

MOUNTAIN

Manager

7/13

Meinung:

M. Rasinger, Bagjump Action Sports

Mountain-Manager 99:

Mangott / Pregonzer: Serfaus-Fiss-Ladis

Special: **TRENDS**



Sochi vertraut
auf Doppelmayr

 Doppelmayr®

www.doppelmayr.com

Erobere den Berg!

Der neue PistenBully 600 SCR



**Mehr Leistung, weniger Verbrauch –
die neueste Fahrzeuggeneration PistenBully 600 SCR.**

- ⊕ Kraftvolle 455 PS
- ⊕ 2.200 Nm Drehmoment
- ⊕ Verbesserter Touchscreen
- ⊕ Mehr Sicherheit
- ⊕ Erfüllt Abgasnorm TIER 4i
- ⊕ 90% weniger Emission
- ⊕ Ferndiagnosefähig
- ⊕ Flottenmanagementfähig
- ⊕ Wartungsvertrag (optional)
- ⊕ Made in Germany



Umwelttechnologie Made in Germany



www.pistenbully.com



Warum alles besser bleibt

Die Österreich Werbung (ÖW) sieht optimistisch in die kommende Wintersaison. Die allgemeine Reiselust in den wichtigsten ausländischen Herkunftsmärkten ist bis auf wenige Ausnahmen immer noch auf hohem Niveau, die Nachfrage nach Winterurlaub in Österreich vielerorts sogar stärker als im Vorjahr. „Hier kann Österreich vor allem mit seiner ausgezeichneten Infrastruktur, der über die Grenzen hinaus geschätzten Gastfreundschaft und einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis punkten“, sagte die Geschäftsführerin der ÖW Dr. Petra Stolba anlässlich der Saisonauftakt-Pressekonferenz in Sölden. Dem schloss sich Seilbahnbmann Franz Hörl an: „Österreich steht bei den Wintersportlern hoch im Kurs. Dies verdanken wir auch den getätigten Investitionen, die unsere Seilbahnen zu den modernsten, sichersten, schnellsten und komfortabelsten der Welt machen.“

Studie bringt verblüffende Ergebnisse

Die Seilbahnen der Alpenrepublik sind aber nicht nur bei den Innovationen engagiert, sondern auch beim Wissen um den Gast. Laut jüngsten Studien-Ergebnissen punkten Österreichs Skigebiete je nach Altersgruppe bei jenen Attributen, die für die jeweilige Zielgruppe besonders wichtig sind. So finden unter 20-Jährige heute Skigebiete stärker unterhaltsam und erlebnisreich, über 50-Jährige erholsam und gastfreundlich. „Es gelingt somit in hohem Maße, für jeden Geschmack etwas zu bieten und damit die Zufriedenheit in den verschiedenen Altersgruppen ständig zu erhöhen“, bringt Hörl die Entwicklung auf den Punkt. Ebenfalls verblüffend ist, dass die Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis beim Skipass seit Jahren gleichgeblieben ist und sich 2013 sogar verbessert hat. Folglich zieht Hörl das Fazit: „Skifahren ist jung, ‚in‘ und gut!“ Das zeige auch die ermittelte Altersstruktur der Wintersportler: ein Drittel der alpinen Wintersportler ist unter 30 Jahren, bei den Snowboardern sind es sogar über 50%.

Keine Zeit für Selbstzufriedenheit

Angesichts dieser Botschaften läge es nahe, in Selbstzufriedenheit zu schwelgen und all jener zu spotten, die seit Jahren von einem stagnierenden Markt sprechen und vor einem Wegbrechen des Nachwuchses warnen bzw. die Leistbarkeit des Wintersports erreicht sehen. Warum gibt es Veranstaltungen wie kürzlich das 9. Mountain Management-Symposium (vgl. S. 10–13) oder das 4. TheAlps-Symposium (vgl. S. 18/19) oder auch das TourismusForum-Alpenregionen, die über Zukunftsstrategien reflektieren und den Status Quo kritisch beleuchten, wenn ohnehin alles wie geschmiert läuft?! Warum sich fragen, wie wir die Gäste zum Wiederkommen animieren bzw. Neue anziehen können, wenn anscheinend die „alten Rezepte“ – nämlich alte Lifte ersetzen, Pisten verbreitern, rasch großflächig beschneien und Gebiete zusammenschließen – ohnehin bisher für den Erfolg gereicht haben?

Weil erstens eine noch so positive Momentaufnahme nichts über die Zukunftsfähigkeit einer Strategie aussagt. Denn alles ist dem Wandel unterworfen, auf den es rechtzeitig zu reagieren gilt. Sonst kehren sich die Vorzeichen unaufhaltsam um. Zweitens profitiert Österreich vom Verdrängungswettbewerb. Wohlhabende Gäste aus neuen Märkten peilen aus Imagegründen aber auch wegen des sicher optimalen Preis-Leistungsverhältnisses vor allem die Alpenrepublik an. Trotzdem umfasst der Skifahrermarkt in Europa nach wie vor nur 5% der Bevölkerung, das Wegbrechen der eigenen Leute wird nur kompensiert. Das machen wir zwar besser als alle anderen – aber die Strukturprobleme bleiben davon unberührt. Deshalb lohnen Aktivitäten wie die bislang einzigartige Kooperation der „Allianz Zukunft Winter“ mit der ÖW und den Bundesländern Tirol, Salzburg und Kärnten, dank welcher Produkte bzw. eine Kampagne für die Zielgruppe der Wiedereinsteiger entwickelt wurde, allemal!



... die **größte** und **sicherste ZIP-LINE** der Welt ...

4 parallele Linien
1500m & 1000m

... nach Seilbahn- und Vergnügungsgeräte-Norm

IMPRESSUM MOUNTAIN Manager

Internationale Zeitschrift
für Berg- und Wintersporttechnik
und bergtouristisches Management

Verlag:

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

Herausgeber: Horst Ebel

Geschäftsleitung:

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

Chefredakteur:

Dr. Markus Kalchgruber
Mobil +43(0)6 64/1 00 21 50
E-Mail: 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:

Otto Roman Fosateder
Mobil +43(0)6 62/42 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
Kirchenstr. 31, A-5020 Salzburg

Redaktion Schweiz:

Damian Bumann
Tel. +41 (0) 79/2 20 28 53
E-Mail: damian@damitas.ch
Obere Dorfstr. 52, CH-3906 Saas-Fee
Thorsten Block
E-Mail: tbka68@aol.com

Produktionsleitung:

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

Layout: Dagmar Wedel, Wiesbaden

Druck: Frotzcher Druck GmbH, Darmstadt

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

Anzeigenpreise:

Preisliste Nr. 37 vom 01.01.2013

Vertrieb:

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



Bezugspreise

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

Jahresabonnement

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

44. Jahrgang, 2013
ISSN 1618-3622

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

6–9

MEINUNG: MARTIN RASINGER
GF BAGJUMP ACTION SPORTS,
ÜBER DIE ERFINDUNG



MM-MAGAZIN

- 3 Editorial
- 4 Inhalt

TRENDS

- 6 Meinung: Martin Rasinger, Bagjump Action Sports: Diese Erfindung könnte die Branche beflügeln
- 10 9. Mountain Management Symposium in München
- 14 Digitale Services als Chance
- 16 Skifahren – Volkssport mit Verfallsdatum?
- 18 Mythos Alpen – Strategien für die Zukunft
- 21 Zugspitz Arena: Grenzüberschreitende Zusammenarbeit erfolgreich gestartet
- 22 RopeRunner bringt 3 Innovationen nach Val Thorens
- 24 Smart Solutions: Das leistbare Konzept für Anfängergelände
- 26 OBRA Design: Mit Aktiv-Spielbereichen Besucher begeistern
- 33 KristallTurm weiter auf Erfolgskurs

OUTFIT

- 28 Edelweiss zeigt allen, wie es geht

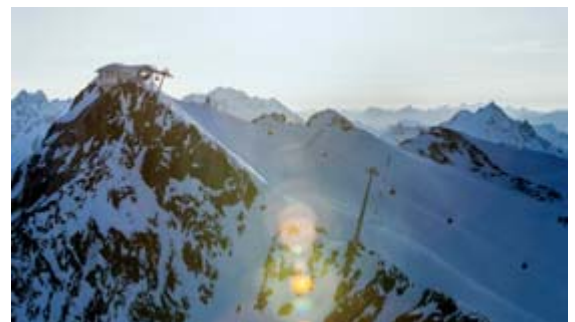
SKISERVICE & RENT

- 30 Wintersteiger: Skischule Nauders startet durch
- 32 Partnerschaft Montana und Ochsner Sport

NEUE BAHNEN

- 34 Leitner: Top-Komfort am Wurmberg
- 35 Leitner: Mehr Komfort für Wintersportler in den Karpaten
- 36 Doppelmayr/Garaventa: Facelift für die Schauinslandbahn
- 38 Leitner: Lärchwandschrägaufzug wird moderner, sicherer und schneller
- 39 Doppelmayr Italia erneuert PB Saring-Aschbach
- 40 CWA: TWISTIN Ski Rack als neue Ausstattungsoption
- 42 SIGMA: Kabinen für die Stadtseilbahn Ankara
- 43 Neubau des Verwaltungsgebäudes bei Doppelmayr

33–42 NEUE BAHNEN



Planning in skiareas!

www.klenkhart.at

6067 Absam · Tirol · Österreich · T: +43 50226 · F: Dw 20 · office@klenkhart.at



10–27

TRENDS

MARKETING & MANAGEMENT

- 44 99. MM-Interview: Stefan Mangott, GF Serfaus, und Benny Pregenzer, GF Fiss
- 49 Tiroler Seilbahntagung: Maultier oder Zugpferd?
- 50 Deutschlands Seilbahnen setzen auf Nachhaltigkeit
- 52 Steirische Seilbahntagung: Betriebe halten Qualitätsniveau hoch
- 53 Fixedmind: Langfristiger Erfolg braucht solides Fundament
- 54 VTK-Tagung: neue Rekordbeteiligung

TECHNIK & WIRTSCHAFT

BESCHNEIUNG

- 56 DEMACLENKO: St. Moritz schneit!
- 57 Titan Silent: leise und leistungsstark zugleich

PISTENMANAGEMENT

- 58 Prinoth Service
- 60 Kässbohrer: die Snowpark Allianz
- 62 PowerGIS: die 100ste Pistenmaschine geht nach Saas Fee

ELEKTROTECHNIK & ELEKTRONIK

- 64 Tschanner: Erneuerung der SSB Rothenbrunnen Balveins
- 66 SISAG bei der Schachtstandseilbahn im Kraftwerk Aegina
- 67 Fluw Crawler inspiziert Drahtseile
- 69 Kriwan Austria: Revision – der nächste Winter kommt bestimmt

FIRMEN NEWS

- 70 Gear Control Oil/ Eisenbeiss GmbH: Dem Fehlerteufel einen Schritt voraus
- 71 Robustes für die Berge von ZARGES



44–48

99. MM-INTERVIEW:
STEFAN MANGOTT &
BENNY PREGENZER,
SERFAUS-FISS-LADIS



58–63

PISTENMANAGEMENT

INSERENTENLISTE

Bacher Skidoo Metall	57	Kässbohrer Formatic	51
Borer Lift AG	55	Kässbohrer Service	20
Brandner Andreas	48	Klenkhart & Partner	5
Brugg Kabel AG	9	MONTANA	23
Doppelmayr Seilbahnen	1	Mountainsports GmbH	7
Edinger Tourismusberatung	63	Pistentech	65
Fixedmind GmbH	17	Pool Alpin	8
Frey AG	45	PowerGIS	19
Gangloff Cabins	U4	RopeRunner	3
Hohsaas	47	SIGMA	13
Holleis/Snopex	41	SISAG	61
Jakob AG	29	Smart Solutions GmbH	15
Jochum.Consulting	31	Weiß Nepomuk	25
Kärntner Saabau	4	WESTA	42
Kässbohrer	2		

Martin Rasinger, GF Bagjump Action Sports GmbH Innsbruck



Martin Rasinger, Geschäftsführer und Eigentümer der Bagjump Action Sports GmbH ist für Großprojekte und Produktentwicklung zuständig.

Achtung: Diese Erfindung kann die Branche beflügeln

Als das Snowboarden immer massentauglicher und der Druck auf die Profis wuchs, mit waghalsigen Manövern noch höher und weiter zu springen, kam 2007 dem Tiroler Ex-Profi Martin Rasinger die Idee zur Entwicklung des Bagjump. Ziel war es ursprünglich eine auf Airbags basierende Trainingsplattform für den Freestyle Wintersport zu bieten, welche heute aus dem gesamten Funsportbereich gar nicht mehr wegzudenken ist. Heute reicht die Anwendung bis hin zum Prallschutz und Sicherheit im Fun- und Extremsport. Das junge Innsbrucker Unternehmen hat hier bereits großartige Pionierarbeit geleistet.

MM: „Welche Erfolgsgeschichte konnte das Produkt bisher schreiben und wie hat sich die Produktpalette entfaltet?“

Rasinger: „Wir arbeiten mit sehr vielen Nationalteams, wie zum Beispiel USA, Schweiz und Finnland, und Top Athleten wie dem mehrfachen Olympiasieger Shaun White eng zusammen, um ihnen eine sichere Trainingsplattform für internationale Wettbewerbe wie Winter Olympiaden zu bieten. Hierzu ha-

ben wir auch spezielle Produkte wie z. B. unseren 'Vert'-Airbag entwickelt, um den Fahrern eine möglichst realistische aber dennoch sichere Halfpipe-Trainingsmöglichkeit zu bieten. Wir haben mittlerweile über 150 Airbags weltweit an Skigebiete, Nationalteams, Sponsoren sowie auch Skiclubs oder Eventveranstalter verkauft. Im Sommer können die Gäste von bis zu 10 m Höhe in einen Bagjump springen. Getestet wurden die Produkte bis zu einer Hö-

Der neue Family und Fun-Airbag NIP ist ein Plug & Play-Airbag für jedermann: Einschalten, springen und weich landen! Auch Kinder sind begeistert.

Die Fisser Bergbahnen haben u. a. erfolgreich eine Bagjump-Sommeranwendung mit Sprungturm installiert.



he von 52 m – unser bis jetzt höchster Sprung. Weiters sind wir für Firmen wie Red Bull Ansprechpartner des Vertrauens, wenn es um Prallschutzsysteme für Events und Sicherheit für Profitrainings geht. Red Bull besitzt jedes Produkt unserer Palette und nutzt diese intensiv wie zum Beispiel bei den jährlichen Red Bull Performance Camps in Neuseeland oder bei den Vorbereitungen für Danny MacAskills ‚Imaginate‘. Und schließlich haben wir mit der Neuentwicklung unseres NIP Systems den Schritt in neue Märkte im Family and Fun Bereich für Sommer und Winter gemacht.“

MM: „Herr Jordan, Sie sind der Produktmanager bei Bagjump. Was ist auf den Punkt gebracht die besondere Attraktion an diesem Luftkissen?“

Jordan: „Emotion, Spaß, Begeisterung, Nervenkitzel, Sicherheit... Unsere Airbags sind im Anwendungsbereich sehr vielseitig. Diese sehr neue Attraktion wird überaus gut angenommen und ist ein riesiger Publikumsmagnet. Egal ob es Kinder sind, die von Sprungplattformen springen, Erwachsene, die mit unseren speziell gefertigten Rodeln hineinspringen oder Sportler, die neue Kunststücke oder erste Sprünge probieren: Es ist für alle ein besonderes Erlebnis, welches mit viel Freude verbunden ist!“

MM: „Damals für den Extremsport entwickelt, sind Bagjump-Airbags heute überwiegend beim Funsport im Einsatz, wobei der Trend überwiegend in den USA erkannt und bedient wird. Warum hinken wir hier im zentralen Alpenraum dieser Entwicklung noch nach?“

Rasinger: „Das ist eine Frage, die ich mir auch immer stelle. Jeder sucht etwas Neues, alle jammern, dass sie etwas Einzigartiges benötigen, das für Sommer und Winter geeignet ist. Nun ist es da, es funktioniert schon sehr lange in den USA, Skandinavien und Neuseeland. Man kann damit sogar noch Geld verdienen! Leider ist in Österreich eine gewisse Scheu vor Innovativem zu erkennen. Nach dem Prinzip: ‚Was der Bauer nicht kennt, das isst er nicht‘. Österreich braucht prinzipiell immer ein bisschen länger, um internationalen Trends zu folgen. Wir sind weltweit tätig, aber natürlich freut es uns, dass auch in Österreich die Möglichkeiten, die unsere Produkte bieten, langsam aber doch von Skigebieten wie zum Beispiel Fiss, Zillertal Arena oder Leogang erkannt und eingesetzt werden.“

MM: „Man hört im Alpenraum viel von Sorge um den Wintersportnachwuchs und propagiert Bemühungen, die Kids und Teenager wieder verstärkt in die Skigebiete zurück zu holen. Wäre da das Angebot eines Bagjumps im Bereich eines Funparks nicht eine logische Konsequenz?“

Rasinger: „Bagjumps sind aus einem guten Funpark heutzutage nicht mehr wegzudenken. Durch einen Bagjump werden nicht nur die Unfälle drastisch reduziert, sondern es wird vielen Sportlern überhaupt der sichere Einstieg für die ersten Sprungversuche ermöglicht. Mit unseren NIP Airbags und dem Family and Fun Konzept haben wir auch einen Spaßbringer für



edelweiss
dress for success

MOUNTAINSPORTS GmbH
www.mountainsports.cc

Kinder und Familien entwickelt, welcher die Verwendung unserer Airbags vom Extremsport zur breiten Masse führt: Spaß für Jedermann. Hier gilt das Prinzip ‚Low Skills – High Thrills‘. Mit speziell von uns entwickelten Schaumstoffrodeln kann man risikofrei über eine spurgeführte Schanze springen, um nach kurzer Zeit in der Luft in einem NIP Airbag zu landen.“

MM: „Ein Bagjump kennt keine Jahreszeiten. Wofür taugt das Tool beim Sommergeschäft? Muss man hier noch Pionierarbeit leisten, um das Sommer-Potenzial bewusst zu machen?“

Rasinger: „Es werden immer mehr Airbags gekauft, um im Sommer sogenannte Freedrop-Stationen aufzubauen. Für Biker ist der Bagjump auch eine tolle Möglichkeit Sprünge zu üben (Bikepark Leogang). Im Sommer haben wir wie z.B. im Bagjump Activity Center in Tallinn eine Attraktion speziell für Kinder aufgebaut. Hier kann man über mehrere Sprungplattformen bis 7 m Höhe in einen NIP Airbag springen oder über die Extremrutsche – eine Rutsche, an deren Ende man noch ca. 2 m tief in den weichen Airbag fällt – hinunterrutschen. Im Activity Center bieten wir mit einer Dryslope Rampe in einen unserer größeren Airbags auch die Möglichkeit, im Sommer Sprünge mit Ski und Snowboard zu trainieren. In Japan und den USA gibt es eigene Zentren, die rund um den Bagjump aufgebaut sind und den Athleten für Sommer, und Wintersportarten eine Trainingsmöglichkeit bieten. Dieses Angebot wird sehr gut angenommen.“

MM: „Gibt es noch andere Verwendungszwecke von Bagjumps, etwa zur Absicherung im Skirennsport, und welche Rolle spielt Sicherheit überhaupt?“

Rasinger: „Wir haben Sicherheitssysteme entwickelt die, unter anderem beim Air&Style Event in Innsbruck Athleten schon vor schweren Verletzungen bewahrt haben. Die Sprünge werden immer waghalsiger und das Verletzungsrisiko damit auch immer höher. Nach tragischen Ereignissen wie dem Tod von Sarah Burke im Halfpipe-Training ist die Entwicklung von maßgefertigten Sicherheitssystemen unabdingbar. Im Sport und auch bei Sportevents steht Sicherheit an erster Stelle. Hier arbeiten wir auf Hochtouren, um geeignete Lösungen für vorhandene Probleme zu erarbeiten. Für die Canadian Free Ski Association haben wir ein Airbag-System entwickelt, das an beiden Seiten der



Für einen Bagjump gibt es viele Anwendungsmöglichkeiten – selbst für Biker.

Halfpipe für Sicherheit bei Wettbewerben oder im Training sorgt, während es als Werbefläche noch näher am Geschehen platziert werden kann. Bei dem spektakulären Red Bull No Limits Event 2012 in San Diego, haben wir die komplette Landerampe mit einem speziell entwickelten Sicherheitsairbag versehen. Hier sprangen 2 Fahrer mit einem Schneemobil und Motorrad nebeneinander über die 120 m breite San Diego Bay. Unsere Aufgabe war es sicherzustellen, dass die Fahrer trotz Absprunggeschwindigkeiten von 160 km/h im Falle eines zu kurz geratenen Sprunges unbeschadet überleben!“

MM: „Kürzlich wurde eine Neuheit auf den Markt gebracht. Was ist anders am Bagjump NIP und wofür ist er gedacht?“

Rasinger: „Der NIP ist ein Plug&Play-Airbag. Einschalten, springen und weich landen. In diesem Airbag reguliert sich der Luftdruck komplett eigenständig, wodurch personeller Aufwand im Betrieb wegfällt. Durch die geringe Bauhöhe können hier kleinere Rampen eingesetzt werden und der Ausstieg wird erleichtert und sicherer. Die Sprungfrequenz kann deutlich gesteigert werden auf über 5 Sprünge pro Minute je nach Anwendungsgebiet. Eine von uns entwickelte Warnvorrichtung warnt vor Gebläseausfall mit einem Ton- und Lichtsignal. Der NIP hat eine Sicherheitszone, die den Bodenkontakt verhindert und ein Geflecht

EINE PARTNERSCHAFT DIE SICH RECHNET!

einfach - wertschätzend - funktional - www.pool-alpin.com

POOL-Alpin





Bagjump Airbags bieten Snowboardern sowie Skifahrern aller Könnerstufen eine sichere Möglichkeit, um Sprünge zu üben.

aus über 50 individuell reagierenden Luftkammern, welche den Aufprall absorbieren. Es sind dank dieser Technologie auch gleichzeitige Landungen möglich, ohne einen Katapult-Effekt zu erzeugen. Der NIP wird vom Wind wenig beeinflusst und das Mindestgewicht der Springer ist auch niedriger, wodurch auch kleine Kinder den Airbag verwenden können. Gedacht ist der NIP für Snowboarden, Skifahren, Snowtubing, Tobboggan, Bike, sowie das Springen von Sprungtürmen. Der NIP kommt vor allem bei Kindern sehr gut an. Das von Bagjump eigens entwickelte KIDS-Konzept basiert auf dieser Technologie.“

MM: „Betreiber wie z.B. die Fisser Bergbahnen sprechen von sehr positiven Erfahrungen mit dem Bagjump und verlangen sogar 1,- Euro für einen (betreuten) Turmsprung im Sommer. Wenn solche Leitbetriebe

bereits damit Erfolg verbuchen, müsste das Produkt eigentlich eine vielversprechende Zukunft haben?“

Rasinger: „Kunden wie die Fisser Bergbahnen gehören zu den Ersten, die das Potenzial der Bagjumps erkannt haben und erfolgreich zu ihren Nutzen einsetzen. In den USA werden in manchen Skigebieten sogar weit höhere Preise verlangt, wo ein Bagjump Tagsticket bis zu 50 US Dollar kostet. Hier muss man sich teilweise sogar im Vorhinein online eine Sprungzeit sichern. Wir stehen der Zukunft äußerst positiv gegenüber. Unsere Produktpalette wird vielseitiger und wir erschließen schnell neue Märkte. Wir befinden uns momentan in einer rapide voranschreitenden Expansion. Das Feedback und die Zufriedenheit unserer Kunden zeigen, dass wir den richtigen Weg gehen.“

MM: „Kann ein Bagjump entsprechend der jeweiligen Designwünsche des Auftraggebers gestaltet werden und lässt sich so ein Airbag auch für Marketingzwecke einsetzen?“

Rasinger: „Natürlich. Die Bagjumps können nach Wunsch an allen Oberflächen gestaltet und bedruckt werden. Bagjumps fallen auf und stehen immer im Mittelpunkt. Von den meisten Sprüngen werden von Angehörigen und Freunden Fotos und Videos gemacht, welche in Social Media Verbreitung finden. Der Sponsor auf dem Bagjump wird hier natürlich prominent transportiert. Bagjump bietet die Möglichkeit, Werbung direkt am Ort des Geschehens zu machen. Unsere Airbags sind auch von der Ferne nicht zu übersehen und ziehen Schaulustige wie ein Magnet an. Selbst wenn die Leute nicht aktiv teilnehmen, schauen sehr viele gespannt über längere Zeiträume bei der Action zu.“

MM: „Wir danken für das Gespräch.“



**Glasfaserkabel von Brugg Cables:
Für die Kommunikation von der
Tal- zur Bergstation.**

Für Informationen:

Brugg Kabel AG, 5201 Brugg
Telefon 056 460 33 33
www.bruggcables.com

BRUGG CABLES
Well connected.

9. Mountain Management Symposium München

Wer nicht innoviert, verliert

In Zeiten der Verdrängung ist Positionierung und Differenzierung das Gebot der Stunde. Die Innovationskraft eines Unternehmens entscheidet immer mehr über künftigen Erfolg. Es stellt sich dabei einerseits die Frage, womit wir die Gäste zum Wiederkommen animieren bzw. neue anziehen und andererseits, ob wir das Kapital unserer Mitarbeiter und Kunden für neue Ideen ausreichend nutzen? Antworten und Impulse für ihre Wettbewerbsfähigkeit erhielten die rund 50 Teilnehmer der „Innovation Days“ am 1./2. Oktober in der BMW-Welt München.



Die BMW Welt in München bot für das diesmalige MM-Symposium „Innovation Days“ ein sehr innovationsfreudiges Umfeld.

Mike Partel, GF des Veranstalters Mountain Management Consulting, wählte für sein diesmaliges Symposium unter der Bezeichnung „Innovation Days“ bewusst eine neues, sehr innovationsfreudiges Umfeld: die BMW Welt in München. Obendrein gibt es eine starke Verbindung zwischen dem Münchner Automobilproduzenten und den Wintersportgebieten: mit dem xDrive Cup sowie Promotion-Aktionen ist BMW in 23 Destinationen präsent und das Modell „xDrive Mountain“ ist speziell auf alpine Fahrer zugeschnitten. Und von der ausgeklügelten strategischen Markenführung bei BMW kann ohnehin jeder im touristischen Umfeld angesiedelte Manager lernen... Im Eröffnungsreferat wies Partel auf die sich verändernden Rahmenbedingungen sowie die eingetretene Sättigung beim Wintertourismus hin. 95 % der Europäer sind nach wie vor aus diversen Gründen wie

Kosten, mangelnde Ausbildung oder fehlende Möglichkeiten der Ausübung im direkten Umfeld Nicht-Skifahrer. Andererseits machten 2 Mio. Deutsche im Jahr 2012 eine Kreuzfahrt, weltweit existieren bereits 300 Kreuzfahrtschiffe – Tendenz steigend. Hier kristallisiert sich ein neuer Mitbewerber heraus! Auf den steigenden Wettbewerbsdruck sollte man nicht von vornherein mit einer aggressiven Preispolitik (Dumping etc.) reagieren, sondern mit einer Verbesserung des Preis-Leistungsverhältnisses. Höhere Preise bei den Tickets werden längerfristig gesehen nur mit gleichzeitiger Erhöhung der Leistung akzeptiert! Ein Schlüssel, um die Attraktivität zu steigern, ist „Neues“ zu entwickeln. Damit dies gelingt, braucht man eine fitte Organisation mit fachlicher Kompetenz und hoher Motivation sowie das Wissen, mit welchen Produktwelten man die künftigen Kunden begeistern kann. Positio-



Einige der 50 Symposiums-Teilnehmer stellten sich einer Podiumsdiskussion zum Thema „Veränderung als Chance nutzen“. V.l.n.r.: Rainer Flaig (CEO Saas Fee Bergbahnen), Mag. Hannes Parth (Vorstand Silvretta Seilbahn AG Ischgl), Dr. Gerhard Vanzi (Marketingdirektor Dolomiti Superski, Gröden), Moderator Günther Polanec, DDr. Andrea Del Frari (Kronplatz Bruneck), Hermann Fercher (Direktor Lech-Zürs Tourismus), und Valentin König (CEO Aletsch Arena Mountain AG).

nierung ist daher das Thema der Zukunft schlechthin. Aber nur wenige Skigebiete haben eine klare Positionierung wie z. B. Serfaus-Fiss-Ladis bezüglich Familie oder Laax bezüglich Snowboard. Diese Situation gilt es jetzt zu ändern. Nur wer nicht vergleichbar ist, wird auf neuen Märkten effektiv wahrgenommen. Um neue Kunden für den Skisport zu begeistern, braucht es stimmige Produktwelten am Berg mit hoher Servicequalität und neuen Kommunikationsforen. Das Leitmotiv muss heißen: „Wie können wir das seelische und körperliche Wohlbefinden der Gäste stärken?“

Kundenzufriedenheit reicht nicht mehr

Warum Kundenzufriedenheit heute nicht mehr ausreicht, erklärte Prof. Kurt Matzler im gleichnamigen Vortrag. Das Ziel müsse sein, einen begeisterten Kunden zu schaffen, der eine Weiterempfehlung abgibt. Eine bloße Umsatzsteigerung kann kein Ziel sein – wird aber oft als solches propagiert! Eine Wintersportdestination müsse nicht in allen Bereichen die Beste sein, aber eben zumindest einen echten „Hype“ haben. Um diesen herum müsse man sein Geschäftsmodell aufbauen, so der Professor für Strategisches Management an der Universität Innsbruck und Autor von mehr als 20 Büchern. „Sieger (gemeint ist die Studie „Best Ski Resort“) differenzieren sich und sind schwer kopierbar“, propagiert Matzler. Bei aller Innovativität muss man jedoch folgende 5 Punkte im Griff haben:

- ▶ Produktlogik
- ▶ Ertragslogik
- ▶ Wertschöpfungsarchitektur
- ▶ Vermarktungslogik
- ▶ Positionierungsleitidee

Und man muss über engagierte Mitarbeiter verfügen. Das gelingt am besten, wenn man sie am Erfolg beteiligt. Mit der herkömmlichen Organisationsform werden wir jedenfalls nicht mehr weit kommen“, prophezeit Matzler. „Wir brauchen flache Hierarchien und ‚natural leaders‘, die aufgrund ihres Könnens/Erfahrung Respekt genießen. Dazu auch eine Portion Mut, denn Innovation bedeutet immer auch Risikobereitschaft.“

Destinationen leben nicht auf dem Papier

Noch einen Schritt tiefer in die Thematik begab sich Dr. Christoph Engl von Brand:Trust mit seinem Vortrag: „10 Thesen zur Zukunft des alpinen Destinati-

onsmanagements.“ Der ehemalige Chef der Südtirol Marketing GmbH geht davon aus, dass der Überfluss den Mangel abgelöst hat. In gesättigten Märkten geht es nie um die „needs“, sondern nur um die „wants“. Daher wird das Hauptinteresse des Gastes sein, ob es sich für ihn lohnt, in einer bestimmten Destination anzukommen. Beim Destinationsmarketing muss man sich also die Frage stellen: wann werde ich in Betracht gezogen? Destinationen leben nämlich nicht auf dem Papier, sondern in den Herzen der Menschen! Laut Engl existieren grundsätzlich drei Herausforderungen im alpinen Tourismus:

- ▶ Konzentration auf die Spitzenposition. Man muss einen Vorzug verdichten und in den Vordergrund rücken. Das ist Marken-Entwicklung;
- ▶ Glaubwürdigkeit erzeugen und behalten;
- ▶ Differenzierung erreichen. Voraussetzung ist Bekanntheit, sie genügt aber nicht. „Ich kenne dich“ ist noch nicht das Gleiche wie „Ich will dich“!

