitteln erfolgreiche Tourismuswerbung realisiert werden. Es vermittelt die Grundlagen des Tourismusmarketings und begleitet den Leser auf dem Weg von der Konzeption bis zur Umsetzung von Werbekampagnen.
Der Autor Thorsten Gehrke ist Kommunikationswirt und Diplom-Ökonom. Er hat Werbekampagnen von Branchenriesen wie Dertour, Ameropa, Deutsche Bahn oder Intercity Hotels betreut sowie für Reiseportale (www.abenteuer-reisen.de, www.travel24.com) gearbeitet. Heute ist er Consultant beim Verlagshaus MairDuMont.

Cover des neuen Fachbuches „Tourismuswerbung"

Bestelldaten:
Thorsten Gehrke: Tourismuswerbung. mi-Verlag
280 Seiten, Hardcover, ISBN-10: 3-636-03074-4, ISBN-13: 978-3-636-03074-0, € 49,90 (D)/€ 51,30 (A)/sFr 85,50

Maschinenhof: Ökologie und Effizienz

1993 trennte sich die Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft Steiermark im Rahmen eines „Management buy out“ von ihrem Maschinenhof. Damit begann die Entwicklung eines selbstständigen Unternehmens, das heute 70 Mitarbeiter beschäftigt und mit fundiertem Know-how punktet.

Die Maschinenhof GesmbH sorgt mit den richtigen Gerätschaften für einen effizienten und umweltschonenden Arbeitsverlauf. **Fotos: Maschinenhof**

Gegründet wurde der Maschinenhof 1948. Damals kaufte die Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft Steiermark die erste Planierraupe aus amerikanischen Heeresbeständen. Durch die folgende kontinuierliche Weiterentwicklung und den Ausbau des Maschinenparks wurde die Basis für das heute bestehende Unternehmen gelegt.
Die jahrzehntelange Erfahrung, die der Maschinenhof in den Bereichen Forst- und Güterwegebau, Weginstandsetzungsarbeiten und Meliorationen aufzuweisen hat, macht ihn zu einem geschätzten Partner der Wirtschaft. Dabei punktet man mit einem breiten Spektrum an Dienstleistungen, die den Bau von Skipisten und Beschneiungsanlagen genauso umfasst wie den Bau von Speicherteichen, Freizeitanlagen, den Straßen-, Kanal- und Rohrleitungsbau, Schotteraufbereitungs- und Recyclingarbeiten sowie Spreng- und Erdbewegungsarbeiten. Aktiv ist man hauptsächlich in der Steiermark und den angrenzenden Bundesländern sowie in Skigebieten in ganz Österreich.
2002 wurde der Maschinenhof nach ISO 9001:2000 zertifiziert, womit man das Streben nach Qualität in allen Arbeitsbereichen eindrucksvoll untermauert. Dazu Geschäftsführer Dipl.-Ing. Hellfried Hainzl: „Wir haben unter Einbeziehung aller Mitarbeiter ein Qualitätsmanagementsystem erarbeitet, um den Bauherrn und Auftraggebern garantieren zu können, dass wir ein Bauwerk zuverlässig, effizient, termingerecht, technisch und qualitativ einwandfrei unter Einhaltung aller Sicherheitsvorkehrungen herstellen können. Allein durch das Bestreben, sich ständig zu verbessern, konnten wir selbst die Motivation und Freude beim Arbeiten steigern. Unser oberstes Ziel ist dabei allerdings die Zufriedenheit unserer Bauherrn und Auftraggeber.“

Gesteinsbrocken werden mit einem Kettenbagger mit Hydraulikhammer zerkleinert.

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.