10 Thesen zum Erfolgsmarketing

Was zum Erfolg im Tourismusmarketing führt, lässt sich schließlich in 10 Thesen zusammenfassen:

- 1) Begehrlichkeit wecken;
- 2) Auf Wertschöpfung pro Gast statt Logiernächte pro Region abzielen;
- 3) Sinnstiftung. Es geht nicht (mehr) um die vordergründigen Dinge allein.
- 4) Weniger (Angebot) ist mehr. Frage: Was mache ich ganz bewusst nicht?
- 5) Die Kunden entwickeln immer öfter ein individuelles Gespür für den Preis. „Was ist es mir Wert?“, statt „Kann ich mir das leisten?“ Daher Mehrwert-Faktoren dazupacken.
- 6) Die Digitalisierung macht vor nichts halt.
- 7) Glaubwürdigkeit mit seinen Spitzenleistungen vor Ort garantieren. Nicht mit der Konkurrenz beschäftigen.
- 8) Nachhaltigkeit in allen Bereichen wird als Selbstverständlichkeit erwartet. – etwa Öko-Energie in Skigebieten. Wie kommunizieren wir das?
- 9) Gäste denken nicht in Territorien, sondern in Themen und Räumen. Nur unser Denken ist traditionell und lokalisiert!
- 10) Die Vernetzung einer Destination sichert das ganzheitliche Erlebnis.

Auf den Punkt gebracht könnte man sagen: Strategie, eine gute Geschichte und Leidenschaft beherzigen.



Das Familien- und Genießer-Konzept der erfolgreichen Destination Serfaus-Fiss-Ladis stellten beeindruckend die GF Stefan Mangott (Komperdellbahnen Serfaus) und Benny Pregenzer (Fisser Bergbahnen) vor.

Im Anschluss präsentierte die Trend- und Zukunftsforscherin Anja Kirig die wichtigsten Freizeit- und Konsumententrends im Bergtourismus.

Mit klarer Positionierung zum Erfolg

Ein Beispiel, wie man mit klarer Positionierung zum Erfolg kommt, gibt seit Jahren die 1999 zusammengeschlossene Destination Serfaus-Fiss-Ladis ab. Die Geschäftsführer Stefan Mangott (Seilbahn Komperdell) und Benny Pregenzer (Fisser Bergbahnen) gaben mit ihrem Doppel-Referat „We are family“ viele Geheimnisse preis. Die Skischulen starteten bereits diese Positionierung in den 70er Jahren, 1998 war das Geburtsdatum von „Murkli“ und „Berta“ – damals die ersten aktiv eingesetzten Maskottchen! Seit der Fusionierung der TVBs im Jahr 2005 wurde die Markenentwicklung professionell vorangetrieben. „Der Markenkern lautet: Unsere Destination steht (eindeutig und unverwechselbar) für Eltern mit Kindern, Großfamilien und Genießer“, so Mangott. Motto: „We are family“. Innerhalb der Hauptzielgruppe hat jedes Segment (Kinder, Teenager, Erwachsene, Senioren) eigene Bedürfnisse, die es optimal zu erfüllen gilt“, so Mangott. „Es ist natürlich in so einem Markenentwicklungsprozess wichtig, dass man die eigenen Stärken definiert.

Unsere sind: eine enge Zusammenarbeit mit den touristischen Partnern, was kurze Wege, schnelle Entscheidungen und eine strategische Ausrichtung in der gesamten Region ermöglicht. Daraus entstand eine innovative und erfolgreiche Eigendynamik – und zwar bei allen Dienstleistern“ (Mehr über die Erfolgsstrategie von Serfaus-Fiss-Ladis lesen Sie in einem separaten Artikel Seite 44 - 48).

Guests will be different

Die nordamerikanische Sicht steuerte Chrys Nyberg, CEO von Powdr Resorts, bei und zeigte auf, wie sich 8 US-Skiresorts auf die Zukunft vorbereiten. Der Gast werde sich weiter verändern, daher sei es die größte Herausforderung für die Branche, die Schneesportarten weiter zu entwickeln, sagte der langjährige Praktiker. Die Zunahme von Schneesportanfängern, auf die man sich einlassen und begeistern muss, ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Hier arbeiten wir mit Lieferanten wie Burton zusammen, um Anfänger durch innovative Ausstattungen und Lernen im Gelände zu gewinnen. Jedes Resort hat sein einzigartiges Programm in der Schneeschule eingerichtet, das für dessen Kunden maßgeschneidert ist. Weiters verwenden wir ein „Anfängerkochbuch“, das Rezepte enthält, um die



Christoph Engl von Brand:Trust präsentierte „10 Thesen zur Zukunft des Alpinen Destinationsmanagements“.



Mag. Michael Rothleiner, GF Mayrhofner Bergbahnen, sprach gemeinsam mit Dr. Manfred della Schiava (Wissensberater) über den „Mountain Manager 2020“.



Chrys Nyberg, Präsident von Powdr Resorts, gab die amerikanische Sicht zum geänderten Gästeverhalten wider.

Dramatik zu vermindern, die ein Sportanfänger erfährt, sowie Treueprogramme als Faktor der Kundenbindung!“

Der Mountain Manager 2020

Dr. Manfred della Schiava, GF „Wissensberater“ Wien, und Mag. Michael Rothleiner, Vorstand Mayrhofner Bergbahn AG, widmeten sich dem Thema „Der Mountain Manager 2020“. Dabei ging es um Auswirkungen der Trends im Management von Bergbahnen, vor allem um die Einbindung der „community“ via Facebook bezüglich vorstellbarer Innovationen. Der Schwerpunkt aus all den Statements entpuppt sich meist als zielführend. Man muss heute sowohl die harten als auch weichen Faktoren gleichermaßen managen und visionär denken. Dazu bedarf es sozialer Kompetenzen, Intuition und Netzwerke. Der in der Bergbahnbranche noch überwiegend patriarchalische Führungsstil hat sich überlebt, gefragt sind natürliche Autorität, gemeinsames Procedere sowie Anerkennung der Mitarbeiter-Kompetenzen. Nur so gelingt die Begeisterung der Mitarbeiter, die für den Erfolg eine wesentliche Rolle spielt. Als gelungenes Praxisbeispiel stellte Michael Rothleiner die Einführung des PistenManagement-Systems ARENA bei den Mayrhofner Bergbahnen vor (vgl. auch MM 6/2013). Auf den Punkt gebracht ist das Wissensmanagement die Herausforderung schlechthin für den Mountain Manager 2020!

Wie Innovationen unser Leben verändern

Prof. Dr. Johann Füller, Hyve AG München, zeigte anschließend auf, dass eine Innovation sozusagen eine Wette in die Zukunft ist. Diese könne man wie einen Controlling Prozess strukturieren. Das Installieren von „Trend Scouts“ erweise sich hier als vorteilhaft – wobei dies durchaus auch Stammgäste und ausgewählte Mitarbeiter sein könnten.

Was die „neue digitale Welt“ in unseren Skigebieten verändert, demonstrierte Dr. Christoph Eisinger, Managing Director von Ski amadé. Diese Thematik ergänzend, zeichnete der Schweizer Internetunternehmer Jörg Eugster ein Bild, wie (mobile) Innovationen unser Leben von morgen verändern werden. Stilecht trat er mit der „Vision-Phone“ in der Skibrille auf...

Abschließend fand sich eine Expertenrunde zur Podiumsdiskussion über „Veränderung als Chance nutzen“ ein und gab Best Practice-Beispiele. Alle Teilnehmer, konkret Hermann Fercher (Direktor Lech-Zürs Tourismus), Rainer Flaig (CEO Saas Fee Bergbahnen), DDr. Andrea Del Frari (Kronplatz Bruneck), Valentin König (CEO Aletsch Arena Mountain AG), Mag. Hannes Parth (Vorstand Silvretta Seilbahn AG Ischgl) und Dr. Gerhard Vanzi (Marketingdirektor Dolomiti Superski, Gröden) sahen Veränderung als Chance, die es nach einer Neuorientierung zu nutzen gilt. Der Zukunftsausblick fiel positiv aus – vorausgesetzt Strukturvereinbarungen und der Ausbau des Sommergeschäftes schreiten zügig voran.

mak



8. Expertengespräch der Ski amadé Akademie

Digitale Services als Chance

Am 3. Oktober stand das Expertengespräch der Ski amadé Akademie ganz im Zeichen digitaler Services und der Frage, ob sie persönliche Gästebetreuung ablösen können. Die Antwort der Experten zeigte viel Potenzial für die Zukunft.



V.l.: Erich Falkensteiner, Aufsichtsratsvorsitzender der FMTG, Dr. Christoph Eisinger, Managing Director von Ski amadé, FH-Prof. Dr. Roman Egger und Prof. Dr. Florian Siegert.

Dr. Christoph Eisinger, Managing Director von Ski amadé, durfte sich auch 2013 wieder über großes Interesse am Expertengespräch freuen, das im Kultur- und Kongresshaus in St. Johann im Pongau über die Bühne ging. 150 Gäste aus Tourismus, Wirtschaft und Politik hatten es sich nicht nehmen lassen, sich über neue Trends und Chancen für den Tourismus zu informieren. „Das Expertengespräch der Ski amadé Akademie ist mittlerweile etabliert und sehr beliebt. Wir versuchen immer die aktuellsten Themen zu behandeln und trafen mit dem diesjährigen besonders den Zahn der Zeit“, so Dr. Eisinger in seinem Resümee.

Auch dieses Jahr war es Ski amadé wieder gelungen, mit Prof. Dr. Roman Egger, Professor am Studiengang „Innovation und Management“ der Fachhochschule Salzburg, Prof. Dr. Florian Siegert, Geschäftsführer der 3D RealityMaps GmbH sowie Professor an der Ludwig-Maximilians Universität München, und Erich Falkensteiner, Eigentümer der Falkensteiner Michaeler Tourism Group/GFMTG, renommierte Fachleute als Referenten zu gewinnen. Ihre Statements befassten sich mit der Thematik „Zukunft Tourismus: Lösen digitale Services die persönliche Gästebetreuung ab“?

Möglichkeiten nutzen, Chancen ergreifen

Prof. Dr. Roman Egger referierte über das Thema „High Tech oder doch lieber High Touch? Eine Kundenperspektive“. Vor dem Hintergrund einer omnipräsenten Informationsversorgung zeigte er innovative touristische Anwendungen moderner Technologien wie NFC oder Augmented Reality und präsentierte eindrucksvoll Zukunftsszenarien wie Skibrillen mit integriertem Navigationssystem sowie Kontaktlinsen mit umfassenden Informationen. Digitale Services würden bereits jetzt in allen sechs Phasen des Reisens wie Planung, Buchung, Vorbereitung, Reise, Aufenthalt in der Destination und beim Relaxen eine wichtige Rolle spielen, sodass in Zukunft mit einer noch größeren Bedeutung zu rechnen sei. In einer Stärken-Schwächen Analyse von Hightech versus Hightouch beschäftigten ihn dann noch Möglichkeiten und Defizite im Kundenzugang und ließen ihn schlussfolgern, dass sie sich gegenseitig nicht ausschließen, sondern ergänzen sollten.

Prof. Dr. Florian Siegert verglich in seinem Referat „Bergerlebnis 3.0 – die Urlaubsreise von heute beginnt im Web“ die Entwicklung touristischer Internet-

auftritte der letzten Jahre. Der Anteil an Stammgästen nehme kontinuierlich ab, der Tourist bleibe kürzer und wechsele häufiger sein Reiseziel. Dazu würden sich über 80 % aller Reisenden online über Unterkünfte, Aktivitäten und Freizeitangebote einer Region informieren, beinahe jeder dritte Skiurlaub werde über das Internet gebucht. Destinationen im Alpenraum müssten deshalb durch einen informativen und vor allem ansprechenden Webauftritt überzeugen. Hier habe sich in den letzten Jahren auch viel getan – von technischer Seite in Bezug auf Hardware und Internetgeschwindigkeit und seitens der Destinationen. Die Webseiten wären heute informativer, durch Fotos bunter und klarer strukturiert als noch vor drei Jahren. Am Beispiel von 3D-Reality Maps zeigte Prof. Siebert dann eindrucksvoll, was in der dreidimensionalen Darstellung für Urlaubsdestinationen schon heute möglich ist und wo die Zukunft liegen könnte. Erich Falkensteiner stellte sich die Frage, wie neue Medien sowie neue digitale Services mit dem Wintertourismus zusammenarbeiten und für beide Seiten Vorteile bringen könnten, wobei er den Weg von der reinen Bewerbung der eigenen Leistung hin zu einem integralen Bestandteil der Dienstleistung skizzierte. Es gehe nämlich darum, das Gasterlebnis, die Kundenbindung, die Personaleffizienz und die Zusatzverkäufe gezielt durch den Einsatz richtiger, intelligenter Technologien zu optimieren.



Eine Podiumsdiskussion der Experten rundete die Ski amadé Akademie 2013 ab.

Mit der Eigenentwicklung spezieller Tablet-PCs, sogenannter Suite-Pads, die man in den Zimmern der Falkensteiner Hotels vorfindet, sei es nicht nur möglich, den Gast punktgenau und aktuell zu informieren, sondern auch wesentliche Marketingerkenntnisse zu gewinnen. Er appellierte an alle Hoteliers und Gastwirte, ihre Angst vor digitalen Services zu überwinden und die persönliche Gästebetreuung damit positiv zu ergänzen.

SOFT + GFK + ALU = EINE COOLE RUNDE SACHE



Unser Austrian Skischool Competence Center entwickelt und produziert Produkte und effiziente bezahlbare Lehrmittel, welche die Sicherheit und Entwicklung der Bewegungsablauf steigern.



Einige Beispiele von durch ASCC entwickelte Produkte sind funktionelle High Five- & Hüftknick Softfiguren, Snowkids Kinderweste, Schneepflug Assistent und Alu Sitzbänke mit Softkissen.



Ihr Idealer Partner für Gesamtkonzepte und Ausstattung von Skigebiete und Skischulen!

Smart Solutions GmbH
Floraniweg 455/ 16 A-5753 Saalbach

Tel. +43 6541 20 6 02

www.smartsolution.at
info@smartsolution.at

proNeve Symposium 26. 9. mit Tomba, Sykora und Burger Skifahren – Volkssport mit Verfallsdatum?

Warum verliert der Alpinsport Nummer Eins langsam aber sicher an Boden und ||welche Rezepte gibt es, um Wintersport attraktiv zu halten? Ehemalige ||Skistars und Experten versuchten am proNeve-Symposium in Bozen über ||Impulsreferate, Best Practices und Dialog am runden Tisch Antworten auf diese Fragen zu geben.



Alberto Tomba sprach am proNeve Symposium über das Thema „Freude am Skisport vermitteln“.

proNeve ist eine unabhängige Plattform Südtiroler Experten und Promotoren aus Sport, Tourismus, Agrarwirtschaft, Universität, Journalismus, Umweltschutz, Politik, Seilbahnwesen und Wintertechnologie. proNeve wurde 2008 gegründet und ist im Bozener Dienstleistungszentrum TIS innovation park im Cluster „sports & winterTECH“ angesiedelt. Mit einem jährlichen Symposium greift proNeve vor Beginn der Wintersaison brennende Fragen rund um den Wintersport auf – diesmal ging es um das Nachfrageverhalten im Wandel sowie um Ideen, wie dem Volkssport Skifahren neue Perspektiven gegeben werden könnten. Die Palette der Ideen reichte dabei von öffentlichen Förderungen kleiner Skilifte bis hin zu Pistenqualität und dem Gleichgewicht zwischen Ökologie und Ökonomie.

Es geht um die Begeisterung

Der Skisport gilt als komplex und nicht gerade billig. Wie können trotzdem möglichst viele Menschen von diesem Sport begeistert werden? Für den ||italienischen Ex-Skistar Alberto Tomba ist es die Familie, die hier eine

tragende Rolle spielt – und der Spaß, der gegenüber dem Leistungsgedanken nicht in den Hintergrund rücken dürfe. Tombas Ansatz liegt dabei vor allem bei den Eltern, die ihren Kindern den Spaß am Skifahren vermitteln müssten – den Spaß an einem Sport also, der Hingabe, Zeit und Einsatz verlange. „Nur das Vergnügen dabei mache diesen Sport massentauglich“, so Tomba, dessen einfaches Fazit ist: „Wenn du keinen Spaß am Sport hast, dann bist du auch nicht imstande, eine ganze Saison lang Spitzenleistungen zu bringen.“ Recht bekam Tomba von seinem ehemaligen Rennlauf-Konkurrenten Thomas Sykora. Auch er hat das spielerische Element des Skifahrens in den Mittelpunkt gestellt: „Schließlich ist das Skifahren heute eine der wenigen Aktivitäten, bei denen Geschwindigkeit nicht bestraft wird“, so Sykora. Es seien vor allem die Menschen vor Ort, die die Begeisterung am Skifahren vermitteln müssten, betonte er. Und dafür müsste deren Begeisterung hoch gehalten werden. So würden in Österreich für die Mitarbeiter der Skianlagen gemeinsame Skiausflüge organisiert, um deren Freude am Sport zu stärken. Neben der Familie und den Menschen vor Ort käme schließlich der Schule eine Schlüsselrolle zu: „Wir sind uns bewusst, dass Skiausflüge einen enormen Aufwand darstellen, sie sind diesen Aufwand aber wert“, so Sykora. Zudem müsse die „Nahversorgung“ mit Skigebieten gesichert werden, indem die öffentliche Hand kleine Dorflifte bezuschusse.

Die Kosten im Auge behalten

Die Kosten des Skisports seien dagegen der bremsende Faktor, den es im Auge zu behalten gelte, so Joseph Burger, Direktor der Bergbahnen Kitzbühel AG. Er betonte in seinem Referat jedoch, dass es sehr schwierig sei, die Kosten zu senken. „Es ist ein Faktum, dass der Skisport heute weniger Menschen anzieht, er stagniert auf hohem Niveau. Wir müssen deshalb darauf achten, dass wir die Qualität hochhalten“, Burger wörtlich. Der Wintertourismus nähere sich den Wachstumsgrenzen, zumal die Skiaffinität in den wichtigsten Quellmärkten aufgrund einer Vielgestaltigkeit der Freizeitaktivitäten nachlasse. Außerdem bestehe eine konjunktur- und einkommensabhängige Leistbarkeit des Wintersports: 50 % der deutschen

Wintersportler rekrutieren sich aus der Einkommensgruppe unter € 3 000,- pro Monat. Wachstumshoffnung mit zunehmender Skiaffinität seien Russland, der CEE-Raum, STAN-Staaten (Kasachstan, Turkmenistan, Usbekistan, Afghanistan etc.) und die Türkei. Bei den Skigebieten selbst bemerke man eine zunehmende Konzentrationstendenz, Starke werden stärker, Mittlere und Mittelmäßigkeit brechen weg. Es gehe in Zukunft um nachhaltige ökonomische Wertschaffung bei ökologischer Tragfähigkeit. Innovationen dürften nicht als Aktionismus betrieben werden, sondern als Mittel zum Zweck: Begeisternde Befriedigung der Freizeitsehnsüchte. Die Grundlagen für den Erfolg seien jedoch immer begeisterte Mitarbeiter sowie eine „Wertegemeinschaft“, die nichts mit althergebrachter „Kommandowirtschaft“ zu tun habe.

Best Praxis Beispiele

Als eine kulturelle Aufgabe empfand schließlich Alex Andreis, Präsident der von Erwin Stricker ins Leben gerufenen Plattform ProNeve, die Erhaltung des Skisports: „Wir müssen den kulturellen Background stärken, den der Skisport seit jeher in den Alpen hat“, so Andreis. Welche Initiativen diesbezüglich derzeit in den einzelnen Alpenländern laufen, zeigten die „Best Praxis“-Beispiele der folgenden Referenten: + Marco Cerny (A), Projektmanager Servicestelle Wintersportwochen;



Dr. Josef Josef Burger, Vorstand Kitzbüheler Bergbahn AG, präsentierte seine Gedanken über „Nachfrageverhalten beim Wintersport im Wandel“.

- Wencke Höllig (D), DSV-Jugendsekretärin „Schule-Jugend-Sport-Gesundheit“; Projekt: „Auf die Plätze, fertig...Ski!“ |
- Markus Feller (CH), Verantwortlicher „Fairness und Sicherheit im Sport“ im Bundesamt für Sport;
- DDr. Andrea Del Frari (I), Geschäftsführer Skirama Kronplatz, Projekt: „Skifahren – ganz sicher“.

ERFOLG IST PLANBAR. WIR WISSEN WIE!

Wir entwickeln innovative und nachhaltige Kommunikations- und Marketingstrategien, die zu einer kontinuierlichen Auslastung, langfristigen Wettbewerbsvorteilen und mehr zufriedenen Gästen führen. Kontaktieren Sie uns jetzt und lernen Sie uns, unsere Arbeitsweise und den Nutzen für Sie kennen.

FIXEDMIND GMBH & CO. KG | HINDELANGER STR. 35 | 87527 SONTHOFEN | DEUTSCHLAND
FON: +49 8321 676155-0 | WWW.FIXEDMIND.DE | INFO@FIXEDMIND.DE



Erfolgreiche Bilanz für theALPS 2013

Mythos Alpen – Strategien für die Zukunft

Von 19. bis 20. September fand heuer zum vierten Mal – erstmalig in Chamonix Mont-Blanc (F) in den Westalpen – die touristische Fachveranstaltung theALPS mit 300 Fachleuten statt. Das Fazit der Gastgeberregion Rhône-Alpes, des Trägervereins AlpNet und dessen Partnerregionen fiel positiv aus: Auf den erfolgreichen Tag im theALPS Handelsraum folgte ein hochkarätiges theALPS Symposium und die mit Spannung erwartete theALPS Award-Verleihung.



Quo vadis Mythos Alpen? – Unter diesem Titel eröffnete der Markenexperte Christoph Engl das theAlps Symposium 2013.



Felizitas Romeiß-Stracke setzte sich in ihrem Vortrag mit der Entwicklung der „Tourismus-Industrie“ zur „Experience Economy“ auseinander.

Das 4. theALPS Symposium verfolgte das Ziel, durch bessere Vernetzung, gemeinsame Analysen und Zukunftsstrategien nachhaltige Impulse für einen zukunftsweisenden, wertschöpfungsintensiven und ganzjährigen Alpentourismus zu diskutieren und zu initiieren. „Mythos Alpen – Strategien für die Zukunft“ lautete der Titel der prominent besetzten Veranstaltung und beleuchtete die Relevanz des alpinen Mythos für die Tourismuswirtschaft aus mehreren Blickwinkeln.

Wovon träumt der Gast?

In seinem Vortrag „Quo vadis Mythos Alpen?“ führte Christoph Engl eingangs aus, wie der Mythos in den Alpen über viele Jahrhunderte durch Bilder, Geschichten und Musik aufgebaut wurde. Jetzt müsse man aber „anpacken“, weil sich der Alpentourismus nicht auf der wundervollen Landschaft und der bereits bestehenden touristischen Infrastruktur ausruhen könne. „Wir brauchen Geschichten!“, stellte der Markenexperte fest. Es gehe nicht darum „was der Gast will, sondern wovon er träumt.“ Die Sehnsucht im Gast müsse geweckt, ein alpinen Lebensgefühl vermittelt werden. Es gehe heutzutage nicht mehr darum al-

le Eigenschaften einer Destination zu vermitteln, sondern über Emotionen eine Bindung zum Gast aufzubauen. Engl spannte in seinem Vortrag dabei klar einen verbindenden Bogen zwischen Mythos, Traum und Marke. Über Marken könne Glaubwürdigkeit, Attraktivität und Unterscheidbarkeit vermittelt werden, daher kämen sie dem Mythos und seinen Strukturen sehr nahe. „Es braucht bei jedem Produkt Einzigartigkeit, etwas Besonderes, denn ohne Exzellenz wird heute keiner mehr bestehen können“, schloss Christoph Engl seinen Vortrag.

Wachstumschancen im Sommertourismus

Die beiden Tourismuschefs Marc Béchet (Rhône-Alpes Tourisme) und Josef Margreiter (Tirol Werbung) präsentierten in ihrem Vortrag „Westalpen treffen Ostalpen“ Ergebnisse aus einer Umfrage unter den an theALPS teilnehmenden Tourismusexperten. Eine der Kernbotschaften daraus sei die Aussicht auf eine „gute Zukunft auf Basis des Wertschöpfungsmotors Wintertourismus“, wobei es dieses Volumen gerade im Kernmarkt Europa über stetige Qualitätsentwicklung zu halten gelte. Laut der Umfrage sehen die Alpentouris-

tiker stärkere Wachstumschancen im Sommertourismus: Da dieser wesentlich vielfältiger als der Wintertourismus sei, sei es das Gebot der Stunde sich sowohl auf betrieblicher als auch auf Destinationsebene besser zu profilieren. Gerade die Destinationsebene erfordere ein Arbeiten in Netzwerken, wie es auch dieser Tage bei theALPS in Chamonix Mont-Blanc geschehen sei. Die Bildung und Stärkung von Kooperationen sei ausschlaggebend für die Zukunft des Alpentourismus. Für die Profilierung des Urlaubsangebotes selbst – den größten aller Erfolgsfaktoren – gilt es eine gemeinsame Strategie mit exzellenten, stimmigen und authentischen Leistungsangeboten zu entwickeln.

Nicht in Destinationen, sondern in Räumen denken

Nach einem provokativen Einstieg – die Inszenierung der Alpen sei ein Gegensatz zum Mythos der Alpen – ging Felizitas Romeiß-Stracke in ihrem Vortrag Entwicklung der „Tourismus-Industrie“ zur „Experience Economy“ der Frage nach, ob die Erlebnisinszenierung eventuell das Ende für den Alpentourismus sei. Die profilierte Tourismus-Denkerin betonte dabei die bestehende Verbindung zu dem Tourismus vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen, wie beispielsweise Landwirtschaft, Mode, Sport, Kultur und Architektur. Die Tourismusbranche müsse natürlich ganzheitlich betrachtet werden: „Es darf nicht in Destinationen, sondern es muss in Räumen gedacht werden.“ Diesen gemeinsamen Raum müsse man gut gestalten, dann hätte man mit dem Instrument der Erlebnisinszenierung die Möglichkeit, etwas Besonderes zu leisten und Gäste für die Alpen zu gewinnen.

theALPS Award an „Hexenwasser“ vergeben

Nach dem theALPS Symposium wurde am Freitag, den 20. September der theALPS Award verliehen. Die begehrte Auszeichnung für herausragende Leistungen zum diesjährigen Leitthema „Sommerattraktionen am Berg“ ging an das Hexenwasser aus Söll in Tirol. Das Siegerprojekt ging aus insgesamt 30 Einreichungen und fünf Finalisten aus vier Nationen hervor. Zum Abschluss der Veranstaltung theALPS 2013 streute AlpNet-Präsident Josef Margreiter der Gastgeberregion Rhône-Alpes Rosen: theALPS sei als Initiative gestärkt worden – nicht nur im Sinne einer erfolgreichen Veranstaltungsorganisation, sondern auch im Ausbau des Netzwerkes mit französischen Touristikern und wichtigen Geschäftspartnern aus neuen Märkten. Die „Makroregion Alpen“ müsse künftig noch näher zusammenrücken und mehr zusammenarbeiten, dies sei bei theALPS deutlich bestätigt worden.

Die altbewährten drei Säulen von theALPS – Handelsraum, Symposium und Award – wurden abermals als erfolgreich und sich gegenseitig ergänzend erlebt und bestätigt. „Seitens AlpNet freuen wir uns sehr, dass sich die Veranstaltung theALPS als erste große Initiative dieser Vereinigung weiterentwickelt und -bewegt“, so Margreiter. Es gebe Bestrebungen, die Veranstaltung 2014 in Graubünden auszutragen.

ARENA[®]

**MEHR SCHNEESICHERHEIT UND PISTENQUALITÄT
BEI WENIGER RESSOURCENEINSATZ.**

DAS SCHONT DIE UMWELT UND STEIGERT DAS BETRIEBSERGEBNIS.



Das Hexenwasser in Söll, Tirol, gewann den Alps Award 2013 für herausragende Leistungen zum diesjährigen Leitthema „Sommerattraktionen am Berg“.

Der Trägerverein AlpNet

theALPS wird vom Trägerverein AlpNet und dessen Partnerregionen getragen. Die Regionen Graubünden, Rhône-Alpes, Südtirol, Tirol, Trentino und Wallis haben sich zusammengeschlossen, um ein klares Signal für einen nachhaltigen, ganzjährigen Alpentourismus zu setzen. Es gilt die Innovationskraft zu bündeln, neue Trends zu entwickeln und alpine Themen zu positionieren. Darüber hinaus wird mit theALPS einmal jährlich interessierten Tourismusex-

perten des Alpenraums die Gelegenheit geboten, Geschäftskontakte zu knüpfen, kollegiale Netzwerke zu stärken sowie neue Anregungen und Erkenntnisse zu sammeln. Im Vorfeld von theALPS 2013 wurde am Mittwochabend beim AlpNet Boardmeeting Josef Margreiter (Tirol Werbung) zum Präsidenten gewählt. Unterstützt wird er in seiner Tätigkeit von den Vize-Präsidenten Marc Béchet (Rhônes-Alpes Tourisme) und Gaudenz Thoma (Graubünden Ferien).

DER BESTE SEIN VERPFLICHTET.

Wir sind da, wo Ihr PistenBully ist.
 Auf dem höchsten Berg, der entlegensten Piste – das PistenBully-Serviceteam ist sofort und überall für Sie da. Über 130 Vertriebs- und Servicestützpunkte weltweit garantieren schnelle Unterstützung und Ersatzteillieferung Rund um die Uhr, sieben Tage die Woche und 52 Wochen im Jahr. Wir lassen Sie nicht im Stich. Darauf können Sie sich verlassen.

www.pistenbully.com

PistenBully®

Zugspitz Arena

Grenzüberschreitende Zusammenarbeit erfolgreich gestartet

Die Kooperation über die Staatsgrenzen hinaus, die Garmisch-Partenkirchen, Grainau und die Tiroler Zugspitz Arena geschlossen haben, zeigt erste Ergebnisse. Einige der 13 Teilprojekte wurden bereits an Projektpartner vergeben.

Im Interreg IV A Programm Bayern-Österreich wurde im November 2012 eine grenzüberschreitende Kooperation eingereicht und genehmigt. Damit gehen die Tourismusregionen an der Zugspitze neue Wege und sind europaweit ein Beispiel für grenzenlose Zusammenarbeit. Durch die Umsetzung des Maßnahmenpaketes soll eine Ganzjahresdestination an der Zugspitze entstehen, die gemeinsam die relevanten Märkte anspricht und damit die Stärken bündelt.

13 Teilprojekte aus den Bereichen Markenentwicklung, Tourismusmarketing, Produktentwicklung, Infrastruktur und Events stehen bis Ende 2014 auf der Agenda der Regionen Garmisch-Partenkirchen, Grainau und Tiroler Zugspitz Arena. Mit Unterstützung von EU Fördermitteln, die 60 % der rund 850 000 Euro starken Investition ausmachen wird, ist es nun möglich, noch stärker gemeinsam am Markt aufzutreten und eine deutsch-österreichische Ganzjahresdestination in den Fokus zu stellen.

Starker Start

Die ersten Maßnahmen auf dem Weg zu einer gemeinsamen Marke wurden bereits erfolgreich gestartet. Nach EU konformer Ausschreibung wurden die jeweils geeigneten Projektpartner gefunden, die den Regionen zur Seite stehen und die Einzelmaßnahmen begleiten. Ein Teilprojekt des Gesamtkataloges ist der Markenbildungsprozess, der aktuell in vollem Gange ist. Ziel ist es dabei, die Stärken aller drei Regionen zu definieren und die Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten. Beim Finden dieses strategischen Markenprofils steht den Regionen die Trasser Markenberatung zur Seite. Unter anderem wurden bereits Markenworkshops durchgeführt, bei denen mehr als 60 Leistungsträger aus den Re-



V.l.: Hermann Oberreiter, Obmann Tiroler Zugspitz Arena, Katrin Perktold, Geschäftsführerin Tiroler Zugspitz Arena, Petra Vogt, Kurdirektorin Grainau, und Peter Nagel, Tourismusdirektor Garmisch-Partenkirchen.

gionen mitgearbeitet haben. In einer Steuerungsgruppe wurden die jeweiligen Ergebnisse genauer reflektiert und ausgearbeitet.

Ebenfalls bereits in Arbeit ist ein gemeinsames Freizeitmagazin des ADAC. Die erste Redaktionssitzung, bei der einige Themen bereits fixiert wurden, fand Anfang Juli statt. Große Reportagen, Interviews, Essays und Fotostrecken stellen den Facettenreichtum der Region an der Zugspitze vor, erste Recherchen wurden durchgeführt. Der Erscheinungstermin des Magazins ist Juni 2014.

Gemeinsamer Auftritt

In Auftrag gegeben ist ein gemeinsamer Imagefilm, der von Runimation, einem Filmteam aus der Tiroler Zugspitz Arena, realisiert wird. Darin wird die Besonderheit der Destination an der Zugspitze vorgestellt. Der Hauptfilm wird alle Jahreszeiten darstellen und in deutsch und

englisch produziert. Kürzere Saisonspots, Social Media Clips und ein TV-Werbespot sind ebenfalls geplant.

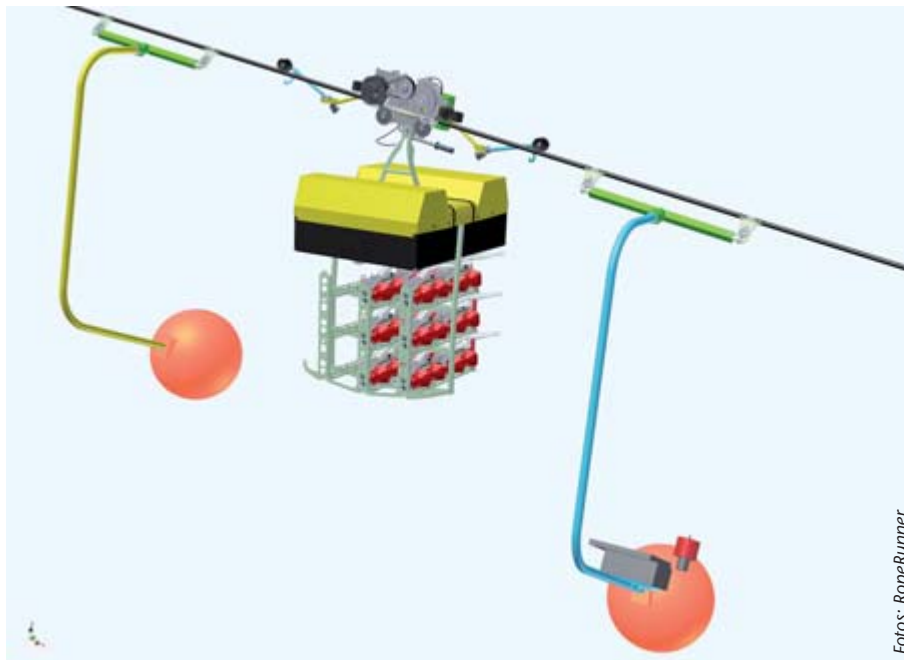
Auch bereits in Planung ist ein Großevent, das die sportlichen Highlights der drei Regionen hervorhebt. Als Projektpartner wurde bei der Ausschreibung die Veranstaltungsagentur Plan B mit Vivalpin gewonnen. Im Juni 2014 steht ein Mountainbike Großevent auf dem Programm, für den Juli 2014 ist ein Laufwochenende geplant. Beide Großveranstaltungen binden alle drei Regionen ein. Um Übernachtungsgäste zu gewinnen und sowohl Breitensportler als auch ambitionierte Amateure oder sogar Profis anzulocken, sind ein vielseitiges Rahmenprogramm sowie sportliche Herausforderungen für verschiedene Leistungsstufen vorgesehen.

i Infos:
www.zugspitzarena.com

RopeRunner bringt 3 Innovationen nach Val Thorens

Höchste ZIP-Line der Welt verbindet Skigebiete

RopeRunner Geschäftsführer Tom Liebmann eilt von einer interessanten und nützlichen Neuentwicklung zur nächsten. Beim aktuellen Projekt im französischen Skigebiet Orelle – Val Thorens kommen gleich 3 Innovationen zum Zug: erstens ein selbstfahrender Transportroller, der zweitens sogar die Luftraumwarnkugeln auf dem Parallelseil überfahren kann und drittens eine Skihalterung auf der Rückseite des Sitzgurt. Denn auf der vermutlich höchsten ZIP-Line der Welt in 3 300 m Höhe werden die Gäste mitsamt ihren Skiern oder Snowboards von einem Skigebiet zum anderen „fliegen“. Hiermit ist eine neue Anwendung des RopeRunner geboren!



Fotos: RopeRunner

Der neue selbstfahrende Transportroller von RopeRunner sorgt für einen unkomplizierten Rücktransport der Ausrüstung.

Bei einer offiziellen Ausschreibung eines 1 300 m langen ZIP-Line Projektes in Orelle – Val Thorens zur Verbindung der beiden Gletscher-Gebiete konnte sich RopeRunner gegenüber der französischen Konkurrenz aufgrund des hohen Innovationsstandards sowie der geringen Instandhaltung durchsetzen. Das vielleicht wichtigste Kriterium war jedoch die von RopeRunner angebotene Möglichkeit, den Rücktransport der Ausrüstung auf einem parallel verlaufenden zweiten Seil abwickeln zu können – und zwar mit einem selbstfahrenden Transportroller, welcher in der Lage

ist, auch die gemäß Vorschrift aufgehängten Luftraumwarnkugeln zu überfahren!

Bei der Anlage selbst wird es sich um die vermutlich höchste ZIP-Line der Welt handeln: der Start erfolgt in 3 300 m Höhe beim Gipfel von Orelle, dann führt die Strecke über einen Graben mit einem Gletscher auf die andere Seite zur Talstation in Val Thorens auf 3 000 m Höhe. Die Installation dieser ausschließlich für den Winterbetrieb vorgesehenen Verbindung (!) soll den Wintersportlern eine rasche und unkomplizierte Rückkehr von Orelle nach Val Thorens ermöglichen –

und obendrein ein außergewöhnliches Fahrerlebnis, das den Skitag sozusagen in der Luft abrundet! Der „Flug“ dauert ca. 100 Sekunden bei einem maximalen Tempo von 100 km/h und höchstem Bodenabstand von 230 m, als Bremsystem wird das Smart Run eingesetzt. Zum Vergleich: mit den Skiern wäre man bis zu zwei Stunden unterwegs, um dieselbe Stelle zu erreichen. So bietet dieser besondere Anwendungsfall des RopeRunner gleich zwei Vorteile: das für die meisten Gäste völlig neue Fahrerlebnis auf der ZIP-Line sowie die Zeitersparnis. Falls das Wetter am Gletscher für die Montage mitspielt, ist die Eröffnung für Ende Dezember 2013 geplant.

Ein „Flug“ mit den Ski am Rücken

Die Sportgeräte wird der Fahrgast hinten am Sitzgurt mitnehmen, wo sie an 4 Klemmpunkten mittels Träger (Alukreuz) befestigt werden. Die Ski werden dabei so angebracht, dass sie mit der flachen Seite in die Fahrtrichtung zeigen, um den Luftwiderstand möglichst gering zu halten. Mit zwei Spanngurten wird das Sportgerät zusätzlich gesichert. Diese tolle Neuentwicklung lässt sich beim neuen RopeRunner-Sitzgurt auch nachrüsten. Der Skihalter ist außerdem zwecks leichterem Rücktransport einklappbar, für den Sommerbetrieb kann man die Halterung einfach weglassen. Ein „Fliegen“ mit Skischuhen tut der Sache übrigens keinen Abbruch, wie die Erfahrungen am Stoderzinken zeigen. Ebenso genial ist die Lösung für den

Rücktransport der Seilrollen, Sitzgurte und Skihalter ausgefallen: statt sich 100 und mehr Seilrollen anzuschaffen und diese am Abend wieder aufwändig retour zur transportieren – mit dem Pistenfahrzeug benötigt man 3 bis 4 Stunden Fahrzeit – erledigt diesen Job in Val Thorens ein selbstfahrender Transportroller auf einem Parallelseil. Das 40 kg schwere Gerät wird von einem 6 kW Elektro-Motor mit Akkuzellen angetrieben, ähnlich wie man dies von Elektromobilen her kennt. Pro Akkuladung gelangen je nach Distanz 2–3 Bergfahrten, die Bestückung fasst 18 komplette Ausrüstungen. In das unten liegende Regal werden die Seilroller gestellt, oben befindet sich eine leichte Box (gewebeverstärkte LKW-Plane) für die Gurte, die mittels Reißverschluss geöffnet werden kann. Die Fracht wird durch einen Spanner verschlossen, an Zuladung sind 110 kg möglich. Weiters ist der Transportroller mit einer eigenen SPS Steuerung und einer Wegmessung ausgerüstet, damit das Gerät seine Position kennt und das jeweils richtige Tempo wählt. So wird z. B. vor einer Station automatisch verzö-

gert. Die Behörden schreiben allerdings für so ein Parallelseil das Anbringen von Luftraumwarnkugeln in regelmäßigen Abständen vor. Auch darum kümmert sich die Firma Engineering Mechatronics, genauso wie um den Mini-Kran zum Herunterheben des Transportrollers vom Seil. Auf diese Weise gelingt einer einzigen Person das Handling des Rücktransportes.

Mit nur 20 Ausrüstungen beginnen

Damit nicht genug, hat er auch die Technologie entwickelt, dass der Transportroller bei der Bergfahrt die Arretierung dieser Luftraumwarnkugeln überfahren kann. Somit kann der Betreiber bereits mit 20 Ausrüstungen beginnen und auf Wunsch später noch nachbestellen, wenn die Frequenzen beobachtet wurden. Rein rechnerisch wären mit dieser einen Line pro Stunde ca. 24 Personen abzufertigen. Zum Vergleich: die 4 Lines am Stoderzinken bringen es auf 70 Personen/Std. Frequenz, an Spitzentagen wurden über 420 Personen gezählt und insgesamt bisher über 25 000



Ebenfalls eine Neuheit ist der Skihalter am Sitzgurt des Fahrgastes, womit eine neue Anwendungsmöglichkeit des RopeRunner Realität wird.

Fahrten. Das hier eingesetzte Online-Buchungssystem führt regelmäßig zur Ausbuchung der Anlage: wer sich nicht zwei Tage vorher anmeldet, erhält keinen Startplatz – eine bessere Werbung gibt es nicht!

Die Erfahrungen aus der Praxis zeigen jedenfalls, dass der Nutzen und Wert eines RopeRunner für sich spricht. **mak**



Schnelle Strukturen und griffige Kanten für alle Pistenbedingungen



Photo: HEAD



MONTANA

SAPHIR PRO mit RACE EDGE Technologie
Optimal für den Rennschliff



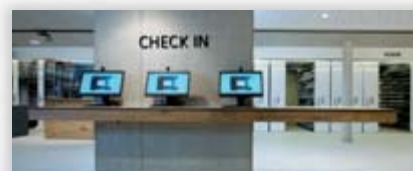
NEU: MONTANA Serviceroboter SAPHIR PRO RACE EDGE

Für die professionelle Präparation von Ski und Snowboards. Jetzt mit optionalem RACE EDGE Aggregat. Diese Finish-Technologie ist auch in einer Einzelmaschine erhältlich.



MONTANA JETBOND

Skibindungseinstellgeräte in zwei Varianten für die präzise Bindungsmessung in weniger als zwei Minuten – jetzt mit neuer Benutzer-Oberfläche.



MONTANA abs und Verleihsoftware

Flexible Aufbewahrungssysteme für Ski, Boards, Schuhe, Helme und Stöcke. Mit neuen, bahnbrechenden Referenzen. Die Verleihsoftware von SPORTS RENTAL vernetzt JETBOND, SELF TERMINAL und Verleih.

Deutschland

MONTANA Sport Deutschland GmbH
D-79224 Umkirch • www.ski-service.com

Österreich • Südtirol

MONTANA technology for wintersports GmbH
A-6700 Bludenz/Lorüns • www.ski-service.com

Schweiz • International

MONTANA SPORT INTERNATIONAL AG
CH-6370 Stans • www.montana-international.com

Smart Solutions mit erweiterter Produktpalette

Das leistbare Konzept für Anfängergelände

Die Smart Solutions GmbH aus Saalbach gehört zweifellos zu den innovativsten Firmen Österreichs. Eigentümer Dr. Ruud CD Lether MBA – ehemaliger Arzt und Skilehrer – entwickelt seit Jahren hochqualitative Produkte, welche die Gästebedürfnisse bei Skischulen und Bergbahnen exzellent abdecken. Die jüngste Innovation, funktionale Softfiguren als wirkungsvolle und bezahlbare Lehrmittel, rundet die breite Produktpalette mit einem weiteren Mehrwert ab. Wenn es um Anfängergelände geht, kommt an Smart Solutions künftig niemand mehr vorbei.



Smart Solutions ist der ideale Partner, um ein Anfängergelände einzurichten. Die neuen Soft-Figuren sind nicht nur Eye Catcher, sie haben auch eine didaktische Funktion.

Dr. Ruud Lether MBA geht es darum, die Begeisterung für den Schneesport zu steigern. Nur dann lässt sich die Anzahl der Wintersportler steigern bzw. können die für die Zukunft so wichtigen Anfänger generiert werden. Aus dieser Absicht heraus und den Erfahrungen aus 18 Saisonen Skischule gründete Ruud vor zwei Jahren mit 4 innovativen Skischulen (Bögei in Filzmoos, Dagn in Reith-Kitzbühel, Wielandner in Hochkrimml und die Alpin-Skischule Schneider Kaprun) das Austrian Skischool Competence Center (ASCC), das die „richtigen“ Innovationen hervorbringen soll. Hier sind Profis am Werk, die wissen, was die Zielgruppe wirklich möchte und wie das Gelände beschaffen sein muss. Da Ruud früher Arzt war und in Kinderpsychiatrie sowie in der Farbenlehre ausgebildet ist, kann er zusammen mit den Fachleuten etwas bieten, wozu sonst niemand auf dem Weltmarkt in der Lage ist.

Soft-Figuren mit didaktischer Funktion

Fangen wir bei der jüngsten Neuheit an, den funktionalen Soft-Figuren. Hier geht es nicht einfach um Eye-Catcher – obwohl die Designs grafisch von höchster Qualität im Stil beliebter Zeichentrickfilme sind – sondern um Tierfiguren, die helfen, Kindern und auch erwachsenen Anfängern auf spielerische Art das Skifahren beizubringen. Zum Beispiel kann man über so einen Spaßartikel den Hüftknick lernen, indem man einfach mit dem Po den Affenball berührt. Oder man gibt nach dem Überfahren einer Welle einen „High Five“, den die Softfigur sogar erwidert (dank spezieller Kipp-technik). „Diese Elemente haben einen didaktisch hohen Wert und das ist absolut neu an der Sache“, verrät Ruud. „Da wir heute in einer Multimedia-Erlebniswelt leben, müssen wir auch diese Dimensionen bieten, sonst fallen wir zurück. Die Kids werden heute von Multimedia aus dem Schneesport weggezogen, daher



Auch das Thema „Sitzbänke“ wurde von Smart Solutions neu und effizient interpretiert. Sie dienen u. a. sogar zum Chillen für die Teenager und als Starthilfe für Jumps.

Alle Elemente, ob aus GFK-, Soft- oder Alu-Produktion, lassen sich auch für kleinere Betriebe zu einem preiswerten Konzept optimal kombinieren.

schreit der ganze Markt nach adäquaten Lösungen. Die Sache muss so heiß sein bei den Kleinen, dass sie unbedingt Snowsportler werden wollen. Davon abgesehen machen Hilfsmittel wie Softfiguren es auch den Skilehrern leichter, weil die Zielgruppe begeistert ist.“

Alles perfekt kombinierbar

Es geht allerdings nicht nur um den Wintersport. Man kann auch bei Sommertrails und Mountainbiken Softfiguren einsetzen. Dafür hat Smart Solutions spezielle Figuren, die sogenannten „sportiven Bergzwerge“ entwickelt. Sämtliche Soft-Figuren – ob aus der Dschungel-Linie oder der Zwergen-Linie – sind perfekt kombinierbar mit den GFK-Produkten von Smart Solutions wie z. B. dem Pilzhaus, den Eichhörnchen oder Giraffen sowie mit der Alu-Umzäunung und natürlich den Kostümen für Animationsprogramme. Die Planen der Gelände-Umzäunung lassen sich z. B. wiederum mit den sportiven Bergzwerge oder den Dschungel-Tieren darauf branden. Ergänzend gibt es Tic Tac Toe, Puzzle als Sitzwürfel und Bögen aus Softmaterial. Alles in allem kann sich nun auch ein kleinerer Lift- oder Skischul-Betreiber für relativ wenig Geld eine tolle komplette Standardausrüstung für ein Anfängergelände leisten, die auf die Zielgruppe perfekt zugeschnitten ist. Nicht jeder ist ja Serfaus – wo übrigens jede Menge dieser Elemente bereits eingesetzt werden....

Natürlich kann die Standardausrüstung mit einem speziellen Design der jeweiligen Gesellschaft versehen werden. Die Mehrkosten sind nicht dramatisch. Wichtig ist, dass ein Betreiber dank des Modulsystems von

Smart Solutions jährlich erweitern und innovieren kann: Er braucht ja keine Prototypen entwickeln lassen. Dass hier ständig neue Ideen nachkommen, dafür sorgt schon Ruud regelmäßig, wie er gegenüber dem Mountain Manager versichert!

Sitzbänke und Skiständer clever konzipiert

Dass Smart Solutions clevere Konzepte entwickelt, hat man auch in der Vergangenheit schon öfters gesehen. Man denke nur an die leichten und trotzdem robusten Alu-Sitzbänke mit Softkissen, die heute überall im Skigebiet verwendet werden, oder an die attraktiven, multifunktionalen und nachhaltigen Alu-Skiständer. Oder an die Umzäunung, welche ohne Verschrauben höhenverstellbar ist.

Bei ersteren bestand ja in Gestalt der „Bierbänke“ das leidige Problem, dass sie umkippten, wenn alle bis auf einen an der Ecke sitzenden Skischüler aufstanden! Das ist hiermit Vergangenheit. Der Beginners Park Serfaus verwendet die Sitzbänke jedoch auch im Unterricht als Starthilfe für Jumps. So kann auch ein schlechter Fahrer ein Sprungerlebnis haben. Dadurch erhält man viel mehr Anmeldungen in der Skischule im New-School und Funbereich!

Man sollte überhaupt bedenken, dass nur wenige Prozent der Gäste die immer gigantischer werdenden Funparks benutzen können, ohne sich zu verletzen. „Besser wäre es etwas anzubieten, das der Großteil nutzen kann, sonst ist es unwirtschaftlich“, meint Ruud. Dem kann man eigentlich nur beipflichten. **mak**



Drahtseile für Neuanlagen, Reparatur und Wartung
an Schlepp-, Sesselliften, kuppelbaren Bahnen, Hebetchnik
Seil- und Hebetchnik
J. Nepomuk Weiß

Ausführen sämtlicher Wartungsarbeiten, Spleißen, Kürzen, Vergießen, Reinigen, Nachkonservieren

- kurzfristige und flexible Montagezeiten
- fachgerecht und individuell durch langjährige Praxiserfahrung (Meisterbetrieb in der 5. Generation)
- auf Wunsch laufende Überwachung der aufliegenden Seile. Wir führen UVV-Regelüberprüfungen durch.

Grießenbachstraße 35 • 83098 Brannenburg • Telefon +49 (0) 80 34 70 58 00 • Telefax +49 (0) 80 34 70 58 01
 Mobil +49 (0) 170 8 62 23 99 • www.seilprofi-weiss.de • info@seilprofi-weiss.de

Mag. Michael Philipp, OBRA Design



Fotos: OBRA Design

Mit Aktiv-Spielbereichen Besucher begeistern

Mag. Michael Philipp, Geschäftsführer beim Spielplatzgerätehersteller OBRA-Design aus Neukirchen/Vöckla, sprach auf der 6. Outdoor Tagung in Salzburg über Trends und Tendenzen für Aktiv-Spielbereiche. Viele umgesetzte Projekte bezeugen bereits, dass die Umsätze bei Bergbahnen und Gastronomie durch solche Outdoor-Inszenierungen namhaft gesteigert werden können.



Die Bergbahnen Rosshütte in Seefeld reüssieren seit Juni 2012 mit einem „Bergwerksspielplatz“. Im Bild Teilansicht „Hanganlage mit Förderturm“.

MM: „Herr Philipp, was versteht man unter Aktiv-Spielbereichen, was bewirken sie und welche Kategorien unterscheidet man?“

Philipp: „Darunter versteht man Spielbereiche, bei denen die Spielenden durch aktives Nutzen von Geräten bzw. Umgebungen anregende, lustvolle und lehrreiche Erfahrungen sammeln. Sie dienen der Förderung der Gesundheit, der motorischen Fähigkeiten, der zwischenmenschlichen Kontakte, stärken den Generationenzusammenhalt und kompensieren schwindende Naturräume. An Kategorien unterscheidet man: Klettern/Schaukeln/Drehen/Balancieren/Rutschen/Wippen und Experimentieren“.

MM: „Wie sieht die Herangehensweise für erfolgreiche Aktiv-Spielbereiche aus?“

Philipp: „Grundsätzlich muss man sich immer die Frage stellen: Was will ich mit meinem Aktiv-Spielbe-

reich erreichen? Der Wunsch des Touristiklers nach langer Verweildauer kann in erster Linie mit vielseitigen Kletter-, Balancier- und Experimentierbereichen erzielt werden. Die Wichtigkeit von Elementen, die kürzer genutzt werden (z. B. Federwippen) sollte aber auch nicht unterschätzt werden, da hier die Stimulation schneller einsetzt. Man sollte immer ein langfristiges Konzept verfolgen, anstatt bloß Geräte anzuhäufen. Weiters gilt es, die Umgebung mit einzubeziehen und Angebote für alle relevanten Altersgruppen zu schaffen.

Weitere Empfehlungen:

- ▶ Leisten Sie sich einen professionellen Planer!
- ▶ Achten Sie bei Spielgeräten auf die Einhaltung der Spielgerätenorm EN1176;
- ▶ Bedenken Sie schon vor der Errichtung die künftige Wartung!
- ▶ Inszenieren Sie Erlebnisse!“

MM: „Welche Trends und Tendenzen für Aktiv-Spielbereiche sind erkennbar?“

Philipp: „Hier kann ich folgende Punkte nennen:

- ▶ Thematisierungen, oft mit Bezug zur Region;
- ▶ Schaffen einer ‚Story‘ als Handlungsbogen;
- ▶ Einbeziehen der Natur und Spiel mit den Elementen;
- ▶ Herausfordernder Charakter der Anlage.“

MM: „Was können Sie bzw. Ihr Unternehmen zur Ankurbelung des Sommergeschäftes im alpinen Tourismus beitragen?“

Philipp: „Wir können aus der Erfahrung zahlreicher umgesetzter Projekte in den letzten 10 Jahren sagen, dass attraktive, großzügige Aktiv-Spielbereiche die Umsätze bei Bergbahnen und Gastronomie steigern können. OBRA Design kann mit dieser Erfahrung maßgeschneiderte Erlebnis-Inszenierungen mit Spielgeräten anbieten. Durch unsere Zusammenarbeit mit

mente wie einen Moosirrgarten, Bandolino-Hütte, Moortivity, ein Moordorf uvm. enthält.“

MM: „Welche Erkenntnisse wurden nach 4 Jahren Betrieb des OBRA Kinderlandes gewonnen?“

Philipp: „Es konnten sowohl die Refinanzierung als auch Überschüsse erzielt werden.

Ein Betrieb mit geringem Personaleinsatz ist möglich und die Aufenthaltsdauer der Besucher länger als angenommen. Die Spielfunktion „Experimentieren“ erzielt höchste Verweilzeiten, daher stellte sich ein höherer Bedarf an Sitz- und Liegeflächen ein. Die Story ‚Schatzsuche‘ war wichtig für den Gesamterfolg bei den Kindern.“

MM: „Wo sehen Sie Berührungspunkte mit der Seilbahnbranche, welche Tipps und Empfehlungen können Sie abgeben. Gibt es hier noch Aufholbedarf?“

Philipp: „Aktiv-Spielbereiche bei Bergstationen ha-



Die Station „Wasserstauen, Wassenumleiten“ im OBRA Kinderland.



Abenteuer Trail in der Pullmann City, Eging am See.

Planern und Designern schnüren wir ein Gesamtpaket für einzigartige Aktiv-Spielbereiche.“

MM: „Können Sie einige Beispiele für erfolgreiche Outdoor-Inszenierungen geben und beschreiben Sie deren Besonderheiten.“

Philipp: „Wir betreiben selbst erfolgreich seit 2010 das OBRA Kinderland in Neukirchen auf 1 4000 m² Fläche mit max. 1 200 Besuchern/Tag als Aktiv-Freizeitpark, der u. a. auch als „Showcase“ sowie Testareal für Prototypen von OBRA Design fungiert. Weiters haben wir in der Pullman City Westernstadt in Eging (D) den Adventure Trail und den Westernspielplatz samt Riesentipi, Fort Postkutsche und Stadtkulisse errichtet. Die Bergbahnen Rosshütte in Seefeld (A) erhielten 2012 einen „Bergwerksspielplatz“ mit zahlreichen Sandtransport- und Bearbeitungsfunktionen. Die Investition von 105 000,- € hat sich bereits in der ersten Saison amortisiert (18% Umsatzplus bei den Auffahrten, + 28% in der Gastronomie). Auch bei dem von Pronatour konzipierten Mooraculum Rossweid in Sörenberg (CH) steuerten wir einen Aktiv-Spielbereich zum Thema „Moor“ bei, der viele Ele-

ben sich als verlässlicher Besuchermagnet erwiesen und helfen, die Sommerauslastung zu verbessern oder überhaupt erst einen wirtschaftlichen Sommerbetrieb zu ermöglichen. Aktiv-Spielbereiche können bei geeignetem Design, geeigneter Geräte- und Materialwahl umweltschonend verwirklicht werden und fügen sich so auch gut in sensible Naturräume ein, wie z. B. beim Projekt Mooraculum in Sörenberg. Wichtig ist es, keine willkürlich erscheinenden Geräteansammlungen zu machen, sondern unverwechselbare Erlebniswelten zu schaffen. Dies gelingt gut mittels Thematisierung und einem durchgängigen Konzept, wie z. B. beim Projekt Seefeld zum Thema „Bergbau“. Ein regionaler Bezug beim Thema kann identitätsstiftend für die örtliche Bevölkerung wirken und die Durchsetzung des Projekts erleichtern. Aufholbedarf besteht unserem Eindruck nach vor allem noch in den östlichen Alpenregionen in Oberösterreich, Niederösterreich und der Steiermark. Da hier der Tagestourismus einen hohen Anteil hat, könnten durch attraktive Aktiv-Spielbereiche Besucherzahlen deutlich gesteigert werden. Erste Ansätze dazu gibt es bereits, z. B. am Wechsel, wo 2013 ein Projekt verwirklicht wurde.“



Die 42 blendend gelaunten Teilnehmer der von Mountainsports veranstalteten Ungarn-Exkursion auf dem Burgberg über Budapest.