VONROTZ

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

Leistungsspektrum Skigebiet

In Skigebieten legt der Maschinenhof bei allen Arbeiten Wert auf sorgsamen Umgang mit der Natur und eine effiziente kostengünstige Vorgangsweise. Dabei ist man mit Hilfe der geschulten Mitarbeiter und eines entsprechenden Maschinenparks gerüstet, Arbeiten auch in steilem und besonders schwierigem Gelände exakt und termingerecht durchzuführen.
Zur Verfügung stehen Kettenbagger zwischen 23 und 37 t, ausgerüstet mit verschiedenen Laufwerken (z. B. Moorlaufwerken), um im Steilgelände standfest arbeiten zu können. Dazu hat man verschiedenste Anbaugeräte für Felsabtragsarbeiten (Hydraulikhämmer zwischen 1,8 und 3,3 t bzw. Bohrlafetten) im Einsatz. Weiters sind die Kettenbagger mit verschiedensten Löffeltypen bestückt wie z. B. Rodungslöffel für Wurzelstockrodungen, um beim Abtrag des organischen Materials möglichst wenig Humus zu verlieren, Sieb und Brechlöffel für die Aufbereitung von Feinmaterial, z. B. um Bettungsmaterial für Schneileitungskünetten zu erzeugen, aber auch um Feinmaterial für Rekultivierungsarbeiten zu gewinnen.
Für größere Erdbewegungen, speziell beim Bau von Speicherteichen, werden Planierraupen und Knickmulden eingesetzt. Speziell beim Pistenbau wird auf einen gesonderten Humusabtrag und Humusauftrag Wert gelegt. In Hochlagen wird versucht, die vorhandene Vegetation plaggenweise abzutragen und nach der Geländekorrektur wieder mosaikartig aufzubringen. Besonders wichtig ist außerdem die sofortige und sorgfältige Anlage von Wasserausleitungen.
Ein weiterer Schwerpunkt der Arbeiten liegt in der Begrünung der Projekte. Voraussetzung für die erfolgreiche und nachhaltige Wiederbegrünung der Anlagen sind ein gut vorbereitetes Saatbeet, Bodenanalysen, um entsprechende Düngungen mit organischem Dünger vornehmen zu können, sowie ein standorttaugliches Saatgut. Zur Vorbereitung des Saatbeetes stehen bei steinigem Untergrund Steinfräsen zur Verfügung. Auch Kombinationsgeräte von Kreiselgrubber und pneumatischer Drillmaschine (zur Einsaat) können angeboten werden.
Mit diesem Angebot hat sich der Maschinenhof einen ausgezeichneten Ruf erworben. Viele zufriedene Kunden aus ganz Österreich sind dafür der Beweis:

Schnei- und Speicherteiche:
- Planai – Hauser Kaibling: Speicherteich Dürrenbach-Gföhl 45 000 m^3
- Hochpustertal – Sillian: Thurntaler Speicherteich 36 000 m^3
- Lienz Hochstein – Speicherteich Taxermoos 42 000 m^3
- Puchberg/Schneeberg – Speicherteich 11 000 m^3
- Mönichkirchen, Schischaukel Mariensee – Speicherteich 10 000 m^3

Schneeanlagen:
- Planai – Hauser Kaibling, 6 500 lfm
- Präbichl, 3 500 lfm
- Hochpustertal – Sillian, Thurntaler, 15 000 lfm
- Ankogel/Mallnitz, 5 000 lfm
- Brunnalm, St. Jakob/Defereggental, 6 500 lfm
- Zettersfeld Lienz, 7 000 lfm
- Lienz Hochstein, 4 000 lfm
- Stuhleck, Steinbachalm, 4 500 lfm
- Puchberg/Schneeberg, 2 200 lfm
- Mönichkirchen, 2 000 lfm

Pistenbau:
- Planai – Hauser Kaibling 6 ha
- Präbichl 10 ha
- Hochpustertal/Sillian, Thurntaler 10 ha
- Mölltaler Gletscher 25 000 m^3 Felsabtrag in 2 800 m Höhe
- Stuhleck, Steinbachalm 12 ha
- Puchberg/Schneeberg 4 ha
- Mönichkirchen/Mariensee 4 ha

Infos:
Maschinenhof
Dipl.-Ing. Hainzl GesmbH
Schwöbig 80
A-8665 Langenwang
office@maschinenhof.at
www.maschinenhof.at

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

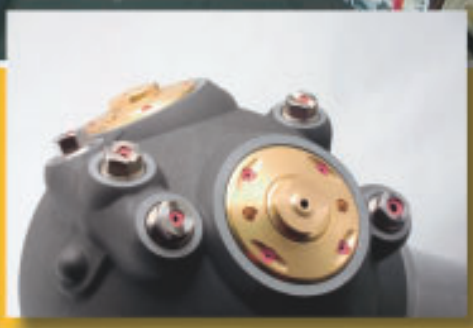
SAUER DANFOSS

Über 40 Jahre Erfahrung in der Auslegung und Berechnung von hydrostatischen Antrieben für den mobilen Bereich

BIBUS HYDRAULIK
- Berechnung
- Projektierung
- Auslegung
- Konstruktion
- Montage
- Inbetriebnahme
- Wartung & Service

BIBUS
SUPPORTING YOUR SUCCESS

www.bhag.bibus.ch
Tel. 044 877 52 11



Freizeitsportler, Skigebietsmanager und Athleten wissen:

Schnee von TechnoAlpin macht den Unterschied.

TECHNOALPIN
Snow experts

www.technoalpin.com