Ein Incentive von Mountainsports nach Ungarn zeigt allen, wie es geht

Die „Edelweiss Performance Wear“ ist die konkurrenzlos hochwertige Spezialbekleidung für Bergbahnmitarbeiter. Materialien und Verarbeitung sind speziell auf diese Art der Dauerbelastung abgestimmt, in puncto Wasserdichtheit und Lichtehtigkeit geht der Markeninhaber „Mountainsports“ aus Salzburg keine Kompromisse ein. Um seine vielen namhaften Kunden für das Vertrauen zu belohnen, lud GF Günther Orgler von 16.–18. 10. zur Besichtigung der Produktionsstätte in Ungarn ein – verbunden mit einer Sightseeing Tour durch Budapest samt exklusivem Dinner im Steakhouse „Prime“ bzw. einem typischen Fischrestaurant an der Theiß. Fazit: Ein perfekt organisiertes Incentive, das den Namen Kundenpflege verdient.

Eine der vielen Besonderheiten der EDELWEISS PERFORMANCE WEAR ist die Produktion der hochwertigen Bekleidung in Europa – die meisten Marken lassen bekanntlich in Asien produzieren. Konkret erledigt dies ein Partnerbetrieb in der nördlichen großen Tiefebene in Ungarn nahe Debrecen als Lohnbetrieb. Die langjährige Zusammenarbeit mit diesem Lohnbetrieb sowie ein Qualitätsmanagement-System nach der Norm ISO 9001:2009 gewährleistet eine moderne Modell- und Serienherstellung. Dieser Betrieb ist einer von wenigen im europäischen Zentralraum, der überhaupt noch auf so hohem Niveau und Anforderungen eine Textilkonfektionierung bewerkstelligen kann.

In Österreich gibt es z. B. spätestens seit der Überschwemmung mit chinesischen Waren keine adäquate Näherei mehr

Von der Skizze zur Serie

Design und Modellerstellung der Edelweiss Performance Wear wird von Salzburg und München aus abgewickelt. Nach einem Briefing mit Einbezug der Kundenwünsche und Ideen wird von einem Designer der Entwurf auf Papier gebracht. Mit diesem Entwurf und allen Details wird dann die Kreativabteilung des Partnerbetriebes konfrontiert. Im Design- und Schnittbüro werden die Zeichnungen u. a. mit einem speziellen Computerprogramm auf ein Schnittbild

gebracht, dem Schnittmuster, sowie die Maßtabellen festgelegt.

Daraus entsteht einmal der erste Prototyp „zum Durchchecken“. Es folgt ein zweiter Prototyp in Originalmaterial und erst beim dritten Prototypen und nach eingehender Maß- und Passformkontrolle werden die Schnittlagenbilder für die Serienproduktion erstellt und freigegeben. Der ganze Prozess dauert ca. 6 Monate.

Blick hinter die Kulissen

Für die 42 Teilnehmer der Exkursion – unter ihnen Mitarbeiter der Stubai Gletscherbahnen, Silvretta Montafon, Schmitenhöhebahn, Steinplatte Waidring, Innsbrucker Nordkettenbahn, Zel-



Die moderne Produktionsstätte für die Edelweiss Performance Wear in Ungarn wurde in drei Kleingruppen aufgeteilt besichtigt.

ler Bergbahn, Illwerke Seilbahnbetriebsgesellschaft, Rüfikopf, Schröcken, Riesneralm, Taxer Seilbahnen Hochkrimml, Corvatsch (CH) und Stübenwasenlift Todtnau (D) etc. – wurde der „Blick hinter die Kulissen“ der Produktionsstätte zum beeindruckenden Erlebnis. Man erhielt detaillierten Einblick in die einzelnen Verarbeitungsprozesse sowie einen Eindruck der Produktionsräumlichkeiten. Um den Arbeitsablauf nicht zu stören, wurden drei kleinere Gruppen gebildet, die im Rotationsverfahren alle 6 Abteilungen unter jeweiliger Führung eines Gruppenleiters von Mountainsports besuchten. Auch GF Günther Orgler selbst betätigte sich als informativer Guide und beantwortete geduldig viele Fragen. Am Ende hatte jeder Besucher Respekt vor dem hohen Aufwand, unter dem die Bekleidung für ihn und seine Mitarbeiter hier gefertigt werden. Alleine dass eine einzelne Jacke aus ca. 350 Teilen besteht, 28 Meter Schweißnaht verarbeitet werden, ein gesticktes Emblem im Durchschnitt 15 000 Stiche aufweist, oder der Stichabstand für die notwendige höhere Festigkeit dieser Ware auf 0,6 mm reduziert wurde, verblüffte die meisten Exkursionsteilnehmer. Und

noch mehr, dass sich jeder vor Antritt der Heimreise eine modische, schwarze Daunenjacke der Marke Edelweiss Performance Wear als persönliche Erinnerung aussuchen durfte!

Partner an Board

Begleitet wurde die Exkursion übrigens auch von Partnern der Firma Mountainsports wie Manuela Voack von der gleichnamigen Zulieferfirma aus Saalfelden (Laminat) sowie dem GF von YKK Austria Reißverschluss Robert Werner, der Textilklinik Florian und Vertretern der Pool-Alpin Einkaufsgemeinschaft. Für die gelungene musikalische Umrahmung der Reise sorgte Maria Kofler mit hinreißenden Saxophon-Klängen. Die Tirolerin wurde u. a. auch bereits vom ÖOC für die Olympischen Winterspiele 2014 in Sotchi verpflichtet und würde sicher für manches Event in der Seilbahnbranche eine Bereicherung darstellen.

mak

Kontaktdaten:
Sax'n'more
www.maria-kofler.at
maria.kofler@chello.at
+43(0)664/2006723



Den einzelnen Verarbeitungsprozessen wurde genau „auf die Finger geschaut“. Rechts im Bild GF Günther Orgler, Mitte Günther Ritter von Pol Alpin.



Detailaufnahme aus der Stickerei, wo gerade der Schriftzug der Gasteiner Bergbahnen produziert wurde.



Foto: Mountainsports

Maria Kofler heizte mit ihren Saxophonklängen die prächtige Stimmung noch weiter an.

Förderseile für Seilbahnen & Skilifte

Jakob AG, CH-3555 Trubschachen
Tel. +41 (0)34 495 10 10, eMail: seil@jakob.ch

www.jakob.ch

Jakob[®]
Rope Systems

Skischule Nauders startet durch

Mit viel Eigeninitiative zum neuen Skiverleih

Die Skischule Nauders Interski am Reschenpass ist seit dieser Saison um einen Geschäftszweig reicher: man hat mit sehr viel Eigeninitiative den Skiverleih im Hotel „Mein Almhof“ komplett neu eingerichtet und freut sich über die gute Zusammenarbeit mit WINTERSTEIGER als Rundum-Partner.



Fotos: Wintersteiger

Im Hotel Almhof findet der Gast alles für den Skitag in einem gut überschaubaren Raum samt Bar vor: Skischule buchen, Ausrüstung mieten und den Skiservice.



Die Teilhaber der Skischule Nauders: Günther Wackernell und Sebastian Knapp.

Dass Skischule und Skiverleih zusammengehören, davon waren die Teilhaber der Skischule Nauders schon immer überzeugt. Als von Hotelbesitzer Luis Kröll das Angebot kam, packten sie die Gelegenheit beim Schopf und bauten den leeren Raum im Hotelkeller zu einem perfekt geplanten Skiverleih aus.

Teamgeist und Eigeninitiative

Die Skischule Nauders beschäftigt 45 Stammlerher und 130 Aushilfslehrer für bis zu 800 Gäste. Das erfolgreiche Zusammenspiel der verschiedenen Bereiche wie Kinderland, Erwachsenenurse oder Skiverleih erfordert viel Teamgeist und bildet auch eine gute Basis für die Errichtung des Skiverleihs, bei der von der Heizung bis zu den Maurer- und Elektroarbeiten alles in Eigenregie realisiert wurde. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Die Kunden finden alles für den Skitag in einem gut überschaubaren Raum vor: Skischule buchen, Ausrüstung mieten und das Skiservice, gut sichtbar hinter der Bar.



Beim Skiservice mit der Mercury von Wintersteiger dürfen die Gäste zusehen.



Die Depotschränke harmonisieren mit dem Hotel-Gesamtkonzept.

Kaffee trinken mit Blick aufs Skiservice

Im Skiverleih der Skischule Nauders wird einmal pro Woche Night-Shopping geboten, wo die Gäste beim Skiservice zuschauen können. Günther Wackernell: „Die Gäste sind fasziniert, weil wir nur auf einen Knopf drücken und dann alles automatisch abläuft. Auch die Kinder können in die Werkstatt reingehen, weil es durch das geschlossene System der Mercury nicht gefährlich ist.“

Pluspunkte für die Mercury

Die einfache Bedienung war einer der entscheidenden Faktoren für die vollautomatische Mercury mit einem Stein- und einem Disc-Modul. Ohne große Vorkenntnisse wird eine hervorragende Service-Qualität erreicht. Günther Wackernell erklärt, dass die Entscheidung für einen Vollautomaten auch Kosten- und Imagegründe hatte: „Wir haben uns überlegt, dass wir anstelle des Ankaufes von 3 bis 4 manuellen Maschinen uns auch gleich eine Mercury leisten können. Außerdem wollten wir im Ort mit diesem Automaten einen Akzent setzen.“ Inzwischen wird viel getüftelt und verschiedene Strukturen mit dem Feedback der Skilehrer werden ausprobiert.

Alles aus einer Hand

Im Verleihsystem Easystore werden 420 Paar Ski, 380 Paar Schuhe, 40 Snowboards und 20 Langlaufsets gelagert. Die Größe wurde genau richtig getroffen und auch die Easystore Shop Möbel in Holzoptik passen perfekt zum ländlichen, tirolerischen Stil. Die Verleihsoftware Easyrent wird für Verleih und Easyware für die Warenwirtschaft genutzt. Günther Wackernell zum Thema Komplettangebot: „Wir haben zwar auch andere Angebote eingeholt, aber wir haben uns dann für WINTERSTEIGER als Partner entschieden, von dem wir die besten Lösungen und alles aus einer Hand bekommen.“ Eine Philosophie, die sich beim Team der Skischule Nauders auf der ganzen Linie widerspiegelt.

Depotschränke in Goldoptik

Seit der Errichtung des Skiverleihs bietet der Almhof seinen Gästen den Komfort von 81 Depotschränken,

die sich idealerweise im Hotel direkt neben dem Skiverleih befinden. Eine Gelegenheit, die von 98 % der Gäste genutzt wird. Die Zimmerkarte wird an der Rezeption aktiviert und funktioniert als Schlüssel. Hotelinhaber Luis Kröll ist begeistert von Funktionalität und Design: „Alles funktioniert einwandfrei und das Gold-Design der Schränke harmonisiert ausgezeichnet mit dem Hotel-Gesamtkonzept, in dem wir die Farben Weinrot und Gold häufig vorfinden.“

JOCHUM.CONSULTING.

Zahlen, Daten und Fakten am Berg.

100%

Risiko oder Chance? Skigebiete im Wandel.

Wir planen und beraten bestehende oder neue Skigebiete und alpine Tourismusregionen. Unabhängig. Individuell. **Punktgenau.**

Ing. Dietmar Jochum

A-6867 Schwarzenberg

T +43 (0)5512 42 8 45

info@jochum-consulting.com

www.jochum-consulting.com



OCHSNER Sport und MONTANA Sport International AG

Eine Partnerschaft, die funktioniert

OCHSNER SPORT, der größte Anbieter im Schweizer Sportfachhandel, führt ein breites Sortiment an Weltmarken-Sportartikeln für Hobby- und Leistungssportler. In über 80 Geschäften in der ganzen Schweiz findet man alles, was das Sportlerherz begehrt.

Auch im Bereich des Ski- und Snowboardverleihs zählt OCHSNER SPORT zu den führenden Anbietern in der Schweiz. In der vergangenen Saison wurden 16 000 Paar Ski, 17 000 Paar Schuhe sowie 1 200 Snowboards vermietet. Für die optimale Lagerung und Einstellung dieser Sportgeräte arbeitet OCHSNER SPORT mit dem Schweizer Unternehmen MONTANA Sport International AG aus Stans im Kanton Nidwalden zusammen. MONTANA bietet seit über 20 Jahren weltweit Aufbewahrungslösungen für Wintersportgeräte an. Im MONTANA abs Aufbewahrungssystem kommen die Sportgeräte von OCHSNER SPORT voll zur Geltung. Die Bedienung wurde nach den neuesten ergonomischen Erkenntnissen gestaltet und erlaubt schnellste Handhabung bei der Ein- und Ausgabe. Dank dem Bindungseinstellgerät MONTANA JET-BOND werden die Bindungen der Ski im Handumdrehen auf die Parameter der Kunden eingestellt.

Top Qualität in jeder Beziehung – made in Switzerland

MONTANA abs Aufbewahrungssysteme werden in der Schweiz produziert und es kommen nur hochwertige Materialien unter Anwendung neuester Technologien zum Einsatz. Alle MONTANA abs Regale und ihre Bestandteile werden aus sendzimir-verzinktem Stahl gefertigt. Diese werden zusätzlich pulverbeschichtet und sind auf Wunsch in sämtlichen RAL-Farben erhältlich.

Durch die kathodische Schutzwirkung sind auch Schnitt- und Stanzkanten nachhaltig vor Korrosion geschützt. Leicht und stabil dank der konsequent angewandten Wabentechnik erhalten MONTANA abs Regale ihre hohe Stabilität und Standfestigkeit bei geringstem möglichem Eigengewicht

Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten

MONTANA abs sind mit einer Pulverbeschichtung in den Farben grau/weiss,

mit verschiedenen Blenden erhältlich. Es fügt sich, wie das Beispiel von OCHSNER SPORT zeigt, nicht nur ideal in jedes bereits bestehende Shopkonzept ein, sondern dient zusätzlich als Blickfang durch die individuelle Beschriftungsmöglichkeit. Vom Landschaftsbild bis zur Karte der Skiregion ist alles möglich und dies natürlich randabfallend für ein perfektes Ergebnis.

Individuell kombinierbar

MONTANA abs Regale sind in verschiedenen Längenvarianten erhältlich. Alle Regale mit Schienenfahrwerken des gleichen Typs sowie Breite, können bis zu einer Gesamtlänge von 600 cm oder mehr miteinander verbunden werden. Standregale können unbeschränkt aneinander gehängt werden.

OCHSNER SPORT

KristallTurm® – eine Idee setzt sich durch

Im oberbayerischen Lenggries entstanden, ist der KristallTurm® eine außergewöhnliche Art des Hochseilgartens. Gebaut als Turm mit mehreren Ebenen, unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden und witzigen Mottostationen, begeistert dieses moderne Hochseilgartenkonzept seit 2007 Klettersportfreunde weit über die Region hinaus.

Der KristallTurm® ist ein innovatives Hochseilgartenkonzept, das in Anlehnung an die hexagonale Struktur von Eiskristallen entwickelt wurde. Seit dem Bau des ersten Turms im Jahr 2007 in Lenggries am Fuße des Brauneck ist dieses Modell auf dem Erfolgskurs. Entwickelt wurde von Eigentümer Heinz Tretter ein patentiertes System der Stahlkonstruktion, das Garant ist für die Langlebigkeit dieser Kletteranlagen. Außerdem ermöglicht die Form des Turms, die einzelnen Stationen in beliebiger Reihenfolge zu klettern, was Wartezeiten bei hoher Auslastung des Turms verhindert. Unterschiedliche Schwierigkeitsgrade der einzelnen Kletterstationen sprechen ein breites Publikum an, vom Anfänger bis zum fortgeschrittenen Kletterer. Schnell erkannten Betreiber und Investoren verschiedenster Regionen die Vorteile des KristallTurm®, der sich mit seinem geringen Flächenbedarf nicht nur für naturnahe Regionen, sondern auch für Innenstädte eignet.

Auf Erfolgskurs

Heute stehen KristallTürme in Deutschland, der Schweiz, Ungarn und der Türkei. Metropolen wie Berlin und Istanbul haben den Freizeitwert solcher Kletteranlagen für den städtischen Bereich erkannt und erfolgreich auf den KristallTurm® gesetzt. In Berlin wird der Turm z. B. auch bei Flutlicht in den Abendstunden genutzt. Seine Eventplattform ist für außergewöhnliche Veranstaltungen und Firmenfeiern gut gebucht. Zusätzliche Elemente wie Flying Fox-Linien und Riesenschaukel erweitern das Angebot des neuesten KristallTurm® Projekts in Istanbul, wo der Turm Mittelpunkt eines neu geschaffenen Freizeitareals im Zentrum ist. Aber auch in 1 600 m Höhe ist der KristallTurm® eine viel besuchte Attraktion, wie z. B. am Flumserberg in der Schweiz. Hier kann in luftiger Höhe vor herrlicher Bergkulisse geklettert werden. Ein Konzept, das auch während der Sommermonate Touristen in die Bergwelt lockt!

Aufgrund der Nachfrage wurden mittlerweile auch kleinere Anlagen gebaut und Anbauten erstellt, was durch die Baukastenweise möglich ist. So erfreuen sich die Kletterer in Bensheim (D) heute an der kleinsten Variante, einem KristallTurm® Mikro, der in der Außenanlage der bestehenden Kletterhalle geschaffen wurde.

Ein Blick in die Zukunft

Das Unternehmen KristallTurm® richtet sich mehr und mehr auf den internationalen Markt aus. Während man der Eröffnung des in diesem Sommer erstellten Turms in Istanbul entgegenfiebert, steht das Team aus Lenggries schon wieder in den Startlöchern für neue Projekte. Aktuell sind bereits zwei Verträge für Südko-



Der KristallTurm® in Berlin bei Nacht.

rea unterschrieben: die Tüftler vom KristallTurm® sind schon dabei, neue Mottostationen im Sinne der Auftraggeber zu entwerfen. Die kleinere Variante des KristallTurm®, ein KristallTurm® Mini, ist in Arbeit und weitere Anfragen mit möglichen Betreibern in Mexiko und den USA sind eingetroffen.

Bei dieser Entwicklung werden KristallTürme aus Bayern wohl bald Kletterfreunde auf der ganzen Welt begeistern...

LEITNER ropeways

Top-Komfort am Wurmberg

Für den Winter 2013/14 investiert das Skigebiet am Wurmberg in Niedersachsen in eine moderne Infrastruktur. Kernstück im Seilbahnbereich ist der neue Sessellift „Hexenritt“, der von LEITNER gebaut wird.



Foto: LEITNER ropeways

Der 4er Sessellift von LEITNER ist Teil eines umfassenden Investitionsprogrammes am Wurmberg.

Der Wurmberg war schon bisher das größte Skigebiet in Norddeutschland. Durch das Fehlen einer Beschneiungsanlage und Wartezeiten an den Aufstiegsanlagen war das Angebot vor Ort allerdings nicht mehr zeitgemäß, sodass Handeln angesagt war. Mit einem Investitionsvolumen von mehr als 8 Mio. Euro setzt die Wurmbergseilbahn Ges.m.b.H. & Co.KG für die Wintersaison 2013/14 die entscheidenden Schritte: Der Wurmberg wird schneesicher, das Pistenangebot wird deutlich aufgewertet und dank eines leistungsstarken neuen Vierersessellifts von LEITNER gehören lange Wartezeiten der Vergangenheit an.

Schnell und komfortabel

Der neue 4er Sessellift von LEITNER entsteht am Kaffeehorst und dient als Zusatz zum vorhandenen Doppelankerlift. Mit seiner Hilfe sollen die Beförderungskapazitäten auf den Berg entscheidend erhöht und die Besucherströme zu den Pisten entflochten werden. Die Talstation wird auf einer Seehöhe von 724 m gebaut und bietet der Spanneinrichtung Platz. Die Bergstation befindet sich auf 973 m Seehöhe. Hier wird der Antrieb mit einer Leistung von 142 kW platziert. Mit den insgesamt 111 4er-Sesseln werden 1 800 P/h transportiert. Die Fahrgeschwindigkeit beträgt 2,3 m/s, um bequem zu- und aussteigen zu können. Auf der 995 m langen Strecke werden 8 Stützen passiert.

Natur im Blick

Besonderes Augenmerk wurde bei den Bauarbeiten auf einen verantwortungsbewussten Umgang mit der Natur gelegt. Für die Kompensation der erforderlichen Eingriffe in die Natur, die im Zuge der Ausbaumaßnahmen erforderlich sind, werden insgesamt rund 1 Mio. Euro aufgewendet. Dafür werden u. a. 16,5 ha Wald aufgeforstet, auf 13,4 ha waldverbessernde Maßnahmen durchgeführt, 211 Großbäume gepflanzt, Bergwiesen und Moore angelegt und die bestehenden Skipisten ökologisch aufgewertet.

Technische Daten CF4 Hexenritt (2013)

Seilbahnbau:	LEITNER ropeways
Talstation:	724 m
Bergstation:	973 m
Höhenunterschied:	249 m
Antriebseinrichtung:	Berg
Spanneinrichtung:	Tal
Geneigte Länge:	995 m
Max. Fahrgeschwindigkeit:	2,3 m/s
Anzahl Sessel:	111
Max. Förderleistung:	1 806 P/h
Antriebsleistung Hauptantrieb:	142 kW
Anzahl Stützen:	8
Förderseildurchmesser:	42 mm



Stützen werden mit Helikopterhilfe gesetzt.



Da sitzt jeder Handgriff.

LEITNER ropeways

Mehr Komfort für Wintersportler in den Karpaten

In Jasna/Niedere Tatra in der Slowakei und in Szczyrk/Schlesische Beskiden in Polen realisiert LEITNER ropeways für den kommenden Winter zwei neue moderne Sesselbahnen. Auftraggeber sind mit Tatry Mountains Resort und COS-OPO zwei der bedeutendsten Sport- und Touristikorganisationen in den Karpaten.

20 Pisten mit einer Gesamtlänge von 45 km in Höhenlagen zwischen 1 000 und 2 024 m machen Jasna im Demänovska-Tal in der Niederen Tatra zum größten Skigebiet der Slowakei. In der kommenden Saison wird hier das Angebot für Wintersportler deutlich verbessert. Mit der Eröffnung der Zubringerbahn „Lucky-Priecno“ gelangen die Besucher zukünftig deutlich schneller und bequemer auf die Pisten.

Die neue Sechsesselbahn verfügt über zahlreiche technische Highlights wie den energiesparenden und wartungsfreundlichen Antrieb DirectDrive. Dazu kommen Sitzheizung, das CPS System (Cable Position Supervision) zur Überwachung der Seilanlage und eine vollautomatische Garagierung. Optisch überzeugen die Sessel durch ihre blauen Hauben, die den Himmel bei allen Wetterbedingungen stets freundlich erscheinen lassen.

Die Bahn wird 1 835 m lang sein und 343,5 Höhenmeter überwinden. In 90 Sesseln können bis zu 2 440 P/h transportiert werden. Mit der Anlage positioniert sich Jasna noch stärker als familienfreundliches Skigebiet, da sie vor allem leichtere blaue und rote Abfahrten bedient. Auftraggeber ist die Tatry Mountains Resort, die in der Niederen und Hohen Tatra zahlreiche Skigebiete und Hotels betreibt.

Blaue Hauben in Jasna, gelbe Hauben in Szczyrk

Auch auf der polnischen Seite der Karpaten, rund 100 km nördlich von Jasna realisiert LEITNER ropeways eine neue Sesselbahn: In Szczyrk, einem der

bedeutendsten und beliebtesten Skigebiete Polens, wird in diesem Winter eine Vierersesselbahn mit gelben Hauben in Betrieb genommen. Die Bahn ersetzt eine alte CF2 und transportiert die Gäste hinauf zum 1 257 m hohen Skrzyczne Gipfel. Die neue Anlage wird 1 102 m lang, überwindet 296 Höhenmeter und transportiert dabei bis zu 2 400 P/h. Auftraggeber ist die COS-OPO, die in Szczyrk bereits zahlreiche Sportanlagen, darunter Sprungschanzen, Hallenbad und Sporthalle, realisiert hat.

Technische Daten CD6C Lucky-Priecno (2013) Jasna/Slowakei

Seilbahnbau:	LEITNER ropeways
Länge:	1 835 m
Höhendifferenz:	343,50 m
Kapazität:	2 440 P/h
Anzahl Sessel:	90
Anzahl Stützen:	14
Geschwindigkeit:	5 m/s

Technische Daten CD4C Jaworzyna Skrzyczne (2013) Szczyrk/Polen

Seilbahnbau:	LEITNER ropeways
Länge:	1 102 m
Höhendifferenz:	296 m
Kapazität:	2 400 P/h
Anzahl Sessel:	83
Anzahl Stützen:	11
Geschwindigkeit:	5 m/s

DOPPELMAYR/GARAVENTA:

Facelift für die Schauinslandbahn

Die Schauinslandbahn in Freiburg/Breisgau wurde 1930 als erste Großkabinen-Umlaufbahn der Welt in Betrieb gestellt. 2012/13 wurde sie einer umfassenden Modernisierung unterzogen, der Auftrag dazu ging an GARAVENTA.



Fotos: Schauinslandbahn

Die Schauinslandbahn in Freiburg/Breisgau.

Die Schauinslandbahn gehört der Freiburger Verkehrs AG/VAG, von der sie gemeinsam mit 4 Straßenbahn- und 22 Omnibuslinien betrieben wird. Allein 2012 konnte die VAG (ohne Schauinslandbahn) 76 Mio. Fahrgäste befördern, was einem Plus von 1,3% gegenüber dem Rekordjahr 2011 entspricht.

Die Schauinslandbahn selber gehört zwar nicht in den öffentlichen Tarifverbund der Stadt, doch kann der Fahrgast bei Vorlage einer Regiokarte mit einem interessanten Preisnachlass rechnen. In Betrieb ist die Bahn auf den Freiburger Hausberg mit einer Höhe von 1 284 m, der einen bemerkenswerten Panoramablick auf Freiburg und das Rheintal bis hin zu den Vogesen erlaubt, täglich von 9 bis 17 Uhr.

Die Besonderheiten

Die Schauinslandbahn wurde am 17. Juli 1930 als erste Großkabinen-Umlaufbahn der Welt eröffnet. Zum ersten Mal wurde damit bei einer Personenseilbahn das Umlaufprinzip realisiert, das einen kontinuierlichen Lauf der Kabinen ermöglicht. Zum Einsatz kamen damals 10 Kabinen, die mit einem Schaffner besetzt waren. 1987/88 erfolgte der Umbau zu Deutschlands erster automatischen Seilbahn mit Platz für mehr als vier Personen pro Kabine. In den nunmehr 37 Kabinen waren keine Schaffner mehr nötig, gestalterisch wurden sie der ursprünglichen Kabinenvariante nachempfunden.



Die Steuerung wurde von Grund auf erneuert.



Die Technik der Schauinslandbahn entspricht modernsten Standards.

2012 wurden neuerlich Modernisierungsarbeiten in Auftrag gegeben, die Investition betrug rund 3 Mio. Euro. Den seilbahntechnischen Part übernahm GARAVENTA, die Erneuerung der Steuerung wurde der Frey AG übertragen. Die offizielle Inbetriebnahme erfolgte dann am 29. April 2013. Zusammen mit den Vorständen der VAG, der Betriebsleitung der Schauinslandbahn sowie weiteren geladenen Gästen nahm auch Freiburgs Oberbürgermeister Dr. Dieter Salomon die modernisierte Bahn in Augenschein.

Da die Anlage unter Denkmalschutz steht, war bei den Modernisierungsarbeiten großes Fingerspitzengefühl gefragt. Das umso mehr, als die Bahn über technische Besonderheiten verfügt, die so heute nicht mehr realisiert werden. Üblicherweise sind Kabinen bei einer 2S-Bahn an ein Tragseil geklemmt, das sich über dem Zugseil befindet. Bei der Schauinslandbahn befinden sich die Kabinen auf zwei Zugseilen, die in gleicher Ebene geführt werden. Die Tragseile werden in der Mittelstation mit Betongewichten abgespannt. Als Grund dafür nennt man bei DOPPELMAYR/GARAVENTA: „1929 war es weder möglich, Tragseile von 3 900 m Länge zu fertigen noch so große Lasten zu transportieren. Immerhin wiegen die Seile 54 t. Deshalb wurden sie in der Mittelstation über Spannseile und holzgefüllte Spannseilscheiben zu den Spannungsgewichten geführt. Die Seilreserven sind in der Tal- und der Bergstation.“

Überprüft und durchgecheckt wurden im Rahmen der Modernisierung alle wesentlichen Bestandteile der Bahn, von der Standfestigkeit der sieben Stützen bis hin zur Antriebs- und Bremstechnik sowie der Elektronik. Dort, wo nötig, wurde modernisiert und erneuert, sodass die Bahn heute den Anforderungen moderner Technik entspricht. Stellvertretend für alle 37 Kabinen wurden dabei auch bei 3 Kabinen die Laufwerke und Aufhängungen per Ultraschall und Magnetpulververfahren auf Risse hin untersucht. Als Resultat konnte man sich über ein einwandfreies Prüfungsergebnis freuen.

Mehr Komfort für den Gast

Das äußere Erscheinungsbild der Schauinslandbahn wurde durch die Modernisierung nicht verändert, Verbesserungen gibt es aber im Komfort für den Fahrgast. So können die Einstiegs- und Ausstiegszeiten variabel an die Kundenbedürfnisse angepasst werden, die Kabinen werden im Zu- und Ausstiegsbereich nicht nur verlangsamt, sie bleiben stehen. Neu ist auch, dass sich die Kabinentüren öffnen und schließen, wenn die Kabine steht. Dazu gibt es mehrsprachige Ansagetexte in den Kabinen, die Informationsqualität wird dadurch optimiert.

Umweltschonender Betrieb

Schon seit Januar 2009 fährt die Schauinslandbahn wie alle anderen Bahnen der VAG mit Ökostrom. Damit leistet man einen Beitrag, um die Freiburger Klimaschutzziele zu erreichen, die eine Verringerung der klimaschädlichen CO₂-Emissionen bis 2030 um 40 % gegenüber dem Jahr 1992 vorsehen. Immerhin wird durch eine Fahrt mit der Bahn 60 Mal weniger CO₂ ausgestoßen, als bei einer Fahrt mit dem Pkw vom Tal auf den Berg. Dank der modernisierten Technik wird der Energiebedarf der Schauinslandbahn weiter gesenkt, gerechnet wird mit einer Einsparung von 30 000 kWh pro Jahr.

Technische Daten 11-BGD Schauinslandbahn

Seilbahnbau:	GARAVENTA
Höhe Talstation:	473 m
Höhe Bergstation:	1 219 m
Höhenunterschied:	746 m
Förderleistung:	700 P/h
Fahrtgeschwindigkeit:	4 m/s
Fahrzeit:	15 – 20 min.
Kabinen:	37 St.
Intervall:	57 s
Schräge Länge:	3 565 m
Anzahl Stützen :	7
Antrieb:	Berg
Abspannung:	Tragseile Mittelstation Zugseile Talstation

LEITNER ropeways

„Lärchwandschrägaufzug“ wird moderner, sicherer und schneller

LEITNER ropeways erneuert die größte offene Standseilbahn Europas. Sie bringt die Besucher zu hochalpinen Stauseen und Kraftwerken oberhalb von Kaprun und ist mit ihren ungewöhnlichen Ausmaßen selbst eine Sehenswürdigkeit.



Grafik: LEITNER ropeways

Die Standseilbahn „Lärchwandschrägaufzug“ wird über 60 Jahre nach ihrer Jungfernfahrt von LEITNER ropeways generalüberholt. Mit hochmoderner Technik werden das Fahrerlebnis verbessert und die Fahrzeit verkürzt. Im Sommer 2014 feiert die neue Anlage Premiere. 1952 wurde die Standseilbahn „Lärchwandschrägaufzug“ für den Transport von Schwerlasten über steile Hänge zu den Kraftwerken bei den hoch gelegenen Stauseen oberhalb von Kaprun in Betrieb genommen. Im Laufe der Jahre wurde die größte offene Standseilbahn Europas mit 810 m Streckenlänge, 431 Höhenmetern und 8 200 mm Spurweite immer häufiger auch für den touristischen Personentransport genutzt. Der Bau eines Verbindungstunnels führte

letztendlich zur Verlegung der Schwerlasttransporte auf diese alternative Strecke und zur ausschließlichen Nutzung der Anlage für touristische Zwecke. Die Fahrt mit der nach oben offenen Plattform gilt bei den zahlreichen Besuchern der Stauseen längst selbst als Erlebnis.

Moderne Technik

LEITNER ropeways hat von der Verbund Hydro Power AG den Auftrag erhalten, die Generalüberholung der Standseilbahn zu realisieren. Dabei wird der Großteil der seilbahntechnischen und elektrotechnischen Ausrüstung erneuert und konsequent auf die touristische Nutzung ausgerichtet.

Der neue Plattformwagen mit beachtlichen Maßen von 9 auf 5,4 Meter wird wie das bisherige Modell oben offen sein. Spezielle Markisen bieten bei Bedarf Sonnenschutz. Insgesamt finden 185 Fahrgäste und ein Wagenbegleiter Platz, die über Teleskopschiebetüren auf beiden Seiten des Fahrzeugs getrennt ein- und aussteigen können. Der Antrieb erfolgt in der Bergstation durch zwei elektronisch synchronisierte Seilwinden. Am Fahrzeug wird das Zugseil durch zwei Seilscheiben umgelenkt. Die Strecke zwischen der Talstation auf 1 209 m und der Bergstation auf 1 640 m erreicht eine maximale Steigung von 39 Grad.

Die Fahrbahn besteht aus zwei Schienen, die in Beton-Längsschwellen auf Geländeniveau verlegt sind. Rund 900 Personen können pro Stunde transportiert werden. Die Fahrtdauer der erneuerten Anlage liegt bei etwas mehr als vier Minuten.

Von der alten Bahn bleiben die Schienen, ein Teil der Streckenrollen, die Stationsgebäude, zwei Seilscheiben in der

Bergstation sowie ein Teil des Fahrwerks, welches bereits überholt wurde, erhalten. Bis zum November 2013 können die Arbeiten fortgeführt werden, da bei der Standseilbahn eine „Einwinterung“ durchgeführt wird. Zum Schutz vor Lawinen und Steinschlag wird ein Großteil der Bauteile abmontiert und eingelagert. Darunter befinden sich alle Zugseilrollen sowie sämtliche Aufbauten am Fahrzeug. Im kommenden Frühjahr werden diese Teile wieder an die Bahn angebracht, sodass der neue Lärchwandschrägaufzug im Sommer 2014 seinen Dienst aufnehmen kann.

Erlebniswelt und Ausstellungen nahe der Bergstation

Die Fahrt mit dem Lärchwandschrägaufzug ist eine Attraktion für Gäste und Einheimische. Busse bringen die Besucher zur Talstation. Von der Bergstation der Standseilbahn verkehren ebenfalls Busse zu den beiden Stauseen Mooserboden und Wasserfallboden auf rund 2 000 m Höhe. Dort wird in der „Erlebniswelt Strom & Eis“ das Zusammenspiel von Gletscher, Kraftwerk und Stromerzeugung anschaulich dokumentiert. In den Ausstellungen „Tauernstrom“ und „Gletschereis“ können die Besucher in die Geschichte des Kraftwerksbaus sowie in das geheimnisvolle Innenleben der Gletscher eintauchen.

Technische Daten Lärchwandschrägaufzug/Kaprun (2014)

Seilbahnbau:	LEITNER ropeways
Seilbahnsystem:	IF186
Länge:	810 m
Kapazität:	900 P/h, 185+1 P/Fahrt
Anzahl Wagen:	1
Geschwindigkeit	3,6 m/s

DOPPELMAYR/GARAVENTA

Seilbahn macht Leben einfacher

Schon seit den 70er Jahren verbindet eine Pendelbahn den Weiler Aschbach mit der Gemeinde Algund in Südtirol. Sie wurde 2012/13 von DOPPELMAYR Italia komplett erneuert und saniert.



Fotos: DOPPELMAYR Italia

35-ATW Saring-Aschbahn.

Algund ist eine Gemeinde in der Nähe von Meran in Südtirol. Sie hat knapp 5 000 Einwohner und besteht aus mehreren Siedlungsteilen. Die höchstgelegene Siedlung ist Aschbach auf 1 360 m Seehöhe. Sie ist entweder über eine 12 km lange Bergstraße oder seit den 1970er Jahren auch über die Seilbahn Aschbach von Saring aus zu erreichen. Da die Straße sehr eng und im Winter nur erschwert passierbar ist, benutzen Einheimische und Touristen bevorzugt die Seilbahn, entsprechend groß ist ihre Bedeutung. 2012 entschloss sich die Gemeinde Algund aufgrund des Alters der Bahn zur kompletten Erneuerung. Der Auftrag dafür ging an DOPPELMAYR Italia. Investiert

wurden rund 8 Mio. Euro, in Betrieb ging die neue Bahn am 19. Juli 2013.

Komfortabel und effizient

Die ursprüngliche Pendelbahn wurde 1971 von Hölzl, heute DOPPELMAYR Italia, gebaut. Obwohl in die Jahre gekommen, wurden mit dieser Bahn bis zuletzt an die 70 000 Personen pro Jahr befördert.

Die Talstation befindet sich auf 522 m Seehöhe und bietet dem Antrieb mit einer Nennleistung von 280 kW Platz. Die Bergstation wurde auf 1 349 m Seehöhe komplett neu errichtet. Hier befindet sich die Spannstation. Neu in der Bergstation ist ein großer Mehrzweckraum, der als Veranstaltungslokal genutzt

werden kann. Transportiert werden können mit der neuen Pendelbahn und ihren zwei Kabinen 340 P/h, im Vergleich mit der bisherigen Bahn also nahezu viermal so viele Fahrgäste. Die Bahn ist dank der Verwendung von zwei Tragseilen auch ausgesprochen windstabil, sodass man mit mehr Betriebstagen als bisher rechnet.

Die Kabinen von CARVATECH bieten jeweils 35 Personen Platz und sind mit einer Eule versehen. Für dieses Symbol haben sich die Bürger nach einer Idee von Studenten der Fakultät für Design und Künste der Freien Universität Bozen in einer Volksabstimmung entschieden.



Blick auf die Steuerungszentrale.

Technische Daten 35-ATW Saring-Aschbach

Seilbahnbau:	DOPPELMAYR Italia
Talstation:	522 m
Bergstation:	1 349 m
Höhenunterschied:	827 m
Förderleistung:	340 P/h (früher 90 P/h)
Fahrzeit:	7 min
Max. Fahrgeschwindigkeit:	10 m/s
Anzahl Kabinen:	2
Schräge Länge:	2 500 m
Anzahl Stützen:	1
Position Antrieb:	Tal
Nennleistung:	280 kW
Abspannung:	Spanngewicht Zugseil 18 t, mechan. gespannt/Berg

Reinhold Streng,
Betriebsleiter Pitztaler Gletscher



Foto: Pitztaler Gletscherbahn GmbH & CoKG

CWA

TWISTIN Ski-Rack für mehr Komfort

Seit November 2012 können Skifahrer und Bergbegeisterte die neue Wildspitzbahn im Pitztal benutzen. Transportiert wird man dabei in komfortablen OMEGA IV-8 SI-Kabinen, die mit dem neuen TWISTIN Ski-Rack ausgerüstet sind.

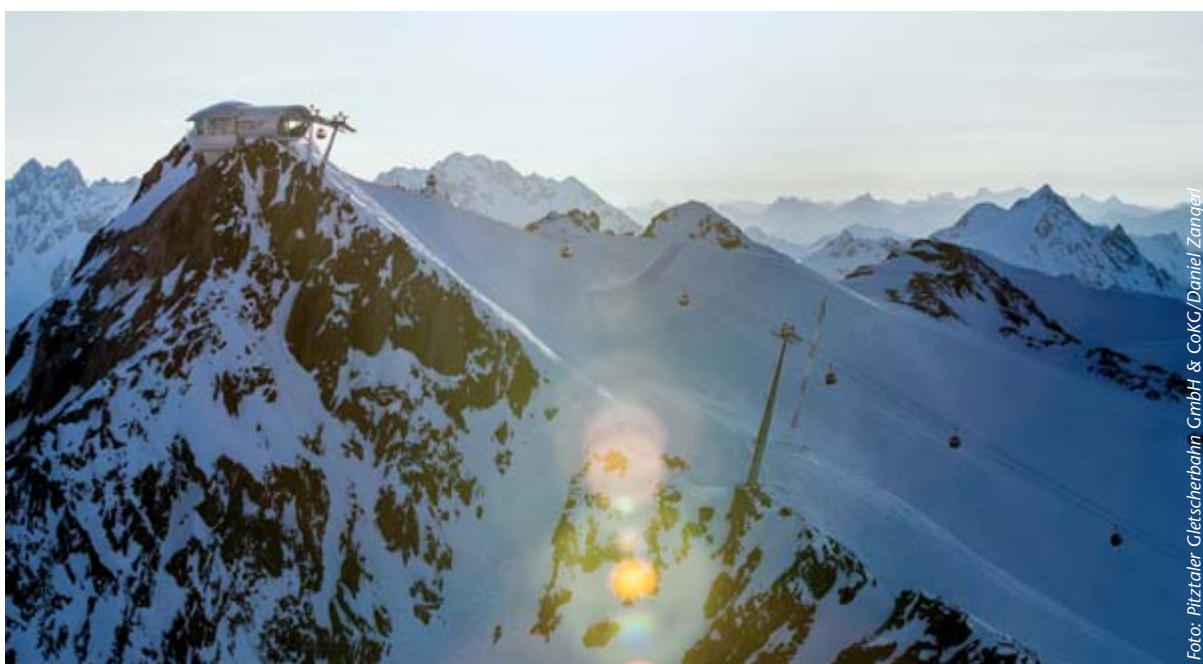


Foto: Pitztaler Gletscherbahn GmbH & CoKG/Daniel Zangl

Die Wildspitzbahn führt auf 3 440 m Seehöhe.

Die OMEGA IV Kabinen von CWA bieten den Gästen eine optimale Sicht bei idealen Platzverhältnissen. Sie sind in drei unterschiedlichen Größen erhältlich und können so genau an die Anforderungen vor Ort angepasst werden. In der Standardausstattung gibt es einen rutschfesten Alu-Topgripboden mit einer integrierten Zwangsbelüftung und Wasserabläufen. Die Sitzbänke sind ergonomisch geformt und klappbar/verriegelbar, sodass auch Mountainbikes, Rollstühle oder Güter transportiert werden können.

Neu bei den Ausstattungsoptionen ist der TWISTIN Ski-Rack, mit dem die Wintersportgeräte jetzt im Inneren der Kabine mitgeführt werden. Die Pitztaler Gletscherbahnen haben für ihre Wildspitzbahn 61 CWA Kabinen des Typs OMEGA IV-8 SI mit TWISTIN Ski-Rack, Polstersitzen und Sitzheizung im Einsatz. Der MOUNTAIN MANAGER hat sich vor Ort nach den Erfahrungen mit den Kabinen und speziell der neuen Möglichkeit zum Skitransport erkundigt.

MM: „Hatten Sie OMEGA IV Kabinen schon vor der Wildspitzbahn im Skigebiet im Einsatz, wenn ja – was zeichnet sie aus?“

Reinhold Streng, Betriebsleiter Pitztaler Gletscher: „Wir hatten diesen Kabinentyp schon vorher bei der Mittelbergbahn im Einsatz. Die Vorteile sind das großzügige Platzangebot, das moderne Design und die Rundumsicht.“

MM: „Welche Kriterien waren für Sie bei der Wahl der Kabinen zur Wildspitzbahn ausschlaggebend?“

Streng: „Entscheidungskriterium war primär der Komfort für den Kunden, und hier vor allem die Geräumigkeit und die Funktionalität. Auch das Design entsprach den Vorstellungen und war von großer Bedeutung.“

MM: „Wie viele Kabinen des Typs OMEGA IV-8 SI wurden für die Wildspitzbahn gekauft, gibt es spezielle Ausstattungsmerkmale?“



Foto: Pitztaler Gletscherbahn GmbH & Co KG / Dawid / Onigart

Die CWA Kabinen des Typs OMEGA IV-8 SI sind mit dem TWISTIN Ski-Rack ausgerüstet.

ganz leichten Ski hochzuheben, einfacher geworden. Selbst bei höheren Geschwindigkeiten bis 6 m/s gibt es keinerlei Stau oder Gedränge beim Einstieg und damit auch keine panischen Reaktionen besorgter Eltern oder Partner.“

MM: „Worin sehen Sie die Vorteile des TWISTIN Ski-Rack?“

Streng: „Die Fahrgäste können mit den Skiern einsteigen und müssen die Skier nicht außerhalb der Fahrbetriebsmittel in die Köcher einstecken, wodurch ein gewisser Stressfaktor vermieden wird.“

MM: „Wie hat sich der Ski-Rack bewährt, sind Sie mit dieser Art des Skitransports zufrieden?“

Streng: „Der Ski-Rack hat sich bestens bewährt und entspricht unserer vollsten Zufriedenheit.“

MM: „Gibt es Rückmeldungen der Gäste, wie kommt der Ski-Rack an?“

Streng: „Es gibt positive Rückmeldungen, dass die Bequemlichkeit gesteigert werden konnte und das stressfreie Einsteigen noch mehr Genuss beim Skifahren bringt.“

dwl

Streng: „Es wurden 61 Kabinen angeschafft, die über Sitzheizung und das TWISTIN Ski-Rack verfügen.“

MM: „Warum haben Sie sich für das TWISTIN Ski-Rack-System entschieden, mit dem die Sportgeräte im Inneren der Kabine transportiert werden?“

Streng: „Das Einsteigen ist vor allem auch für Kinder oder Kunden, denen es schwer fällt, die nicht immer

ramseidenzwei.com

Sherpa Nepal.



Sherpa USA.



Original bleibt Original. Einen echten Bearcat erkennen Sie immer an den Augen. Darauf können Sie sich verlassen.

ARCTIC CAT®
SHARE OUR PASSION.™

SNOPEX_{SA}

CH-6828 Balerna
Tel. +41 91 646 17 33
Fax +41 91 646 42 07
sales@snope.com
www.snope.com

HOLLEIS
SNOWMOBILES & QUADS

A-5751 Maishofen
Saalfeldner Str. 41
T 06542 / 683 46-0
E office@holleis.net
I www.holleis.net



SIGMA-Kabinen in Gaziantep.

SIGMA

Kabinen für Stadtseilbahn Ankara

2014 wird in Ankara die größte Stadtseilbahn des eurasischen Kontinents eingeweiht. Die Kabinen für diesen Prestigeauftrag kommen von SIGMA, dem französischen Tochterunternehmen der LEITNER-Gruppe.

Das richtungsweisende Projekt in Ankara präsentiert eindrucksvoll die Vorteile, die Seilbahnen auch in Großstädten bieten. Nach Barcelona, Hongkong, New York, Medellín und Rio de Janeiro wird SIGMA damit auch in Ankara sein Know-how unter Beweis stellen können. Die Einwohner der türkischen Hauptstadt sind mithilfe der neuen Bahn, die das Viertel Sentepe mit der Metrostation Yenimahalle mitten im Stadtzentrum verbindet, in der Lage, die üblichen Verkehrsstaus zu umgehen und schneller als gewohnt, ihr Ziel zu erreichen.

Die neue Linie wird über mehr als 3 km 4 Stationen bedienen. 106 DIAMOND-Kabinen mit jeweils 10 Sitzplätzen werden ganzjährig von 5 Uhr morgens bis 23 Uhr 2400 Passagiere/Stunde transportieren. Auf diese Weise werden die Passagiere nicht nur komfortabel, sondern durch den viel geringeren CO₂-Ausstoß im Vergleich mit dem Pkw umweltfreundlich transportiert.

Beste Ausstattung

Die Kabinen, die rund 60 m über dem Boden schweben, sind mit einer Nachtbeleuchtung und beheizten Sitzen ausgestattet und bieten eine atemberaubende Sicht über die Stadt. Von den 106 Kabinen werden außerdem 2 als VIP-Kabinen geführt, die dann über Ledersitze, Kühlschrank und MP3-Audiosystem verfügen. Wenn dieser Auftrag abgeschlossen ist, wird SIGMA allein in der Türkei 536 Kabinen im Einsatz haben. Vertreten war man bisher schon in Istanbul, Bergama, Erzincan, Gaziantep und Ordu.

 Infos: www.sigmacabins.com



SCHNEEFÄSEN

VORSPRUNG DURCH INNOVATION

- Schneefrässchleudern für Fahrzeuge von 20 - 350 PS Motorleistung
- Konstruktion & Entwicklung von Komponenten für Winterdienst und Pistenservice
- Sonderkonstruktionen
- Stahl- & Blechzuschnitte



WESTA GmbH Schneeräummaschinen
 Am Kapf 6 • D-87480 Weitnau
 Tel.: +49 (0) 83 75 / 531 • www.westa.de

DOPPELMAYR/GARAVENTA

Neubau Verwaltungsgebäude fix

Doppelmayr investiert 35 bis 40 Mio. Euro in ein neues Firmengebäude. Der Verwaltungsneubau mit ca. 550 modernen Arbeitsplätzen im Areal Hohe Brücke beginnt im Herbst 2014, die Fertigstellung ist für Mitte 2016 geplant.



So soll das neue Verwaltungsgebäude aussehen.

Das Siegerprojekt des Architektenwettbewerbs für den Neubau in Wolfurt wurde Ende September 2013 offiziell der Gemeinde Wolfurt präsentiert. Damit ist der Startschuss für die Detailplanung gefallen und das Projekt geht in die nächste Phase.

Mit einer voraussichtlichen Investitionssumme von 35 bis 40 Mio. Euro beweist Doppelmayr erneut sein Bekenntnis zum Standort in Wolfurt/Vorarlberg. Geplanter Baubeginn für den sechsstöckigen Verwaltungsneubau mit einer Bruttogeschossfläche von knapp 18 000 m² im Areal Hohe Brücke ist Herbst 2014 mit voraussichtlicher Fertigstellung Mitte 2016. Der Neubau bietet Platz für rund 550 moderne Arbeitsplätze und es werden die bisher auf mehrere Gebäude, insbesondere in Wolfurt/Rickenbach verteilten Abteilungen zusammengeführt. Damit sollen die internen Abläufe und die Kommunikation vereinfacht und optimiert werden. Der von der Jury gewählte Siegerentwurf stammt aus dem visionären Architekturbüro „AllesWirdGut“ mit Sitz in Wien. Das Portfolio des international tätigen Büros reicht von Einfamilienhäusern, Shop-Design bis hin zu Büro- und Kulturbauten sowie städtebaulichen Projekten.

Die Gemeinde Wolfurt war im Rahmen des Architekturwettbewerbes in die Projektentwicklung einge-

bunden. Auch über die Zukunft des aktuellen Standortes Rickenbach wird gemeinsam mit der Gemeinde entschieden. Derzeit wird in Kooperation ein Nachnutzungskonzept erarbeitet.

Der neue Standort ist ideal gelegen. Er ist nicht nur einfach zu finden, sondern auch zu erreichen. All jenen, die die Nähe zur Autobahn nutzen, aber auch allen Fahrradfahrern werden genügend Parkmöglichkeiten zur Verfügung gestellt. Auch eine gute Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr ist vorhanden. Das bedeutet eine Verkehrsentlastung für die Anrainer in Rickenbach und die Hauptstraße durch Wolfurt.

Fakten: Doppelmayr Neubau Verwaltungsgebäude

Auftraggeber:	Doppelmayr Seilbahnen GmbH
Architekturbüro:	AllesWirdGut Architektur ZT GmbH, Wien
Standort:	Areal Hohe Brücke, Wolfurt
Grundstücksfläche:	ca. 6 400 m ²
Bruttogeschossfläche:	17 950 m ² auf insgesamt 6 Geschossen
Investitionsvolumen:	35 bis 40 Mio. Euro
Geplanter Baubeginn:	Herbst 2014
Geplante Fertigstellung:	Mitte 2016



Foto: mak

Stefan Mangott, Seilbahn Komperdell

„We are family“ – mit klarer Positionierung zum Erfolg

Die Destination Serfaus-Fiss-Ladis steht seit Jahren als Synonym für Familien-Skiurlaub. Die Erfolgsgeschichte mit den kleinen Gästen auf dem Sonnenplateau im hinteren Tiroler Inntal hat ihre Wurzeln bereits in den 70er Jahren, als die Skischulen diese Positionierung professionell aufgegriffen haben. Heute hat man einen Zusammenschluss, einen intensiven Markenbildungsprozess und viele Prämierungen hinter sich – zuletzt den Titel „Best Ski Resort 2012“ in Europa. Die derzeitigen Geschäftsführer Stefan Mangott und Benny Pregenzer weihten das Fachpublikum am TFA-Forum sowie 9. MM-Symposium in ihre Strategie ein. Wir geben hier einige Fragestellungen wider.

MM: „Wie lautet der Markenkern in Serfaus-Fiss-Ladis?“

Mangott: „Unsere Destination steht (eindeutig und unverwechselbar) für Eltern mit Kindern, Großfamilien und Genießer. Motto: ‚We are family‘. Innerhalb der Hauptzielgruppe hat jedes Segment (Kinder,

Teenager, Erwachsene, Senioren) eigene Bedürfnisse, die es optimal zu erfüllen gilt. Es ist natürlich in so einem Markenentwicklungsprozess wichtig, dass man die eigenen Stärken definiert. Unsere sind: eine enge Zusammenarbeit mit den touristischen Partnern, was

In Serfaus-Fiss-Ladis hat man bereits 1998 als erste Destination aktiv Maskottchen wie die Kuh Berta eingesetzt.



Foto: Müller



Foto: mak

Benny Pregenzer, GF Fisser Bergbahnen

kurze Wege, schnelle Entscheidungen und eine strategische Ausrichtung in der gesamten Region ermöglicht. Daraus entstand eine innovative und erfolgreiche Eigendynamik – und zwar bei allen Dienstleistern.“

MM: „Wie passt die Positionierung Familie und Genießer zusammen?“

Mangott: „Wenn die Kinder entsprechend versorgt sind, werden die Eltern zu wahrlichen Genießern. Alles natürlich unter dem Aspekt größtmöglicher Qualität und bestmöglicher Dienstleistung am Gast. Bei den Kindern geht es hauptsächlich um den Spaß, das Eintauchen in eine Traumwelt. Und sie wollen den Bergerlebnispark entdecken und damit ihre Neugierde stillen. Das Ganze wollen die Kinder entweder in der Familie oder in der Gruppe der Gleichaltrigen. Die Teenager wollen auch Spaß, jedoch zusätzlich Action. Sie wollen vor allem weg von ihren Eltern und begleitete Erlebnisse in der Gruppe bzw. so viele Aktivitäten wie möglich ausprobieren.“

Erwachsene und Senioren: Wollen natürlich ebenfalls Spaß im Bergerlebnispark haben. Sie nutzen aber auch die Genussangebote. Wichtig ist ihnen eine komfortable Möglichkeit zum Beobachten der Kinder. Sie genießen die Ruhezeiten und vor allem auch die Zeit für sich selbst – auch einmal ohne Kinder. Das Thema Sicherheit ist für die Erwachsenen und Senioren ganz wichtig. Zum einen das Vertrauen in die Sicherheit der Attraktionen am Berg und zum anderen, dass die Kinder eine gute, spannende und sichere Kinderbetreuung erfahren.“



Foto: Maro & Partner

Ein Trumpf der Region ist die Skischule – sie gilt als Innovationsschmelde unter den Skischulen. Neu ist das weltweit einzigartige Programm „Snowstar Serfaus“ für 6–12-Jährige.



**GÄBE ES IN SCHWEDEN
EINEN «ELCHTEST»
FÜR KÄLTERESISTENTE
SEILBAHN-STEUERUNGEN,
KÄMEN WIR BESTIMMT
NICHT INS SCHLEUDERN.**



**MENSCHEN MIT
TECHNIK BEWEGEN.**
www.freyag-stans.ch

Unsere Seilbahnsteuerungs-Systeme erbringen auch dort Höchstleistungen, wo die Temperaturen am Tiefsten sind. Im schwedischen Åre zum Beispiel. Schnee, Eis und Minustemperaturen gehören während sechs Monaten im Jahr zum Leben. Und hier beweisen unsere Systeme tagtäglich, dass sie auch unter härtesten Bedingungen funktionieren.



Bei allen Innovationen wird darauf geachtet, dass sie ganzjahrestauglich sind und zum Markenkern passen. Im Bild der Fisser Flieger.

Foto: Andreas Kirschner

MM: „Welche Rolle spielt Ihr in Eurer Destination als Bergbahn?“

Mangott: „Wir sehen uns zugleich als Zugpferd, aber auch als Diener der Region. Als Zugpferd, weil wir der größte Arbeitgeber sind, zuständig für die gesamte Entwicklung des Bergerlebnisses und somit größter Investor und Innovator der Region. Als Diener, weil wir uns dem Gesamtinteresse der Region unterordnen. Außerdem: Beide Bergbahnen gehören mehrheitlich den Gemeinden. Damit können wir auch Projekte realisieren, die es nicht unbedingt immer gleich in der Bergbahnkasse klingeln lassen. Sondern, wenn daraus eine Wertschöpfung für die ganze Region entsteht, ist das ebenfalls in Ordnung. Weiters verstehen wir uns als Diener im Sinne von Dienstleistung am Gast. Hier kommen unsere Mitarbeiter ins Spiel. Sie sind der wichtigste Erfolgsfaktor in der Dienstleistungskette! Wir brauchen nicht nur den Spitzentechniker, sondern auch den Bezugspunkt zum Gast. Deshalb haben wir vor Jahren diesbezüglich eigene Schulungen ins Leben gerufen. Das Allerwichtigste daran ist jedoch, dass man die Philosophie als Chef tagtäglich selber vorlebt. Sonst nimmt der Mitarbeiter die Schulung nicht auf.“

Eine weitere Tatsache besteht darin, dass man heute als Bergbahn über die als selbstverständlich angenommenen Basisangebote hinaus Zusatzangebote schaffen muss, mit denen der Gast nicht rechnet und die ihn begeistern. Motto: ‚Von den Basics hin zur Begeisterung. Was einmal Begeisterung auslöste, ist heute in renommierten Skigebieten oft schon Basisangebot (z.B. kuppelbare Systeme, Zauberteppiche, Sitzheizungen etc.)‘.“

MM: „Wie gelingt es am besten, über das Basisangebot hinaus Angebote bzw. Dienstleistungen zu schaffen, die den Gast begeistern?“

Mangott: „Hierzu nenne ich einmal zwei Beispiele: Bei uns in der Region verletzen sich im Jahr 1 000 Wintersportler. Nach ca. 3 Wochen schicken wir ihnen ei-

nen süßen Gruß nach Hause – konkret ein Päckchen mit heimischen Produkten und einem Begleitschreiben, in dem wir als Destination die besten Genesungswünsche ausrichten. Zu diesen 1 000 Sendungen bekommen wir über 400 schriftliche Rückmeldungen! Kostet nur 5 000 Euro, löst aber eine ungeheure Begeisterung bei den Gästen aus.

Oder das exklusive Zusatzangebot ‚Die erste Spur‘. Hier fahren die Geschäftsführer und Skischulleiter gemeinsam mit maximal 50 Gästen auf den ‚erwachenden‘ Berg und ziehen die erste Spur. Anschließend geht man noch gemeinsam frühstücken. Die direkten Rückmeldungen von den teilnehmenden Gästen sind einzigartig!

Wir haben intern einen Leitsatz: Wir Bergbahnen bewegen Menschen in zweierlei Hinsicht: zum einen von A nach B und zum anderen bewegen wir Menschen emotional – Beispiele dafür wären die Kulinarik auf hohem Niveau, die Ski Shows (Adventure Night in Serfaus, Nightflow in Fiss), die Kinderspielplätze und Funparks, der Crystal Cube etc.,“

MM: „Worauf ist bei der Produktentwicklung in der Destination zu achten?“

Pregenzner: „Wir haben relativ viele Player in unseren Destinationen, die mitbestimmen und von denen jeder andere Interessen hat. Diese Interessen zu kombinieren, zu sammeln und eine einzige Ausrichtung zu schaffen, war der Grundstein für die Entwicklung in unserer Destination. Wir haben früh erkannt, dass es nicht um die einzelnen Leistungen eines Anbieters im Ort geht, sondern in Wahrheit um die Destination. Wir entwickeln bewusst und spezifisch, also organisiert und strukturiert – immer abgestimmt auf unseren Markenkern. D. h. wenn wir etwas tun, dann denken wir immer an die Familie. So haben wir z. B. heuer für die Skikurskinder zwei neue Kinderrestaurants am Komperdell gebaut („Murmlirest“ und „Starrest“), die bisher einzigartig in den Skigebieten der Alpen sind. Sie berücksichtigen die unterschiedlichen Alters-

interessen von Kindern und verbinden kindgerechte Gastronomie sowie Unterhaltung miteinander in verschieden gestalteten Erlebnisräumen. Sie folgen einem neuen gastronomischen Konzept, das auf die übliche 3-Gänge-Logik verzichtet. Alle Menüs wurden von Spezialisten für die Kinderküche zusammengestellt, geboten werden gesunde und altersgerechte Speisen, die Kinder lieben und auch von Eltern empfohlen werden.

Natürlich müssen wir die Anforderungen unserer Gäste kennen. Um das zu erfahren, führen wir kurze face-to-face Interviews. Das Gleiche tun wir mit unseren Mitarbeitern und unseren Partnern. Weiters führen wir Fachexkursionen mit unseren Vertretern der verschiedenen Gremien durch, damit wir uns selber auch immer wieder die Augen öffnen und inspirieren lassen. Und schließlich pflegen wir einen behutsamen Umgang mit der Natur – wie viele andere auch. Wir Bergbahnen haben es geschafft, die Natur mit unseren Inszenierungen attraktiver gemacht zu haben. Wir haben sie wesentlich zugänglicher gemacht für viele Menschen, die vielleicht sonst gar nicht in den Genuss gekommen wären.“

MM: „Gibt es noch weitere Beispiele für Innovationen, die den Markenkern stärken?“

Pregenger:

„Weitere Innovationen, die unseren Markenkern stärken, kommen aus den Bereichen Sicherheit und Convenience – etwa der Einsatz der 1. kindersicheren Sesselbahn oder 1996 die Entwicklung der Förderbänder für Kinder gemeinsam mit der Firma Sunkid! Das Angebot wurde im Laufe der Zeit sowohl breiter als auch spezifischer, wie o. e. angepasst an die Bedürfnisse und die Altersgruppen. Nicht unwesentlich ist das übergeordnete Ziel, aus allen Leistungen, die wir entwickeln, auch eine hohe Wertschöpfung daraus zu erzielen. Selbst bei den All-inclusive-Cards, von denen viele glauben, hier werde Leistung verschenkt, stimmt das. Denn wir haben dadurch eine wesentlich höhere Frequenz erzeugt und verkaufen all die „side-products“ und Zusatzleistungen viel stärker. Schließlich berücksichtigen wir bei der Produktentwicklung auch, dass die Angebote ganzjahrestauglich sein müssen.“

MM: „Bei Erfolg können hohe Frequenzen auch kontraproduktiv werden. Wie geht Ihr mit den Massen um?“

Pregenger: „Durch die Ferienregelungen tummeln sich zu gewissen Zeiten sehr viele Gäste im Gebiet. Daher haben wir uns Maßnahmen überlegt, wie man solche Massierungen entzerren kann und der Gast dies als weniger dominant wahrnimmt. Zum einen praktizieren wir seit 1985 u. a. durch die Dorf ‚U-Bahn‘ eine Verkehrsberuhigung, zum anderen haben wir Dienstleistungen für persönliche Ansprüche eingerichtet wie z. B. die ‚Helping Hands‘. Unsere Mitarbeiter sind mittlerweile verpflichtet, an den Bahnen mitzuhelfen, besonders Damen und Kindern beim Einsteigen in die Gondelbahn. Wir wissen, wie stressig es

für die Gäste sein kann, wenn Massen anstehen und alle 8 Leute wollen gleichzeitig in die Gondel. Außerdem gibt es eigene Kindereingänge, Skidepots an der Talstation oder Info-Men, die den ankommenden Gästen bei der Orientierung helfen. Erwähnenswert ist hier auch die Zusammenarbeit mit der Skischule: gemeinsam wurden zwei Beginnzeiten für alle Leistungsgruppen entwickelt, außerdem gibt es längere Öffnungszeiten bei den Bahnen und Vergünstigungen in den Restaurants nach 13:30 Uhr. Zusätzlich bieten wir eine eigene App an, damit der Gast am Handy die neuralgischen Punkte mit hoher Frequenz erkennen kann.

Davon abgesehen geben einige Highlights das Gefühl der Exklusivität und persönlichen Ansprache wie z. B. Genussstationen abseits der Piste, kulinarische Genussgondel und die bereits erwähnte ‚1. Spur‘ etc. So gehen wir mit der Masse um und haben dazu den Slogan kreiert: Wir begeistern Gäste massenhaft!“



MITDENKEND, SELBSTÄNDIG UND EINSATZFREUDIG

Ab sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen motivierten

Direktor (100 %)

Ihre Aufgaben:

- Operative Gesamtleitung der Unternehmung
- Umsetzung der Strategie und der Unternehmensziele nach Vorgaben des Verwaltungsrates
- Führung der Mitarbeitenden
- Personalschulung- und Entwicklung
- Optimierung der Betriebsabläufe und Partnerschaften
- Finanzielle Führung der Unternehmung
- Erstellung von Budget, Jahresabschluss, Finanz- und Liquiditätsplanung

Ihr Profil:

- Betriebswirtschaftliche Aus- und Weiterbildung
- Führungserfahrung
- Strategisches- und unternehmerisches Denken
- Gute Sprachkenntnisse in Französisch und Englisch
- Kommunikationsfähigkeit und Durchsetzungsvermögen

Wir bieten:

- Selbständige und vielseitige Tätigkeit
- Verantwortung
- Motiviertes Team

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen bis am 22. November 2013 freuen wir uns!
Bergbahnen Holsaas AG
z. H. des Verwaltungsratspräsidenten
Burgener Stefan
3910 Saas-Grund



Mit speziellen Dienstleistungen wie der „Genussgondel“ vermittelt man das Gefühl der Exklusivität und persönlichen Ansprache.

Foto: Müller

MM: „Für eine langfristige Top-Performance müsst Ihr auch Eure Nachwuchs-Touristiker begeistern. Wie könnt Ihr Euer Erbe übergeben?“

Pregenzer: „Zu diesem Thema wurde eine eigene Strategiegruppe gebildet, die sich u. a. der Frage widmet: Wie können wir Serfaus-Fiss-Ladis so gestalten,

dass die Region auch noch im Jahr 2025 lebensbegehrlich für unsere Jungen und engagierten Einheimischen ist. Herausgekommen sind viele Beiträge, von denen wir die unserer Meinung nach wichtigsten angepackt haben.

Es beginnt damit, dass wir die Produkte und Leistungen, die wir verkaufen, unseren jungen Leuten zur Verfügung stellen, d. h. jeder bis 14 Jahre erhält eine gratis Skikarte, kann am Skitraining kostenlos teilnehmen, jederzeit in die Skischule gehen und der Sportfachhandel stellt die Ausrüstung zur Verfügung. Wenn Volks- oder Hauptschulen zum Skifahren kommen, wird selbstverständlich auch ein Skilehrer abgestellt. Weiters bieten wir kostenlose Schulschikurse für alle Tiroler Schulen – wir wollen nämlich die positive Stimmung im ganzen Land aufrechterhalten. Dafür steckten wir anfangs viel Kritik von den Mitbewerbern ein! Mittlerweile machen das aber alle so, denn jeder weiß, dass wir die Begeisterung der jungen Leute brauchen, um das Erbe weiterzutragen.

Wir haben uns in Serfaus-Fiss-Ladis stark eingesetzt, dass wir eine eigene Hauptschule erhalten, die unserer spezifischen Situation am Berg entspricht. Die Leute im Tal haben nämlich andere Interessen als eine Tourismusdestination. Das Unterfangen ist letztlich gelungen und heute verfügen wir über eine touristisch ausgerichtete Hauptschule. Von den Bahnen, TVB, Skischule und Gemeinde wurden drei Personen angestellt, die das Training und den Sportunterricht durchführen.

Zuguterletzt ermöglichen wir großzügigen Zugang zu all unseren Attraktionen (Fisser Flieger, Skywing, Bagjump etc.) und binden die Jugendclubs in unsere Veranstaltungen wie z. B. die Adventure Night ein. Abschließend möchte ich erwähnen, dass wir auch der größte Lehrlingsausbilder des Bezirkes sind: 17 Jugendliche absolvieren derzeit bei uns ihre Lehre vom Koch bis zum Mechaniker und zum Seilbahnfachmann/frau.“

Ingenieurbüro Brandner



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



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

Tiroler Seilbahntagung in St. Anton

Im Westen die Besten

Auf der Tiroler Seilbahntagung am 20. September in St. Anton wurde intensiv über die Leistungen und Herausforderungen der Seilbahnunternehmer in Zeiten der überbordenden Umweltgesetzpraxis diskutiert. Fachgruppenobmann Franz Hörl zeigte auf, dass Tirols Seilbahnen für 80 % der Wintergäste das Kriterium für deren Urlaubsentscheidung sind und als Zugpferde der Tourismuswirtschaft fungieren.

Für Fachgruppenobmann Franz Hörl galt es, zum einen Rückschau auf ein erneut investitionsstarkes Jahr 2012 zu halten, in dem von den heimischen Seilbahnbetrieben 225 Millionen in Ausbau und Erneuerung gesteckt wurden. Hörl stellte beim Seilbahntag aber auch fest, dass die notwendige Weiterentwicklung und Qualitätssteigerung aktuell von vielen Seiten behindert und verzögert wird. „Natürlich sind die Tiroler Seilbahnen die Zugpferde der Tiroler Tourismuswirtschaft, auch wenn ein paar Maulhelden versuchen, unsere Erfolge und unsere Ziele schlecht zu reden, so der Obmann wörtlich.“

Besonders die Versuche, gegen Tirol ein Vertragsverletzungsverfahren in Brüssel anzustrengen, ärgern Hörl: "Viele meiner Kollegen und auch ich können es nicht verstehen, dass es in Tirol Unterstützer für eine Klage der EU gegen Tirol gibt. Wir sind der Meinung, dass in Tirol durch die derzeitige Ausweisung von 14,5 % der Landesfläche (1 836,46 km²) an Natura 2000-Gebieten keine weiteren Nachmeldungen mehr notwendig sind!"

Zusammenschlüsse nicht verhindern

Endlich Fakten und Handlungen forderte der Tiroler Seilbahn-Obmann was lange diskutierte Verbindungen und Zusammenschlüsse von Skigebieten betrifft: „Ich denke da an das Pitztal, bei dem eine sinnvolle Anbindung an das Ötztal möglich sein muss. Aber auch hier im Arlberggebiet gibt es richtungsweisende Aktivitäten, die zu begrüßen sind. Dass es den Zusammenhalt braucht, beweisen uns auch elf Bürgermeister, zwei Tourismusverbände und drei leidgeprüfte Unternehmen im Zentralraum zwischen Mutters und Neustift. Trotz vieler Unkenrufe sind die Reihen in Sachen Brückenschlag geschlossen geblieben. Wenn Innsbruck wirklich die Hauptstadt der Alpen bleiben will und das Stubai den Anschluss nicht verlieren soll, dann müssen auch in Sachen Brückenschlag die Signalanlagen von Rot auf Grün umgeschaltet werden.“

Hörl lobte seine Branchenkollegen für die Investitionen in Sicherheit und Pistenrettung und erteilte Versuchen von externen Rettungsgesellschaften, in Tiroler Skigebieten Fuß zu fassen, eine klare Absage: „Wir wollen es uns und unseren Gästen ersparen, wenn da



Fachgruppenobmann Franz Hörl sprach u. a. über die Polarität der Tiroler Seilbahnwirtschaft: Zugpferd oder Maultier?

plötzlich umsatzorientierte externe Rettungsorganisationen herumwursteln. Bergrettung und Pistenretter sind die wahren Profis.“ Derzeit sind ca. 2370 Seilbahnmitglieder für den Pistenrettungseinsatz ausgebildet, 11 Millionen Euro/Jahr geben Österreichs Seilbahnen in die Schulung und Ausbildung von Mitarbeitern für den sicheren Rettungseinsatz!

Neben Franz Hörl referierte auch der Innsbrucker Anwalt und Verfahrensexperte Dr. MMAG. Eduard Wallnöfer über aktuelle Entwicklungen des österreichischen Umweltrechts und deren Auswirkungen auf Infrastrukturprojekte.

Deutschlands Seilbahnen setzen auf Nachhaltigkeit

Am 14. und 15. Oktober 2013 tagte der deutsche Seilbahnverband in Freiburg. Nachhaltigkeit, Erneuerungswahlen, Investitionsschub, die Ausbildungsoffensive sowie der Erfahrungsaustausch waren die Themen an der diesjährigen Mitgliederversammlung.

Nachhaltigkeit ist bei Deutschlands Seilbahnen bereits seit Jahren ein aktuelles Thema. „Sonne, Wind und Wasser haben wir vor unserer Haustüre“, erklärte Peter Huber, Präsident des Verbandes Deutscher Seilbahnen und Schlepplifte (VDS), an der diesjährigen Seilbahntagung in Freiburg. Seit geraumer Zeit nutzen viele Betriebe erneuerbare Energien und verbesserten laufend ihre Energiebilanz. Vom Stromverbraucher werden viele zum Stromerzeuger. Deshalb waren Thema und Ort der Tagung bewusst gewählt: Freiburg erhielt im letzten Jahr den deutschen Nachhaltigkeitspreis.

Schlüssel zum großen Erfolg“. Nachhaltigkeit dürfe und könne nicht „von oben“ verordnet, sondern müsse von allen gewollt werden.

Schauinslandbahn saniert

Gelebte Nachhaltigkeit praktiziert auch die Freiburger Schauinslandbahn, die seit 1930 auf den 1 284 Meter hohen Hausberg der Breisgauer Metropole führt. Auch sie trägt, so berichtete Günter Voigt, ihr technischer Betriebsleiter, in erheblichem Umfang zur Erreichung der Freiburger Klimaschutzziele bei, die eine Verringerung der klimaschädlichen CO₂-Emissionen bis 2030 um 40 % gegenüber dem Jahr 1992 vorsehen. Denn die Schauinslandbahn fährt seit 2009 mit 100 % Ökostrom. Ein Auto verursache auf der gleichen Strecke 60 Mal mehr CO₂-Ausstoß. „Wer sich für die Schauinslandbahn entscheidet“, so Voigt, leistet einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz.“ Während der vergangenen Wintersaison wurde die älteste und längste Umlaufbahn Deutschlands saniert. Das Tragseil auf der talwärtsfahrenden Richtung (3 600 Meter) wurde vom Seilhersteller Fatzer aus Romanshorn ersetzt. Gleichzeitig hat man die Seilbahn, die seit 1987 unter Denkmalschutz steht, die Steuerung durch die Firma Frey AG aus Stans und



Die Akteure der Deutschen Seilbahntagung (v. l. n. r.): Hannes Rechenauer, Hoheck Bergbahnen in Oberaudorf, Vorstandsmitglied VDS, Peter Lorenz, Brauneck Bergbahn, Vorstandsmitglied VDS, Simone Ariane Pflaum, Leiterin der Freiburger Stabstelle Nachhaltigkeits-Management, Peter Huber, Bayerische Zugspitzbahn, Vorstandspräsident VDS, Birgit Priesnitz, Verbandsleiterin VDS, und Günter Voigt, technischer Betriebsleiter der Schauinslandbahn.

den alten Motor durch einen neuen ABB Motor ersetzt. Im neuen Tragseil sind 24 Lichtwellenleiter für die Datenübertragung integriert, die nicht nur für die Seilbahn benötigt werden, sondern sie können auch an die umliegenden Partner vermietet werden. Da die Einsteig- sowie Ausstiegszeiten in den Stationen um 40 Sekunden verlängert wurden, ist dies eine enorme Komfortsteigerung für die Passagiere. Dank der neuen Steuerung können die 30 Kabinen je nach Andrang der Gäste während des Betriebes eingesetzt werden. Das Auswechseln des Tragseiles verlangte von den Monteuren der Firma Fatzer und Garaventa viel ab. Das Wetter zeigte sich nicht immer von seiner

den alten Motor durch einen neuen ABB Motor ersetzt. Im neuen Tragseil sind 24 Lichtwellenleiter für die Datenübertragung integriert, die nicht nur für die Seilbahn benötigt werden, sondern sie können auch an die umliegenden Partner vermietet werden. Da die Einsteig- sowie Ausstiegszeiten in den Stationen um 40 Sekunden verlängert wurden, ist dies eine enorme Komfortsteigerung für die Passagiere. Dank der neuen Steuerung können die 30 Kabinen je nach Andrang der Gäste während des Betriebes eingesetzt werden. Das Auswechseln des Tragseiles verlangte von den Monteuren der Firma Fatzer und Garaventa viel ab. Das Wetter zeigte sich nicht immer von seiner



Die denkmalgeschützte Schauinslandbahn wird seit 2009 mit 100 % Ökostrom betrieben und erfuhr in der vergangenen Wintersaison eine Sanierung im Bereich der Elektronik.

besten Seite. Dennoch konnte die einzigartige Umlaufbahn (ein Tragseil, zwei Zugseile) Ende April dieses Jahres fahrplanmäßig in Betrieb gehen.

Steigende Ersteintritte

Ein schneereicher Winter und ein Sommer, der regnerisch startete, dann aber viel Sonne bot: Deutschlands Seilbahnen blicken auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Und sie schauen optimistisch in die Zukunft. Denn mit einem Investitionsvolumen von rund 50 Millionen Euro starten sie in den kommenden Winter. Die größten Projekte werden dabei erstmals nicht im Alpenraum realisiert, sondern in den deutschen Mittelgebirgen, wo im Sauerland und in Niedersachsen die

Schneesicherheit erheblich verbessert und somit „Ski-lauf vor der Haustüre“ angeboten wird. Zu den umfangreichsten Investitionen im Alpenraum zählen der Neubau einer Kabinenbahn und eines Sesselliftes im Allgäuer Skigebiet Ofterschwang-Gunzesried. Die Mitgliedsbetriebe konnten die Gästezahlen, gemessen in Ersteintritten ins Skigebiet, um 18 % gegenüber dem Vorjahreswinter steigern. Zudem sorgte der frühe Start für ein Plus bei den Betriebstagen um 16 %, was zu Umsatzsteigerungen in Höhe von 19 % führte (140 Mio.Euro).

Führungsteam bestätigt

Der VDS setzt auf sein bewährtes Führungsteam. Bei den Neuwahlen wurden das bisherige Führungstrio Peter Huber (VDS-Präsident/Bayerische Zugspitzbahn), Peter Lorenz (stellv. VDS-Präsident/Brauneck Bergbahn) und Hannes Rechenauer (Pressesprecher/Hocheck Bergbahnen) bestätigt.

Dank einer funktionierenden grenzüberschreitenden Zusammenarbeit mit dem Landesberufsschulzentrum in Hallein (Österreich) konnte der VDS seit September 2012 den neuen Ausbildungsberuf „Industriemechaniker im Einsatzgebiet Seilbahntechnik“ den Grundstein setzen. Die Lehrlinge absolvieren ihre praktische Ausbildung in deutschen Seilbahnbetrieben und nutzen das Berufsschulzentrum in Hallein (Salzburg) für die schulische Ausbildung. **dab**



DER BESTE SEIN VERPFLICHTET.

Einer für alle.

www.formatic-by-k.com

Der Formatic ist mit Abstand der Beste seiner Klasse! Er überzeugt mit seinen Leistungsdaten und seiner Top-Ausstattung inklusive PistenBully Qualitäts-Ketten, serienmäßigem Mittelsitz, Hebelsteuerung und wahlweise Lenkradsteuerung. Damit ist er die preisgünstige Alternative für perfekt präparierte Pisten! Und der Service ist so erstklassig wie Sie es von einem Fahrzeug aus dem Hause Kässbohrer erwarten.

Formatic®

BY KÄSSBOHRER GELÄNDEFAHRZEUG AG



V.l.: Mag. Peter Winkler, Fachverband der Seilbahnen Österreichs, Karl Schmidhofer, Obmann der Seilbahnen Steiermark, Mag. Peter Lackner, GF der Seilbahnen Steiermark, und Mag. (FH) Ricarda Rubik, Marketing Forum.

Steirische Seilbahntagung 2013

Betriebe halten Qualitätsniveau hoch

Am 26. September fand in Gaal die steirische Seilbahntagung statt. Neben vielen Seilbahnunternehmen konnte man dazu Vertreter aus Wirtschaft und Politik begrüßen.

Fachgruppenobmann Karl Schmidhofer konnte sich zur diesjährigen Tagung über mehr als 100 Gäste freuen, die ins Gasthaus Kaiser in Gaal gekommen waren, um sich über aktuelle Themen der Branche zu informieren. Den Veranstaltungsort Gaal hatte man gewählt, um mit Hilfe der regelmäßigen Tagungen der Fachgruppe einen Überblick über die steirischen Skidestinationen zu geben. Vor diesem Hintergrund stellte Thomas Hopf als Geschäftsführer der Gaaler Lifte KG sein Angebot vor. Das kleine Skigebiet geht ins Jahr 1963 zurück und verfügt über 16 ha an Pisten, von denen bemerkenswerte 12 ha auch beschneit werden können. Dazu verfügt man über ein durchdachtes Angebot, zu dem eine Skischule, ein Skiverleih und die Möglichkeit zum Nachtskilauf genauso gehören wie Angebote für Familien und Aktivitäten abseits der Piste.

Im Rückblick auf die Wintersaison 2012/13 sprach Karl Schmidhofer von einem zufriedenstellenden Verlauf. Der Winter sei geprägt gewesen von einem späten Start und wenigen Sonnentagen, wobei die Schneeanlagen wieder gute Dienste geleistet hätten. Große Beachtung gefunden habe natürlich die Alpine Ski WM, die den Fokus in der medialen Berichterstattung auf die Steiermark gerichtet hätte. Immer stärker werde in den letzten Jahren der Sommer, sodass man 2013 in der Steiermark den stärksten Sommerbetrieb in der Geschichte habe verzeichnen können. Für die Wintersaison 2013/14 vermeldete Schmidhofer Investitionen im Ausmaß von 28 Mio. Euro in Aufstiegsanla-

gen, die Beschneigung, Pistenfahrzeuge und die übrige Infrastruktur, das wären immerhin um rund 7 Mio. Euro mehr als im letzten Jahr. Diese Investitionen würden deutlich zeigen, dass es den steirischen Betrieben wichtig sei, das Qualitätsniveau hoch zu halten.

Ein Anliegen der steirischen Fachgruppe sei es außerdem, kleineren Liftbetrieben durch den Austausch von Know-how zu helfen. Der Fachverband habe für sie immer „ein offenes Ohr“. Kritik gab es an den ausufernden rechtlichen Bestimmungen und Vorschriften, die zu erfüllen vor allem auch für kleinere Unternehmen immer schwieriger und wirtschaftlich aufwendiger werde.

Informationen aus der Branche

Mag. Peter Winkler gab in seinen Statements Einblicke über die Arbeit im österreichischen Fachverband, Mag. (FH) Ricarda Rubik informierte über die erfolgreiche Arbeit des Marketing Forums, das auch für diesen Winter wieder Akzente setze, um die Jugend zum Skifahren zu bringen. Dr. Thomas Weihs widmete sein Referat dem Thema „Sicherheit auf Skipisten“. Mit nur 0,85 Unfällen auf 1 000 Skier Days habe man sich in der Steiermark in punkto Sicherheit eine sehr gute Position sowohl in Österreich als auch im Vergleich mit den Nachbarländern erarbeitet. Mag. Klaus Höfler, Redaktion Steiermark/Kleine Zeitung, lieferte schließlich noch Tipps und Anregungen für eine gute Zusammenarbeit mit den Medien.

dwl

fixedmind GmbH & Co. KG

Langfristiger Erfolg braucht ein solides Fundament

Innovative und nachhaltige Kommunikations- und Marketingstrategien, speziell für Bergbahnen und touristische Betriebe, entwickelt die fixedmind GmbH aus Sonthofen (D).



Für die Zipline „Alpspitz-KICK“ der Alpspitzbahn in Nesselwang (D) hat die fixedmind GmbH sämtliche Marketingleistungen bis hin zum Mitarbeiteroutfit erbracht.

Das dynamische Unternehmen fixedmind ist bereits rund 10 Jahre in den Bereichen Marketing und PR/ Öffentlichkeitsarbeit tätig. Ursprünglich im Skisport beheimatet, hat man sich in den letzten Jahren immer mehr auf die Bereiche Tourismus und Freizeit, insbesondere Bergbahnen, spezialisiert. Alle Mitarbeiter des siebenköpfigen Teams sind selbst aktive Bergsportler sowohl im Sommer als auch im Winter und bringen damit viel persönliche Erfahrung in die Projekte ein. Heiko Joos, Gründer und Geschäftsführer des Unternehmens, legt dabei besonderen Wert auf nachhaltigen Erfolg: „Insbesondere der mittel- und langfristige Ansatz ist aus meiner Sicht wichtig. Unsere Ideen und Konzepte müssen nicht nur kurzfristig funktionieren, sondern über viele Jahre hinweg die Grundlage einer starken Marke bilden.“

Sich von seinen Mitbewerbern bewusst abzugrenzen und Alleinstellungsmerkmale klar herauszustellen ist laut fixedmind gerade für Unternehmen der Seilbahnbranche von zentraler Bedeutung. „Je aktiver man selbst kommuniziert und je geplanter das Vorgehen dabei ist, desto mehr kann man das Image und die Wahrnehmung seines Unternehmens bei den Kunden selbst steuern“, meint Joos und fügt hinzu: „Das führt dazu, dass man von äußeren Faktoren, auf die man keinen Einfluss nehmen kann, weniger abhängig und

auf lange Sicht deutlich erfolgreicher ist.“ Hinzu kommt ein viel effizienterer Einsatz der vorhandenen Mittel. Auch eine kontinuierlichere Auslastung, gerade in besucherschwachen Zeiten, ist das Ergebnis eines strategisch geplanten und professionell durchgeführten Marketings. Dabei lässt sich diese Liste beliebig erweitern.

Das Beispiel AlpSpitzKICK

Ein aktuelles Beispiel für ein erfolgreich realisiertes Projekt ist der neue „AlpspitzKICK“, Deutschlands schnellste Zipline (vgl. MM 6/13 S. 28). Auftraggeber war die AlpSpitzbahn in Nesselwang im Allgäu. Von der Entwicklung des Logos über die Ticketgestaltung, die Mitarbeiteroutfits und die Werbemittel bis hin zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wurden alle Leistungen durch die fixedmind GmbH & Co. KG und deren Netzwerkpartner erbracht. Auch die Produktion eines Werbespots in Kinoqualität gehörte mit dazu.

Ein weiterer Kunde, der seit Jahren erfolgreich betreut wird, ist die Alpsee Bergwelt in Immenstadt. Durch kontinuierliches Marketing und eine strategische Öffentlichkeitsarbeit konnte hier eine starke Marke geschaffen werden, die weit über die Region hinaus eine hohe Bekanntheit und einen sehr guten Ruf genießt (vgl. MM 4/13 S. 12).



Die technische Seilbahnfachtagung vom 9. bis 11. Oktober 2013 in Crans-Montana war für alle Beteiligten ein voller Erfolg.

Seilbahntagung Schweiz (VTK/SBS) in Crans-Montana

Neue Rekordbeteiligung

Für die Vereinigung technisches Kader Seilbahnen Schweiz ist die Jahrestagung der Höhepunkt ihrer alljährlichen Aktivitäten. In diesem Jahr fand die technische Seilbahnfachtagung vom 9. bis 11. Oktober im Mittelwallis auf dem Hochplateau von Crans-Montana statt.

Bereits am Vortag reisten über 180 Angemeldete an, die das Nachessen in der Bergstation Les Violettes einnahmen. Begeistert kehrten diese nach Crans-Montana von der einmaligen Aussicht mit Blick auf das ganze Wallis zurück. Zu Beginn des ersten Tages eröffnete der Präsident der VTK, Laurent Vaucher, die Tagung. In seiner Begrüßungsansprache an die Teilnehmer freute er sich mitteilen zu können, dass sich erstmals über 400 Besucher für den Anlass angemeldet hätten. Dies bedeute einen neuen Teilnehmerrekord. Es scheint, dass das Tagungsmotto „Technisch unterwegs“ die Branche anspricht.

Breitgefächertes Angebot von Referaten

Traditionsgemäß führte der Geschäftsführer der Braunwald Sportbahnen AG und Vorstandsmitglied der VTK, Christoph Meier, als Moderator durch das Programm. Als erster Redner konnte er den Chef Sektion Seilbahntechnik vom BAV, Laurent Queloz, ankündigen. Die Vertreter der Aufsichtsbehörden BAV und IKSS präsentierten ihre aufschlussreichen statistischen Zahlen von Ereignissen und Unfällen sowie die Verantwortlichen der neu organisierten Abteilungen. Laurent Queloz informierte über die zahlreichen Revisionen bei den verschiedenen Regelwerken und hofft, dass die neuen Vorschläge im nächsten Jahr in Kraft treten werden. Zum ersten Mal trat der neue Leiter der Kontrollstelle des IKSS, Ulrich Blessing auf. Kurze Behandlungsfristen von Gesuchen sowie die Sicherheit der Fahrgäste und der Mitarbeiter haben höchste Priorität für ihn. Der Einhaltung der Sorgfaltspflicht sowie dem Einholen von Zustandsbeurteilungen von Skilif-

ten werde er in Zukunft mehr Bedeutung schenken. Der Fachlehrer Michael Nydegger vom SBS Ausbildungszentrum in Meiringen präsentierte das vielseitige Ausbildungsprogramm vom SBS. Die beiden Ausbildungslehren, der Seilbahner (EBA) und der Seilbahn-Mechatroniker (EFZ) sind heute nicht mehr wegzudenken. Seit einem Jahr kann man je nach Ausbildungsstand über die Ausbildung des Seilbahnfachmannkurses einsteigen, und sich bis zum Seilbahnmanager ausbilden lassen. Es freue ihn mitteilen zu können, dass ab dem 1. April 2014 das BAV den ausgebildeten Fachleuten im Bereich Verguss- und Klemmköpfen die Anerkennung geben wird. Ebenfalls erinnerte er die Pistenfahrzeugführer, dass diese spätestens zu Beginn der zweiten Wintersaison einen Grundausbildungskurs zu absolvieren haben. Raphael Gingins, ehemaliger Mitarbeiter des BAVs, arbeitet seit diesem Jahr beim SBS und informierte über seine Tätigkeit. Die Beratungsstelle „Technik“ wird von Flavio Sartori geleitet und wird unterstützt von den Ingenieuren Renzo Pesciallo und von ihm. Ihre Aufgabe ist es, die SBS-Unternehmen im Bereich von technischen Fragen sowie bei der Plangenehmigungs- und Betriebsverlängerungsgesuchen zu unterstützen.

Präventionsarbeit zahlt sich aus

Martin Deiss, Produkt-Manager Europa von Aegis aus Remagen in Deutschland, erläuterte in seinem Referat „Effektiver Schutz vor Lagerschäden durch Stromdurchschlag“ die Bedeutung der Schutzmaßnahmen gegen schädliche Lagerströme bei der Antriebstechnik von Seilbahnen. Peter Röllin, von Volta Elektroma-



V.l. n. r.: Laurent Vaucher, Präsident VTK, Arthur Clivaz, Direktor Bergbahnen Crans-Montana-Aminona, Jean-Claude Savoy, Gemeindepräsident Crans-Montana, Patrick Siggen, OK-Präsident, und Fulvio Sartori, Vizedirektor SBS freuten sich über die große Teilnehmerzahl von über 400 Personen an der diesjährigen Tagung.

schienenbau AG Luzern zeigte zu diesem Thema zwei praktische Beispiele von Seilbahnantriebssystemen, die durch den Einbau von Wellenerdungsringen die Wellenspannung der Lager nicht mehr gefährden können. Christian Farner, Verantwortlicher der Valé-léctric Farner SA aus St.-Pierre-de-Clages, erinnerte an die Bedeutung von Filtern, der Erdung sowie der Abschirmung von elektrischen Maschinen, damit eine elektromagnetische Verträglichkeit entstehen kann um vor unangenehmen Ausfällen verschont zu bleiben. Alexander Bless von Brugg Cables unterstrich in seinem Referat „Nutzungsmöglichkeiten und Grenzen der Lichtwellenleitertechnologie“ die Bedeutung der Singlemode Fasern Typen, die bis zu 10 Gbit/s von über 100 km Länge eingesetzt werden, und dass diese noch in 10 Jahren auf dem Markt verfügbar sein werden. Roger Holzer, Brandschutzexperte der Swissi AG in Neuenburg, empfahl jeder Seilbahnunternehmung ein Brandschutzkonzept erarbeiten zu lassen.

Neuer Ausbildungskurs von SBS

Präsident Laurent Vaucher wurde für eine weitere zweijährige Präsidentenamszeit wieder gewählt. Am zweiten Tag berichtete Dr. Yves-Alain Roulet von Meteo Schweiz, dass mit dem Ausbau der Wetterstationen auf der Plaine Morte oberhalb von Crans-Montana und auf dem Weissfluhjoch oberhalb von Davos, die Wettervorhersage im nächsten Jahr genauer sein wird und mehr nützliche Wetterdaten den interessierten Kreisen mitgeteilt werden können.

Christoph Egger, Direktor der Schilthornbahn, empfahl jeder Seilbahnunternehmung die Erarbeitung eines Krisenhandbuches. Er selber war bereits mehrmals ungewollt in Krisenfälle verwickelt gewesen, in welchen er von einer klaren Struktur des Krisenmanagements profitiert hat.

Stefan Mumenthaler von Heliswiss International sowie Thomas Bolzli von Eagle Helikopter berichteten, dass mit einer optimalen Planung und Vorbereitung der Transportflüge die Sicherheit der involvierten Personen sowie die Wirtschaftlichkeit enorm gesteigert werden kann. Weiter empfahl Stefan Mumenthaler den Ausbildungskurs „Erkennen von Sparpotenzial bei optimaler Planung und Vorbereitung der Einsätze sowie die Erhöhung der Arbeitssicherheit“ zu besuchen, der erstmals in diesem Herbst im SBS Ausbildungszentrum in Meiringen durchgeführt wird. **dab**

+ SKI FÖRDERBÄNDER



+ SKI KARUSSELLE



+ SKI LIFTE



+ SOMMERTUBING



KORER

BORER LIFT AG

www.borer-lift.ch



Blick in die Pumpstation Marguns.



Mit Hilfe der neuen Pumpen wird die Leistung der Beschneigung verdoppelt.

DEMACLENKO

St. Moritz schneit!

Am 11. Oktober wurden in St. Moritz die Schneekanonen in Betrieb gestellt. Durch den Umbau der beiden Pumpstationen Glüna und Marguns durch DEMACLENKO wurde die Beschneiungsanlage noch leistungsfähiger und effizienter.

Die Engadin St. Moritz Mountains AG sorgt in der größten Schneesportregion der Schweiz dafür, dass Gäste und Einheimische das Engadin bis in seine hochalpinen Lagen für den Wintersport nutzen können. Zur Verfügung stehen dafür insgesamt 25 Aufstiegsanlagen, mit denen 200 km markierte und bestens präparierte Pisten erschlossen werden.

Ein snowsicheres Grundangebot ist dabei für die Engadin St. Moritz Mountains AG von größter Bedeutung. Um das zu gewährleisten, wurde im letzten Sommer in die Leistungssteigerung der Beschneigung investiert. Der Auftrag zum Umbau der bestehenden Pumpstationen Glüna und Marguns ging an DemacLenko. Für die einzelnen Projektteile wurden 15 GFK-Schächte Z160 sowie 1 200 m Leitungskabel GKN 3 x 150 Cumm² geliefert und installiert.

Weiters für die Pumpstation Marguns:

- ▶ 3 x 45 kW Vorpumpen mit einer Leistung von je 37 l/s,
- ▶ 3 x 250 kW Hauptpumpen mit einer Leistung von je 37 l/s,

- ▶ 3 Frequenzumformer ABB mit 250 kW Low Harmonic,
- ▶ Verrohrung aus feuerverzinktem Stahl sowie
- ▶ 1 Raumlüftungsanlage.

Pumpstation Glüna:

- ▶ 1 x 15 kW Vorpumpe mit einer Leistung von 30 l/s,
- ▶ 1 x 250 kW Hochdruckpumpe zu 30 l/s (Pumpe wurde aus dem Bestand Marguns übernommen und integriert),
- ▶ Verrohrung aus feuerverzinktem Stahl,
- ▶ 3 automatische Regelventile für Feldabgänge sowie
- ▶ die nötigen Schieber und Ventile.

Pumpstation Signal:

- ▶ ein 400 kW Frequenzumformer Low Harmonic.

Die Arbeiten wurden Anfang Oktober termingerecht abgeschlossen, sodass schon am 11. Oktober der Schneebetrieb starten konnte. Auf dem Hausberg von St. Moritz, der Corviglia, wurden am 11. Oktober 60 cm Neuschnee gemessen.

DEMACLENKO/Titan Silent

Leise und leistungsstark zugleich

Der Bestseller von DemacLenko, Titan, wurde nun noch weiter entwickelt. Der neue Schneeerzeuger gilt als der leistungsfähigste am Markt und ist in der Ausführung nun auch sehr leise geworden.

Der Titan Silent wird ab der kommenden Schneisaison von vielen Skigebieten im gesamten Alpenraum eingesetzt, zuvor produzierte er bereits in den Dolomiten und in Schweizer Skigebieten erfolgreich viel und leise Schnee.

Die Maschine überzeugt mit ihrer ausgezeichneten Leistung bei gleichzeitig stark reduziertem Schallpegel: Auf 160 m Entfernung liegt die maximale Lärmemission bei 44 dB, welche alle gesetzlichen Rahmenbedingungen für den Nachteinsatz in bewohnten Gebieten erfüllt. Das Geheimnis dieser Entwicklung liegt im speziellen, schallgedämpften Gebläse, das von DemacLenko-Technikern in den F&E-Laboren in Südtirol entwickelt wurde. Das erreichte Ziel von DemacLenko war, leise Maschinen zu produzieren, ohne Kompromisse bei der Leistungsfähigkeit einzugehen, und damit Mensch und Umwelt zu schonen.

Alle bekannten und geschätzten Merkmale des Schneeerzeugers Titan finden sich natürlich auch bei der Schneekanone Titan Silent wieder: Wasserdüsen aus Edelstahl und Nukleatoren aus Messing, 5,7 Zoll Touch Display wahlweise steuerbar mittels kompatibelem Smartphone oder Tablet, Wassermodule mit Entleerung und zentralem Wasseranschluss, fremdbeliefte Wetterstation und vieles mehr.

Das hochmoderne Design wurde beibehalten, ein neues Branding zierte die blaue, stille Schneekanone von DemacLenko und so sind Innovationen in Funktion und Design harmonisch vereint.



Der neue Titan Silent.

Foto: DemacLenko



Service ist nicht alles –
ohne Service
ist alles nichts!

LYNX



BACHER
SKIDOO METALL



Bacher Harald GmbH
5732 Mühlbach i. Pz. 111
Tel: 06566/7275, Fax: 7275-4
www.bacher-skidoo-metall.at



PRINOTH Service

Technische Kompetenz, Flexibilität und perfektes Zeitmanagement

Für Top-Pisten ist der zuverlässige Einsatz von Pistenfahrzeugen Voraussetzung. PRINOTH bietet seinen Kunden dafür beste Bedingungen und glänzt mit seinen Leistungen im Bereich After Sales. Der MOUNTAIN MANAGER hat bei Peter Kaserer, Leiter Ersatzteilwesen, und Klaus Kramser, Leiter Service und Kundendienst Österreich, in der Niederlassung in Telfs nachgefragt.



Blick in das Ersatzteillager Telfs.

MM: „Die Niederlassung in Telfs bei Innsbruck wurde 2008 eröffnet und beheimatet das weltweite Ersatzteil- und Logistikzentrum. Welchen Stellenwert hat sie für PRINOTH?“

Peter Kaserer: „Mit der Niederlassung in Telfs hat PRINOTH 2008 eine leistungsfähige Service- und Logistikzentrale inmitten der Alpenregion geschaffen. 2011 wurde die Halle erweitert und damit Raum für weiteres Wachstum geschaffen – beste Voraussetzungen also. Das Ersatzteillager und Revisionszentrum für Pistenfahrzeuge sichert aufgrund der zentralen Lage Kundennähe und schnelle Erreichbarkeit für die Bereiche Service, Wartung Reparatur und Ersatzteilwesen. Wichtig sind in diesem Zusammenhang natürlich auch die kompetenten Ansprechpartner, die hier zur Verfügung stehen.“

MM: „Wie viele Mitarbeiter sind vor Ort im Service tätig und worauf legt man bei der Mannschaft Wert?“

Klaus Kramser: „In Telfs sind über 20 Mitarbeiter im Servicebereich beschäftigt, die sich auf den Innen- und Außendienst aufteilen. Bei unserem eingespielten

Team ist sowohl Zuverlässigkeit sehr wichtig als auch die Bereitschaft, flexibel zu arbeiten. Im Winter sind wir für unsere Kunden immer erreichbar, das wirkt sich dann natürlich auch auf die Arbeitszeiten aus. Wichtig sind außerdem technische Kompetenz und der Wille, sich kontinuierlich weiterzubilden. Im Kontakt mit den Kunden legen wir großen Wert auf soziale Kompetenz, also auf persönliche Kundenbetreuung und eine gute Kommunikationsbasis.“

MM: „Was sind die speziellen Anforderungen der Branche an den Servicebereich?“

Peter Kaserer und Klaus Kramser: „Die Pistenfahrzeuge müssen im Winter 100 % einsatzfähig sein. Unsere Kunden erwarten sich neben höchster Qualität und exzellenter Technologie auch schnellen und zuverlässigen Service. Denn sollte es doch einmal zu einem technischen Problem kommen, ist schnelle Hilfe gefragt“, erklärt Peter Kaserer. „Dementsprechend hoch sind die Anforderungen, die an den Kundendienst gestellt werden. PRINOTH ist für seine Kunden im Winter 7 Tage die Woche erreichbar. Flexibilität ist unser oberstes Gebot.“

Für die Zuverlässigkeit der Pistenfahrzeuge ist aber nicht nur der Service während der Saison ausschlaggebend. Auch die Revisionen vor der Wintersaison, die von fachkundigem Personal durchgeführt werden, sind von großer Bedeutung. Damit lassen sich Stehzeiten und eventuelle Probleme im Winter sowie die damit verbundenen Kosten minimieren. Zusätzlich bieten unsere Techniker AM-VO-Überprüfungen an, deren Durchführung sich sehr positiv auf die Zuverlässigkeit der Maschinen auswirkt“, ergänzt Klaus Kramser.

MM: „Wie können Sie den speziellen Anforderungen Ihrer Kunden im Winter nachkommen?“

Klaus Kramser: „Durch eine uneingeschränkte Verfügbarkeit unserer Servicetechniker und technisch kompetente Ansprechpartner am Telefon. An den Feiertagen haben wir eine Notruf-Hotline eingerichtet, sodass wir für unsere Kunden immer erreichbar sind,

am selben Tag rausgehen und damit am nächsten Werktag zugestellt werden. Im Westen Österreichs gibt es zusätzlich die sogenannte „Same-Day-Delivery“. Alles, was bis 10 Uhr vormittags bestellt wird, steht noch am Nachmittag zur Verfügung. Sondertransporte mit Lieferung am selben Tag sind auch jederzeit möglich.“

MM: „Was bieten Sie den PRINOTH-Kunden, wenn außerhalb der üblichen Dienstzeiten Ersatzteile benötigt werden?“

Peter Kaserer: „Auch hier bewährt sich unser besonderer Service. Um dabei den Kundenwünschen noch besser entsprechen zu können, haben wir den 24-h Pick-up-Service eingerichtet. Die bestellten Waren werden dabei für den Kunden in einem gesicherten Raum hinterlegt. Er kann sie dann mit Hilfe eines Zutrittscodes jederzeit, auch in der Nacht, abholen.“



„Der Service ist zu unserer vollsten Zufriedenheit abgelaufen“, lobte Karl Höflechner die Leistungen von PRINOTH bei der WM in Schladming 2013.



Die Wartung der Pistenfahrzeuge vom Profi minimiert Probleme im Winter.

egal ob zu Weihnachten oder zu Neujahr. Unsere Außendienstmitarbeiter sind lokal so positioniert, dass sie schnell beim Kunden vor Ort sind. Wir schaffen es sogar, 75 % aller Anfragen und Probleme innerhalb von 12 Stunden zu regeln. Ein weiterer wesentlicher Punkt ist die gute Grundbestückung unserer Servicewagen. Unsere Servicetechniker finden dort sämtliche Ersatzteile und Spezialwerkzeuge vor, um vor Ort gute Hilfestellung zu leisten.“

MM: „Wie ist Ihr Ersatzteillager ausgestattet und wie lange dauert es im Durchschnitt, bis die benötigten Teile vor Ort sind?“

Peter Kaserer : „Unser Ersatzteillager steht 7 Tage die Woche zur Verfügung. Knapp 20 Mitarbeiter sorgen dafür, dass alle Komponenten schnell und sicher verfügbar sind. Es handelt sich dabei um routinierte Mitarbeiter, die mit den Anforderungen bestens vertraut sind. Bei Lieferungen im Alpenraum ist es Standard, dass alle Komponenten, die bis 14 Uhr bestellt werden, noch

MM: „PRINOTH ist auch bei sportlichen Großveranstaltungen immer wieder mit seinen Pistenfahrzeugen vor Ort. Welche Anforderungen stellt das an den Bereich Service?“

Peter Kaserer: „PRINOTH ist Ausstatter bei den Olympischen Winterspielen 2014 in Sotschi und war Exklusivausstatter der Planai- und Hochwurzen Bahnen bei der Alpinen Ski WM 2013 in Schladming. In diesen Fällen arbeiten wir mit dem Veranstalter Einsatzpläne aus, in denen wir alle möglichen Situationen simulieren, damit nichts dem Zufall überlassen wird. Im Vorfeld werden dann alle Mitarbeiter instruiert, damit das Produkt optimal genutzt werden kann. Von uns sind Servicetechniker vor Ort. Benötigte Ersatzteile werden vor Ort gelagert. Müssen Ersatzteile angeliefert werden, macht man das mithilfe einer durchdachten Logistikkette. Auf diese Weise stellt man sicher, dass alles reibungslos und zur vollen Zufriedenheit des Kunden läuft.“

dwl



PistenBully 400 W im Einsatz für die „Stubai Prime Park Sessions“.



Für die „Stubai Prime Park Sessions“ wurden mit Hilfe der PistenBully und der Profis der Schneestern OHG die besten Bedingungen bereitet.

Kässbohrer Geländefahrzeug AG Snow-Park Allianz

Die Kässbohrer Geländefahrzeug AG und die Schneestern OHG haben sich zu einer Kooperation entschlossen. Damit gibt es eine Allianz von zwei führenden Unternehmen in der Winterbranche.

Die Kässbohrer Geländefahrzeug AG bietet mit ihrem ParkBully bereits seit 2001 ein optimal für die Bedürfnisse der Parkbetreiber und der Shaper entwickeltes Fahrzeug. Heute sind die ParkBully weltweit marktführend. Sie sind aus keinem Snowpark mehr wegzudenken und werden von den besten Shapern der Welt gefahren um Snowparks für höchste Ansprüche zu shapen. Als Innovationsführer ist die Kässbohrer Geländefahrzeug AG ständig bestrebt, ihre Fahrzeuge weiterzuentwickeln. Aus diesem Grund haben die Kässbohrer Geländefahrzeug AG und die Schneestern OHG eine Kooperationsvereinbarung unterzeichnet, die zum einen eine gemeinsame Bearbeitung des Snowparkbusiness

und zum anderen eine Weiterentwicklung der Fahrzeuge und der damit verbundenen Technik beinhaltet.

Gemeinsame Projekte

Erstes großes Projekt sind die „Stubai Prime Park Sessions“, bei dem zur Vorbereitung auf die Olympischen Spiele 2014 die weltweit besten Freeskier und Snowboarder ideale Vorbereitungsmöglichkeiten in Österreichs größtem Gletscherskigebiet geboten bekommen. Dort shapte die Schneestern Crew mit einem PistenBully 400 Park und einem PistenBully 400 W ein vollständig auf die Anforderungen der Athleten ausgelegtes Park-Setup.



Die Snow-Park Allianz zwischen der Kässbohrer Geländefahrzeug AG und der Schneestern OHG zeigt erstklassige Resultate.

Bekannt von den Skipisten in 68 Ländern

Die Kässbohrer Geländefahrzeug AG produziert und vertreibt weltweit Pistenpräparierfahrzeuge und Strandreinigungsgeräte unter den Markennamen PistenBully, Formatic und BeachTech. Das Unternehmen ist Technologie- und Weltmarktführer in der Pistenpräparierung und Strandreinigung. Aber auch abseits von Skipisten und Urlaubsstränden finden die Fahrzeuge der Kässbohrer Geländefahrzeug AG ihren Einsatz. Ob als Forschungsfahrzeuge in der Antarktis, als Transportfahrzeuge in unwegsamem Gelände, zur Verschiebung von Silagegut, zum Torfabbau oder zum Mähen und Mulchen auf sensiblem Untergrund – PistenBully kennen keine Grenzen.

Schneestern

Schneestern ist seit 1999 professioneller Anbieter für Snowparks, Snowpark Equipment und Events, gegründet und geführt von Action-Sport-Enthusiasten.

We are Schneestern. Diese Maxime treibt das Schneestern-Team täglich an. Durch Professionalität, Erfindergeist, partnerschaftlichen Umgang und einer starken Identifikation mit dem Action Sport wird sichergestellt, dass die Bedürfnisse der Kunden erkannt und maßgeschneiderte Lösungen angeboten werden. Die Klientel ist breit gefächert. Schneestern arbeitet mit Skigebieten, Skischulen, Szene Marken, Marketing- und Eventagenturen, Verbänden sowie Städten und Gemeinden zusammen.

...SORGT FÜR OPTIMALE LÖSUNGEN IN ALLER WELT.

ELECTRIC + SAFETY + COMMUNICATION ICT/CRM

SISAG APORTE DES SOLUTIONS OPTIMALES DANS LE MONDE ENTIER.
SISAG PROVIDES INTELLIGENT SOLUTIONS WORLDWIDE.

CH-6460 Altdorf • Fon +41 (0)41 875 07 11 • sisag@sisag.ch • www.sisag.ch
CH-1870 Monthey • Fon +41 (0)24 472 95 95 • sisag.monthey@sisag.ch • www.sisag.ch



News vom ARENA PistenManagement

Die 100ste Pistenmaschine geht nach Saas-Fee

Mit Serfaus-Fiss-Ladis und Saas-Fee setzen die beiden besten Skigebiete der internationalen Studie „Best Ski Resort 2012“ auf das ARENA PistenManagement. Aber nicht nur bei Neukunden kann ARENA punkten. Auch die bestehenden Projekte werden kontinuierlich ausgebaut. Das unterstreicht einmal mehr die Kundenzufriedenheit in der ARENA Community. Mit dem Kompetenzzentrum PistenManagement geht man noch einen Schritt weiter, um die Kompetenzen vieler Leitbetriebe zu sammeln bzw. auszutauschen. Ein Profit für die ganze Branche.



Rainer Flaig, CEO der Bergbahnen Saas Fee (r.), mit Mike Partel von Mountain Management Consulting bei der Auszeichnung zum zweiten Platz in der Studie „Best Ski Resort“.

Bestes Schweizer Skiresort setzt auf ARENA

Mit Saas-Fee und Serfaus-Fiss-Ladis setzen wie o. e. die beiden besten Skiresorts der Alpen ab der Wintersaison 2013/14 auf das ARENA PistenManagement. Gleich 18 Fahrzeuge werden bei den Schweizern zum Teil mit der Schneehöhenmessung und dem Flottenmanagement ausgestattet. Damit unterstreicht Saas-Fee einmal mehr seine Vormachtstellung in punkto Schneesicherheit und Pistenpräparation. Das beweist auch die unabhängige Kundenzufriedenheitsstudie „Best Ski Resort“, in welcher mehr als 41 000 Wintersportler befragt wurden – sie zählt zu den größten und aussagekräftigsten im Alpenraum.

Lenzerheide rüstet ARENA weiter auf

Auch die Lenzerheide Bergbahnen bauen das ARENA PistenManagement Schritt für Schritt weiter aus. Hat man noch im vorigen Jahr mit 3 ARENA Maschinen gearbeitet, so kommen ab der Wintersaison 2013/14 schon 5 ARENA Schneehöhen-Messmaschinen zum Einsatz. Auch in die Grundlagendaten für die Schneehöhenmessung wird weiter investiert. Noch rechtzeitig vor der Wintersaison wird das gesamte Skigebiet mittels Laserscanning zentimetergenau vermessen.

ARENA in Österreich weiter auf Erfolgskurs

Bei der PowerGIS ist man sehr erfreut über das Vertrauen der Kunden. Viele Projekte werden kontinuierlich ausgebaut. Dazu CEO Robert Sölkner: „Unser ganzer Dank gilt an dieser Stelle unseren vielen Anwendern! Mit Gargellen, Serfaus-Fiss-Ladis, Damüls und Oberlech kommen in der Wintersaison 2013/14 darüber hinaus gleich fünf neue Projekte dazu. In Summe dürfen wir 40 weitere Pistenmaschinen mit



„Wir wollen weltweit die Nr. 1 im PistenManagement werden und bleiben“, sagt Robert Sölkner, CEO der PowerGIS

der Schneehöhenmessung ausrüsten. Auch im Flottenmanagement konnten wir in diesem Jahr schon weitere 70 Fahrzeuge ausstatten.“

Globale Marktführerschaft im Visier

„Wir wollen weltweit die Nr. 1 im PistenManagement werden und bleiben“, formuliert Sölkner das Ziel für die nächste Periode. Damit unterstreicht die PowerGIS einmal mehr ihren Anspruch auf Technologie-, Qualitäts- und Serviceführerschaft. Die Innovationschmiede aus Salzburg liefert mit dem ARENA PistenManagement bekanntlich seit Jahren eine Komplettlösung für die Seilbahner. Aktuell sind über 100 Pistenmaschinen mit der Schneehöhenmessung und über 1 000 Fahrzeuge mit dem Flottenmanagement ausgestattet. In der kommenden Saison werden wieder einige neue Features verfügbar sein. Neben „ARENA Site-LINK“, dem Austausch der Schneehöhendaten in Echtzeit unter den Pistenmaschinen, steht ab 2013/14 eine Schnittstelle zum Datenexport in Richtung der Beschneigungsleitsysteme zur Verfügung. „Damit schließt sich jetzt der Kreis und die gemessenen

ist ein enormer Kostenfaktor“, erklärt Christoph Schmuck, Technikchef der PowerGIS.

Kompetenzzentrum PistenManagement startet durch

„Wir sind uns doch einig, die Technik ist die Pflicht, aber der Projekterfolg ist die Kür“, definiert Robert Sölkner die Philosophie beim ARENA PistenManagement. Und dabei braucht nicht jeder das Rad neu erfinden. Vielmehr geht es darum, bestehendes Wissen zu sammeln und auszutauschen. Genau aus diesem Grund wurde das Kompetenzzentrum PistenManagement aus der Taufe gehoben. Nicht nur die Stärke der Schneeanlagen und Pistenmaschinen ist ein Erfolgsfaktor, sondern auch die Intelligenz der Anwendung wird zukünftig in den Vordergrund rücken. Mehr darüber werden wir in einer der nächsten Ausgaben des Mountain Managers berichten.

Wer jetzt schon mitarbeiten möchte, ist gerne willkommen. Bitte senden Sie einfach ein Email an: office@powergis.at



BERATUNG BERG-GASTRONOMIE

Österreich – Schweiz – Deutschland – Italien

- Marktanalyse
- Bestandsanalyse
- Benchmarking
- Projektentwicklung
- Gastrotechnische Sonderplanung
- Ausschreibung

ETB Edinger Tourismusberatung GmbH

Kaufmannstraße 58 • A-6020 Innsbruck

Tel.: +43 (0) 512/344 231 • Fax: +43 (0) 512/344 231-10

Internet: www.etb.co.at • Mail: innsbruck@etb.co.at



Richard Oswald



Alois Edenhauser



Milo Beeli, Zentralenleiter Rothenbrunnen (l.) und Patrick Wyss von Tschärner Seilbahnsteuerungen freuen sich über die neu installierte Steuerung.

Erneuerung der Standseilbahn Rothenbrunnen Balveins

Im Frühjahr 2013 wurde die Materialstandseilbahn Rothenbrunnen Balveins für die Kraftwerke Zervreila AG (KWZ) im Kanton Graubünden von der Firma BMF Bartholet Seilbahnen mechanisch angepasst. Die elektrische Erneuerung realisierte Tschärner Seilbahnsteuerungen.

Die Standseilbahn Rothenbrunnen Balveins, die Ende der fünfziger Jahre in Betrieb ging, erfüllte die Anforderungen der Aufsichtsbehörde (IKSS) nicht mehr und wurde deshalb saniert. Alle wesentlichen Elemente wie Seil, Steuerung, Fahrzeug und Antrieb wurden überprüft und dementsprechend angepasst. Das Seil wurde von IWM geprüft und als gut befunden. Die Steuerung wurde komplett den heutigen Anforderungen angepasst. Speziell ist, dass neben der Talstation im Keller des Kraftwerks eine Funkübertragungsanlage installiert ist, damit die Signale per Funk vom Fahrzeug von der Talstation über die bestehende Datenleitung bis zur Bergstation übermittelt werden können. Um die Kommunikation auf der ganzen Strecke zu gewährleisten, wurde je ein Funkempfänger in der Talstation und Bergstation eingebaut. Dadurch wird eine permanente Verbindung zur Steuerung sicher gestellt. Die neue Steuerung in der Bergstation baute die Firma Tschärner ein. Durch diese neuen Anpassungen kann die Anlage auch vom Fahrzeug aus bedient werden, was für die Mitarbeiter der KWZ große Vorteile

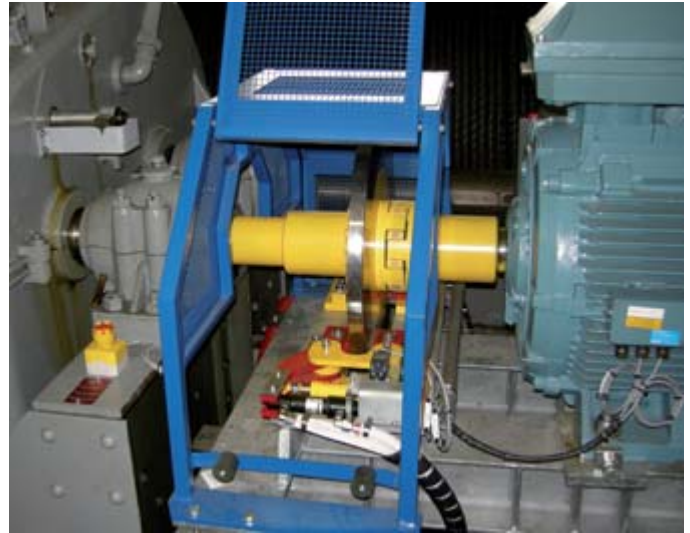
bringt. Bei den Stationen wurden Induktivsensoren eingebaut, damit die Überwachung der Stationen dadurch sicher gestellt werden kann. Selbstverständlich kann die Anlage auch vom Steuerschrank über ein Touchpanel bedient werden.

Neue Antriebstechnik

Das Fahrzeug musste einer kompletten Revision sowie Rissprüfung unterzogen werden. Anschließend wurde es sandgestrahlt sowie feuerverzinkt. Der Holzboden wurde ersetzt, mit einem steckbaren Geländer und Einstiegstoren sowie mit Zustiegsleitern versehen. Am Fahrwerk wurden neue Lager sowie ein Batteriekasten eingebaut, damit die Anlage neu vom Fahrzeug bedient werden kann. Die Antriebstechnik erfuhr einen Wechsel von einem neuen ABB Motor 110 kW AC mit Temperaturüberwachung, dabei konnte das Betriebsbremsen-System von BMF integriert werden. Das alte Getriebe blieb bestehen und die Verbindung zum Motor wurde mittels einer Rotex Klauenkupplung gelöst. Die alte Bandbremse,



Ein ABB Motor 110 kW mit Temperaturüberwachung, wurde an das bestehende Von Roll Getriebe in der Bergstation eingebaut.



Die Verbindung zwischen dem neuen Motor und dem bestehenden Getriebe konnte mit einer Rotex Klauenkupplung gelöst werden.

die direkt auf die Seiltrommel wirkt und früher von Hand betrieben wurde, wird neu hydraulisch betätigt und überwacht. Sie dient gleichzeitig als Sicherheitsbremse. Die Bandbremse erhielt ein neues Band inklusive neuer Beläge. Gleichzeitig konnte dabei eine optimale Positionierung der Hydraulikkonsole realisiert werden. All diese Arbeiten wurden von Bartholet BMF zu vollen Zufriedenheit des Kunden ausgeführt.

Das Kraftwerk

Die Kraftwerke Zervreila AG (KWZ) mit Sitz in Vals, wurde am 17. Mai 1952 als Partnergesellschaft gegründet. Die Inbetriebnahme der Anlagen erfolgte 1958. Die Grundlagen zum Bau und Betrieb der Anlagen bilden die Konzessionen von 23 Gemeinden des Lugnez sowie des Safien- und des Vorderrheintals. In die Werkgruppe einbezogen ist auch das seit 1949 in Betrieb stehende Kraftwerk Rabiusa-Realta. Im Jahresmittel produzieren die vier Anlagen (Zentrale Zervreila, Zentrale Safien Platz, Zentrale Rothenbrunnen und Zentrale Realta) bei einer installierten Leistung von

258 MW ca. 565 Mio. kWh. Diese Energiemenge reicht zur Versorgung von ca. 110 000 Haushalten aus. Von der jährlich produzierten Energiemenge fallen im Durchschnitt 55 % im Winterhalbjahr und 45 % im Sommerhalbjahr an. Ein bedeutender Anteil der Produktion ist wertvolle Speicherenergie, die zu Bedarfszeiten mit hoher Leistung abgerufen werden kann. Mit einem Anteil von 2 % an der gesamtschweizerisch produzierten elektrischen Energie aus Wasserkraft leistet die KWZ einen wichtigen Beitrag an die Energieversorgung der Schweiz.

Neben sicheren Arbeitsplätzen in wirtschaftlich benachteiligten Randgebieten leisten die Kraftwerksgesellschaften auch beträchtliche Abgaben an die Gemeinden und Kanton in Form von Wasserzinsen und Steuern. Dazu kommen jährliche Aufträge an das örtliche Handwerk und das Gewerbe. Außerdem liefert die KWZ den regionalen Elektrizitätsversorgungen günstige Konzessionsenergie. Wasserkraft ist einer der wenigen Rohstoffe, worüber die Schweiz verfügt. Dank ihr kann auf umweltfreundliche Art und Weise elektrische Energie erzeugt werden. **dab**

Wir haben die richtige Maschine für Sie!

Tolle Rabatte in unserer Aktion!



Maschine MODEL	Baujahr Year/Con	Betriebsstd. VK Working hrs PRICE	
PB 200	BJ 1999	7.900 h	23.900 €
PB 300 Polar W	BJ 2002	7.222 h	39.900 €
PB 300 Polar S	BJ 2003	6.716 h	39.500 €
PB 300	BJ 2002	8.778 h	29.500 €
Leitwolf S - Black Edition	BJ 2008	7.049 h	52.500 €
Leitwolf S	BJ 2004	6.500 h	36.900 €
Leitwolf S	BJ 2008	6.568 h	53.500 €
Leitwolf W	BJ 2006	5.890 h	46.900 €
Prinoth Everest Power	BJ 2005	5.983 h	39.000 €
Formatic GT450	BJ 2006	3.022 h	29.900 €

PISTENTECH

Büro

Friedrichstraße 17 · 78652 Deisslingen

Lager

Trichtinger Straße 19 – 21
78661 Dietingen-Böhringen

Tel: +49 (0)7420 913 440

Fax: +49 (0)7420 913 442

Mobil: +49 (0)179 227 7011

info@pistentech.eu

www.pistentech.eu

Erneuerung der Schachtstandseilbahn im Kraftwerk Aegina AG

Von Rotz & Wiedemar AG und die Steuerungsfirma Sisag realisierten letzten Sommer am Kraftwerk Aegina AG im Oberwallis (CH) eine neue Schachtstandseilbahn. Dadurch konnte die ganzjährige Erreichbarkeit an den Kraftwerken für die Mitarbeiter des Kraftwerkes sichergestellt werden.



Die 5,6 km lange Umlaufseilbahn vom damaligen Erbauer Mathias Streiff aus Schwanden mit ihrer Winkelstation auf dem Bochtenhorn auf 2 478 m ist noch heute der einzige Zugang zum Kraftwerk Aegina während der Wintermonate.

Die Antriebswinde, das neue Fahrzeug sowie der Aufbau der Antriebstechnik wurden von Von Rotz & Wiedemar AG aus Kerns ausgeführt.



Die Kraftwerk Aegina AG wurde am 24. April 1962 mit einem Grundkapital von 12 Millionen Franken gegründet. Sie sicherte sich die Wasserfassung zur Stromproduktion im Aeginatal am Nufenenpass im Goms im Kanton Wallis (CH). Während den Jahren 1963 und 1966 erbaute die Gesellschaft den Stausee Gries auf 2366 Meter. Mit diesem Speichersee erzeugt die Gesellschaft mit der Francis-Turbine, die sich in den 417 Metern tieferen Altstafel befindet, 9,5 MW oder eine mittlere Jahresproduktion von 22 GWh. Da die Straße über den Nufenenpass nur im Sommer befahrbar ist, errichtete man während des Kraftwerksbaus von Ulrichen zum Altstafel eine 5,6 km lange Umlaufseilbahn mit einer festgeklammten Kabine für vier Personen. Diese Einseilpendelbahn, gebaut noch vom bekannten Seilbahntüftler Mathias Streiff aus Schwanden, ausgestattet mit einer Winkelstation auf dem Bochtenhorn auf 2478 Meter, gewährt nach wie vor die Zugänglichkeit zum Kraftwerk während der Wintermonate. Vor drei Jahren wurde diese spezielle Umlaufbahn erneuert und erhielt eine neue Steuerung von Sisag.

Von Planung bis Montage – alles aus einem Haus

Während der Bauphase des Kraftwerkes wurde neben der Druckleitung am Fuß der Stauseemauer Gries bis zum Altstafel eine Personenstandseilbahn von der damaligen Seilbahnfirma Von Roll eingebaut. Diese Anlage entsprach nicht mehr den neuesten Bestimmungen der Aufsichtsbehörde (IKSS) und wurde im Sommer 2012 erneuert. Die Ausschreibung für die Sanierung der Schachtstandseilbahn sowie die technische Vertretung für den Bauherrn übernahm die Firma tytec aus Glarus. Außer den Schienen erfolgte ein Komplettumbau der Anlage durch die Von Rotz & Wiedemar AG aus Kerns. In der Bergstation befindet sich der Antrieb. Ein ABB Motor mit einer Leistung von 30 kW überträgt die Kraft auf das Siemens-Getriebe und anschließend auf die Seiltrommel, die Von Rotz & Wiedemar AG herstellte. Die Seiltrommel nimmt fast 800 Meter Seil auf. Das Leiterseil mit einem Durchmesser von 13,5 mm lieferte die Jakob AG aus Trubschachen. Auch das Fahrzeug, der Standseilbahnwagen wurde eigenständig von Von Rotz & Wiedemar AG gebaut. In diesem fassen 6 Personen Platz oder er kann mit einem Gewicht von 600 kg beladen werden. Die Zugseilbefestigung am Fahrzeug wurde mit Poller und Klemmplatten rea-



Die Steuerung konnte im Unterlieferantenauftrag durch die Firma Sisag aus Schattdorf eingebaut werden.

Steuerung von Sisag

Von Rotz & Wiedemar AG organisierte ebenfalls die Steuerung im Unterlieferantenauftrag, der durch die Firma Sisag ausgeführt wurde. Die Steuerung verfügt über eine Fernüberwachungsanlage, Frequenzumformer und stellt die Ansteuerung der Bremshydraulik von Rexroth sicher. Sie ist für die Betriebsarten „Normalbetrieb“ und „mit Maschinist“ ausgelegt. Somit kann der Betrieb von beiden Stationen sowie vom Fahrzeug aus sichergestellt werden. Die Strecke wird mit einer Fahrgeschwindigkeit von 1,2 m/s befahren. Somit benötigen die Mitarbeiter vom Kraftwerk rund 10 Minuten um den fast 800 Meter langen Druckstollen durchfahren zu können.

Der Stollen weist eine Steigung von 52 % auf. Die Von Rotz & Wiedemar AG führte bei diesem Projekt von der Planung bis zur Montage alles selbstständig aus, was für den Kraftwerksbetreiber eine große Erleichterung darstellte.

dab

lisiert, was gleichzeitig auch die Schlaffseil-Überwachung sicherstellt. Die Sicherheitsbremse lieferte die Von Rotz & Wiedemar AG und ist mit einer Scheibenbremse mit Federkraft, die direkt auf die Seiltrommel wirkt, ausgerüstet.

FluxCrawler inspiziert Drahtseile

Trag- und Spannseile von Brücken, Aufzügen und Seilbahnen sind enormen Belastungen ausgesetzt. Ihre Funktionstüchtigkeit muss daher regelmäßig überprüft werden. Ein neuartiger Roboter erkennt Risse, bevor sie ein gefährliches Ausmaß annehmen. (Autor: Dr.-Ing. Jochen Kurz/Fraunhofer IZFP)

Langsam, ganz langsam krabbelt der Roboter das Drahtseil hinauf. Während er mit raupenähnlichen Bewegungen an Höhe gewinnt, scannt er die Oberfläche aus Stahl und prüft, ob Defekte vorliegen. FluxCrawler nennen die Forscher vom Fraunhofer-Institut für Zerstörungsfreie Prüfverfahren IZFP das System. Es eignet sich für die regelmäßige Qualitätskontrolle von Tragseilen und Spannkabeln aus Stahl, wie sie in Brücken, Kränen, Aufzügen, Seilbahnen und Skiliften verbaut sind. Denn durch Spannungsbelastungen, Verschleiß und Korrosion sind diese Stahlstränge stark beansprucht.

Mittels magnetischer Streuflussprüfung spürt der Roboter nicht nur winzige Risse an der Oberfläche auf, sondern auch solche, die tiefer gehen. Bei diesem Verfahren wird das Seil einem Magnetfeld ausgesetzt, das im Fall eines Defekts „gestört“ ist – an den Fehlerstellen entsteht ein messbares Streufeld. „Entdeckt man solche Mikrorisse nicht rechtzeitig, kann das zu Brüchen im Stahl führen. Um fatale Folgen oder gar Katastrophen zu vermeiden, sind Materialchecks unerlässlich“, so Dr.-Ing. Jochen Kurz, Abteilungsleiter am IZFP in Saarbrücken.

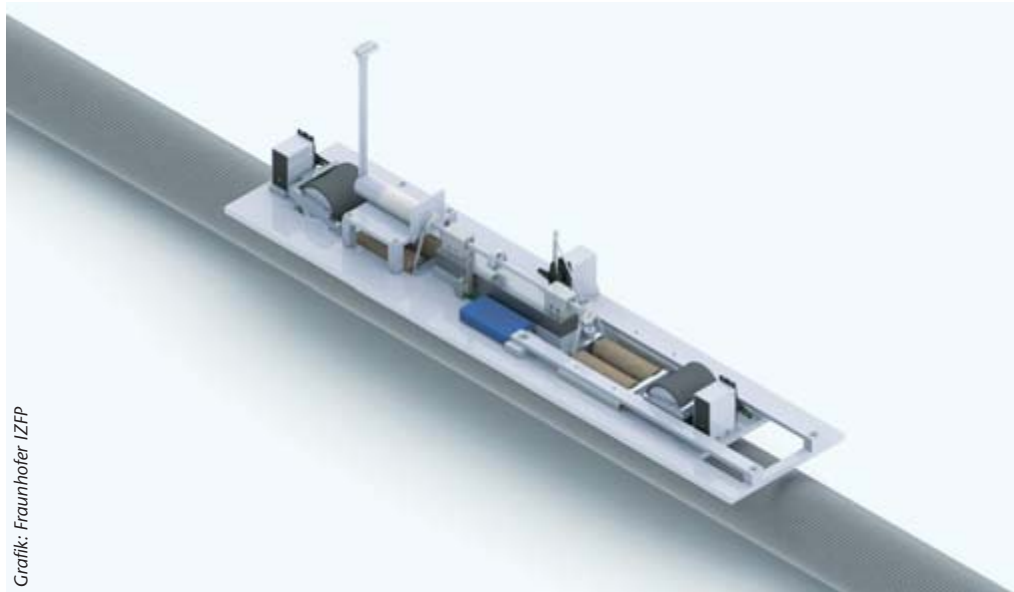


Der FluxCrawler eignet sich für viele Seildurchmesser.



Foto: Fraunhofer IZFP

Dr.-Ing. Jochen Kurz.



Grafik: Fraunhofer IZFP

CAD-Modell des Prüfroboters auf einem Drahtseil.

Prüfsystem eignet sich für viele Seildurchmesser

Die Prüfung von Stahlseilen per magnetischem Streufluss ist zwar schon gängige Praxis, doch bislang werden dafür Spulen eingesetzt, die das Seil eng umfassen müssen. Das Problem: Da die Durchmesser und Ummantelungen der Seile stark variieren, lassen sich die Spulen aufgrund ihres begrenzten Durchmesserbereichs nur in wenigen Fällen beziehungsweise jeweils nur für Kabel mit einem speziellen Umfang einsetzen. Zudem können sie die exakte Winkelposition eines Fehlers nicht orten. FluxCrawler hingegen prüft durchmesserunabhängig: Der rund 70 cm lange Roboter scannt zylinderförmige Oberflächen, indem er das Seil einmal umläuft, er muss es also nicht umfassen. Ein Permanentmagnet verhindert das Abrutschen, er hält FluxCrawler am Seil fest. Gleichzeitig erzeugt er die für die Messung erforderliche Magnetisierung. Zwischen den Enden des u-förmigen Magneten befindet sich eine mit mehreren Sonden bestückte Sensorzeile, die schnelle Flächenscans ermöglicht. Während FluxCrawler das Seil umläuft, kann der Sensorprüfkopf die genaue Winkellage des Fehlers ermitteln und erkennen, ob der Riss rechts, links, oben oder unten liegt. Der Roboter kann Seile mit einem Durchmesser von 4 bis 20 cm prüfen. Gesteuert wird die batteriebetriebene Plattform per Bluetooth durch einen PC. Im Computer entsteht ein Bild des magnetischen Streufelds auf der gesamten Seiloberfläche; jede auffällige Position wird hochaufgelöst am Monitor dargestellt.

Kooperation mit französischem Carnot-Institut

FluxCrawler ist ein Ergebnis des Projekts „FilameNDT“ (NDT, kurz für Non Destructive Testing). In diesem entwickeln Jochen Kurz und sein Team vom IZFP gemeinsam mit dem französischen Carnot-Institut

VITRES-IFFSTAR neben dem magnetischen Streufluss auch andere zerstörungsfreie Prüfverfahren wie den elektromagnetisch angeregten Ultraschall und mikromagnetische Prüfmethoden weiter – letztere für ein Monitoring. „FluxCrawler ist jedoch nicht uneingeschränkt einsetzbar. Schäden in verdeckten Bereichen – etwa dort, wo ein Spannseil in einer Fahrbahn verankert ist – kann der Roboter nicht erkennen. Für die Fehlersuche in verdeckten Bereichen nutzen wir eine andere zerstörungsfreie Prüfmethode – den elektromagnetisch angeregten Ultraschall (EMUS)“, erläutert Kurz. Hierbei erzeugen die Forscher mit einem Sensorprüfkopf, der direkt auf das Seil gesetzt wird, eine geführte Ultraschallwelle. Diese durchdringt das Material und wird bei Fehlstellen reflektiert. Aus den zurückgesendeten Signalen rekonstruiert der Rechner ein Bild. Dabei analysiert er die physikalischen Veränderungen, die die Welle im Werkstoff erfährt, und ermittelt daraus die Verhältnisse im Inneren des Materials. Somit kann man die Lage eventuell winziger Schadstellen erkennen.

Ein Monitoring System ist bereits testweise an der Saarbrücke in Mettlach installiert, die saniert wird. Kurz und sein Team sind zuversichtlich, dass auch FluxCrawler schon bald in der Praxis für die Schadensdiagnose eingesetzt wird – erste Anfragen aus der Industrie liegen schon vor. Der Roboter ist inzwischen patentiert, erste Tests an Seilen im Labor konnten die Forscher erfolgreich abschließen. Als nächstes stehen Tests bei der Seilprüfstelle der DMT GmbH in Bochum, einem Prüflaboratorium für die zerstörungsfreie und zerstörende Prüfung von metallischen und nicht-metallischen Erzeugnissen, auf der Agenda.



Infos:

www.fraunhofer.de



INT10.

Schon jetzt an den nächsten Winter denken.

Kriwan Austria

Revision – der nächste Winter kommt bestimmt

Kriwan Austria, der Partner im Bereich „Technik für den Winterbetrieb“ beliefert seit mehr als 25 Jahren die Bergbahnbranche, die man als besonders spannenden Markt sieht. Die Produkte bewähren sich seit Jahren durch hohe Qualität und extrem lange Lebenslaufzeiten, und das neben einem äußerst geringen Anlaufwert (Windkraft) und einer Maximalwindbelastung bis zu 80 m/s.

Kriwan Windsensoren finden in den unterschiedlichsten Applikationen Anwendung. Auf Seilbahnen, in Skigebieten, um die Beschneigung zu überwachen (Wind aus der falschen Windrichtung), in Touristeninfosystemen, um über den aktuellen Zustand am Berg zu informieren, bis hin zu Wetterstationen, um neben dem Klima auch Lawinen oder andere Wetterereignisse zu beobachten. Sowohl Forscher und Universitäten als auch Wetterdienste leiten aus diesen Informationen Maßnahmen und Tätigkeiten ab (Lawinenwarnung).

An Seilbahnen, Sesselliften oder Materialseilbahnen wird, wenn der Wind zu stark ist und/oder aus der falschen (weil gefährlichen) Windrichtung kommt, die Fahrgeschwindigkeit zurückgenommen. In weiterer Folge wird der Betrieb, nach dem Ausstieg der Fahrgäste, zur Gänze eingestellt. Diese wichtigen Informationen liefert seit vielen Jahren die Kriwan Industrie-Elektronik Austria GmbH mittels präziser Windmesstechnik.

Der Kriwan Windsensor hat neben einem berührungslosen Abtastsystem natürlich auch ein sehr hochwertiges Lager sowie

elektronische Bauteile, wie z. B. Widerstände oder Kondensatoren. Selbst bei hochwertigsten Bauteilen und Lagern wird irgendwann der Punkt überschritten, wo der Betrieb innerhalb der von Kriwan definierten Genauigkeit nicht mehr gewährleistet werden kann.

Als Beispiel sei hier die Lagerlaufzeit genannt. Das Windgeschwindigkeitsmessgerät dreht sich und doch ist durch die „Erschöpfung“ des Lagers eine Fehlmessung gegeben. Das verriebene Lager bremst den Sensor und so wird wohl immer noch Geschwindigkeit gemessen, aber eine, welche den tatsächlichen Umgebungsbedingungen nicht entspricht. Gleiches gilt natürlich auch für die Windrichtung.

Nach einem permanenten Betrieb der Windmessanlage ist ein Austausch der Sensoren nach ca. 10 Jahren empfehlenswert. Für alle Fragen und Informationen dazu stehen Seilbahnpartner bzw. Kriwan Austria gerne zur Verfügung.

Der Effekt „Alterung von Bauteilen“ betrifft durchaus auch elektronische Anzeiger und Drehspulmesswerke. Auch im „WMS“ (Windmesssystem) sind Bauteile

verarbeitet, die Alterungsprozessen unterliegen. Das kann nicht vorausgeahnt werden, da das Gerät seinen Dienst in einem solchen Fall unmittelbar beendet. Die Kriwan Industrie-Elektronik Austria GmbH hat hier gut vorgesorgt. Die Partnerunternehmen und auch Kriwan selbst bevorratet alle relevanten Geräte und Sensoren im Lager Wien, um einen möglichst störungsfreien Betrieb der Anlagen gewährleisten zu können. Ersatzteil-Lieferungen innerhalb von 24 Stunden sind so jederzeit möglich.

Im Zuge von Revisionsarbeiten lassen sich vorbeugende Maßnahmen durchaus ohne Stress durchführen. Auf diese Weise wird vorbeugend sichergestellt, dass die Anlagen der Kunden wie schon in der Vergangenheit problemlos arbeiten können.

Für alle Fragen jederzeit erreichbar: das Kriwan Austria-Wetter-Team.

Kriwan Industrie-Elektronik Austria GmbH
A-1230 Wien, Porschestraße 13–23 / 2 / 24
Tel.: +43 (0) 1 / 699 20 90–11
Fax: +43 (0) 1 / 699 20 90–99
E-Mail: info@kriwan.at
Homepage: www.kriwan.at



Multiparameter-Messsensor, GearControl-Oil®.



Visualisierung und Auswertung der Daten mittels GearControl-SoftT®.

GearControl-Oil®/EISENBEISS GmbH

Dem Fehlteufel einen Schritt voraus

Service und Reparatur spielen beim Getriebehersteller Eisenbeiss seit jeher eine wichtige Rolle. Mit Gearoscopy® und GearControl-Oil® ist man dafür bestens gerüstet.

„Bei Getriebeschäden, braucht es den Profi, der das Schadensbild genau analysiert und die anstehende Reparatur zuverlässig und rasch abwickelt. Eisenbeiss ist bestens gerüstet, Arbeiten effizient durchzuführen und benötigte Ersatzteile auch für Getriebe des Mitbewerbs unverzüglich im eigenen Maschinenpark zu produzieren“, so Helmut Aberl, Leiter des Eisenbeiss-Getriebeservicezentrums in Enns. Damit es gar nicht erst zu Getriebeschäden kommt, bietet Eisenbeiss die vorbeugende Getriebediagnose „Gearoscopy“, die modernste Video-Endoskopie mit der jahrelangen Erfahrung der Getriebespezialisten vereint.

Bei den eigenen Getrieben geht Eisenbeiss noch einen Schritt weiter und schützt sie mit dem intelligenten Überwachungssystem GearControl-Oil®, das laufend den Zustand des Getriebes analysiert und dadurch frühzeitig über Probleme informieren kann.

Alles im Blick

GearControl-Oil® ist ein Multiparameter-Sensor, der von den Spezialisten von Eisenbeiss entwickelt wurde. Er verwendet das eingesetzte Schmieröl als Informationsträger und führt selbstständige Analysen der gewonnenen Daten durch. Auf diese Weise werden automatisch Rückschlüsse auf den Getriebezustand gezogen. Das System erkennt also nicht nur einen mangelhaften Schmierölzustand, sondern detektiert zuverlässig drohende Getriebeschäden in ihren Frühstadien. Der Anlagenbetreiber erhält dadurch die Möglichkeit rechtzeitig zu agieren, bevor ein fataler Schaden am

Getriebe entsteht. Er profitiert von einer leichten und exakten Planbarkeit der Wartungsarbeiten sowie präventiven Maßnahmen.

Die Vorzüge von GearControl-Oil® auf einen Blick:

► GearControl-Oil® misst kontinuierlich alle wichtigen Ölzustandsparameter wie z. B. Temperatur, Öl-Einsatzzeit, Transmission, Permittivität, relative Feuchte sowie Leitfähigkeit des Schmierstoffes. Mit Hilfe einer LED-Ampel-Anzeige wird der Getriebezustand direkt am Sensor angezeigt (grün = OK, orange = Warnung, rot = Alarm). Warn- und Alarmmeldungen können auch einfach an eine Messwarte ausgegeben werden.

► GearControl-Oil® ist gleichzeitig Multiparameter-Messinstrument und Messwertspeicher. Die Abtastintervalle sind frei einstellbar, die gewonnenen Messdaten können bis zu zwei Jahre gespeichert werden. Mithilfe der mitgelieferten Software GearControl-SoftT® können die Messdaten am PC oder Notebook übersichtlich visualisiert, ausgewertet und archiviert werden.

► GearControl-Oil® wurde für den industriellen Einsatz entwickelt, ist robust und bedienerfreundlich.

► GearControl-Oil® ermöglicht eine bedarfsorientierte Wartung. Durch die laufende Überwachung des Schmieröles kann eine optimale Nutzungsdauer des Schmierstoffes sichergestellt werden. Kosten werden minimiert, teure Standzeiten vermieden.

 Infos: www.eisenbeiss.com

Robustes für die Berge von ZARGES

In den Bergen ist nicht nur das Wetter rauer, auch die Ausrüstung muss an extreme Bedingungen angepasst sein. ZARGES Kisten und Boxen sind für härteste Bedingungen ausgelegt und bieten vielfältige Möglichkeiten für sichere Lagerung und Transport.

Wer in den Bergen sicher transportieren oder verstauen will, kommt an den Kisten und Boxen von ZARGES aus Aluminium kaum vorbei. Nicht umsonst ist das Weilheimer Traditionsunternehmen der Marktführer in diesem Bereich.

filstößen. Eine eingeschäumte Dichtung schützt vor Feuchtigkeit, Staub und Nässe und die Verwendung hochwertiger Materialien bei Griffen, Scharnieren, Verschlüssen und Gurtbändern garantiert nicht nur optimales Handling, sondern auch lange Haltbarkeit.

Die Stapellecken aus Aluminiumguss sind ein weiteres Qualitäts- und Komfortmerkmal, vor allem, wenn mehrere ZARGES-Kisten zum Einsatz kommen.

Dabei sorgen die ZARGES Kisten und Boxen nicht nur für bequemen Transport und sichere Lagerung, sondern erfüllen, wenn es darauf ankommt, auch ganz besondere Anforderungen: Sie sind auf Wunsch sowohl in einer strahlwasserdichten Ausführung als auch mit einer UN-Zulassung für den Transport gefährlicher Güter erhältlich. Gleiches gilt für die Sicherheit: Neben Ösen für Vorhängeschlösser oder integrierte Zahlenschlösser gibt es jetzt ganz neu auch elektronische Schlösser.

1 Kiste – 1000 Möglichkeiten

Unter dem Motto „1 Kiste – 1000 Möglichkeiten“ bietet ZARGES für jeden Einsatzzweck die passende Lösung an. Neben

den verschiedenen Größen gibt es umfangreiches Zubehör – sowohl Anbauteile wie besondere Griffe, Rollen oder spezielle Hebeschlingen für besonders schweren Transport als auch viel Zubehör für ein bedarfsgerechtes Innenleben, damit der Inhalt der Boxen perfekt geschützt ist. Im Rahmen der Individualisierung sind auch verschiedene Farben oder Beschriftungen möglich.

ZARGES ist der ideale Partner für Logistik in den Bergen. Allein die Universalkiste K470, die schon seit über 60 Jahren am Markt ist, existiert in 25 Größen und Ausführungen. Darüber hinaus gibt es im ZARGES-Sortiment noch etliche Spezialkisten – und natürlich die Möglichkeit, spezielle Kisten zu produzieren, die optimal auf die Anforderungen der Kunden zugeschnitten sind.

 Infos: www.zarges.de



Foto: ZARGES

Typischer Einsatzfall für eine ZARGES-Kiste in den Bergen.

ZARGES-Kisten waren schon fast überall auf der Welt: Mit ihnen transportieren Expeditionen ihre Ausrüstung zum Nord- oder Südpol genauso wie Bergsteiger im Himalaya. Ob zu Wasser, zu Land oder in der Luft und unter allen klimatischen Verhältnissen sind die leichten und stabilen Kisten erfolgreich im Einsatz. Aluminium ist der Werkstoff, auf den sich ZARGES seit 80 Jahren spezialisiert hat. Das Leichtmetall hat viele Vorteile, denn es ist leicht und doch stabil, dazu strapazierfähig und rostet nicht. Optimal nutzt ZARGES diese Materialeigenschaften und fertigt daraus Kisten und Boxen in verschiedenen Größen und Ausführungen – ausgelegt für härteste Beanspruchung und extreme Anforderungen.

Hohe Stabilität gewährleistet

Hohe Stabilität gewährleistet dabei die Konstruktion mit drei Aluprofilrahmen mit voll verschweißten Pro-



**Step in easy ...
... go up safely !**

GANGLOFF
SWITZERLAND
Cabins

T +41 31 387 51 11 www.gangloff.com