

DIE BAHNEN

JOURNAL DER BERGBAHNEN SÖLDEN 1/09

MEILENSTEIN AM GIGGIJOCH

Alles über die neue
8er-Sesselbahn und
das neue Bergrestaurant

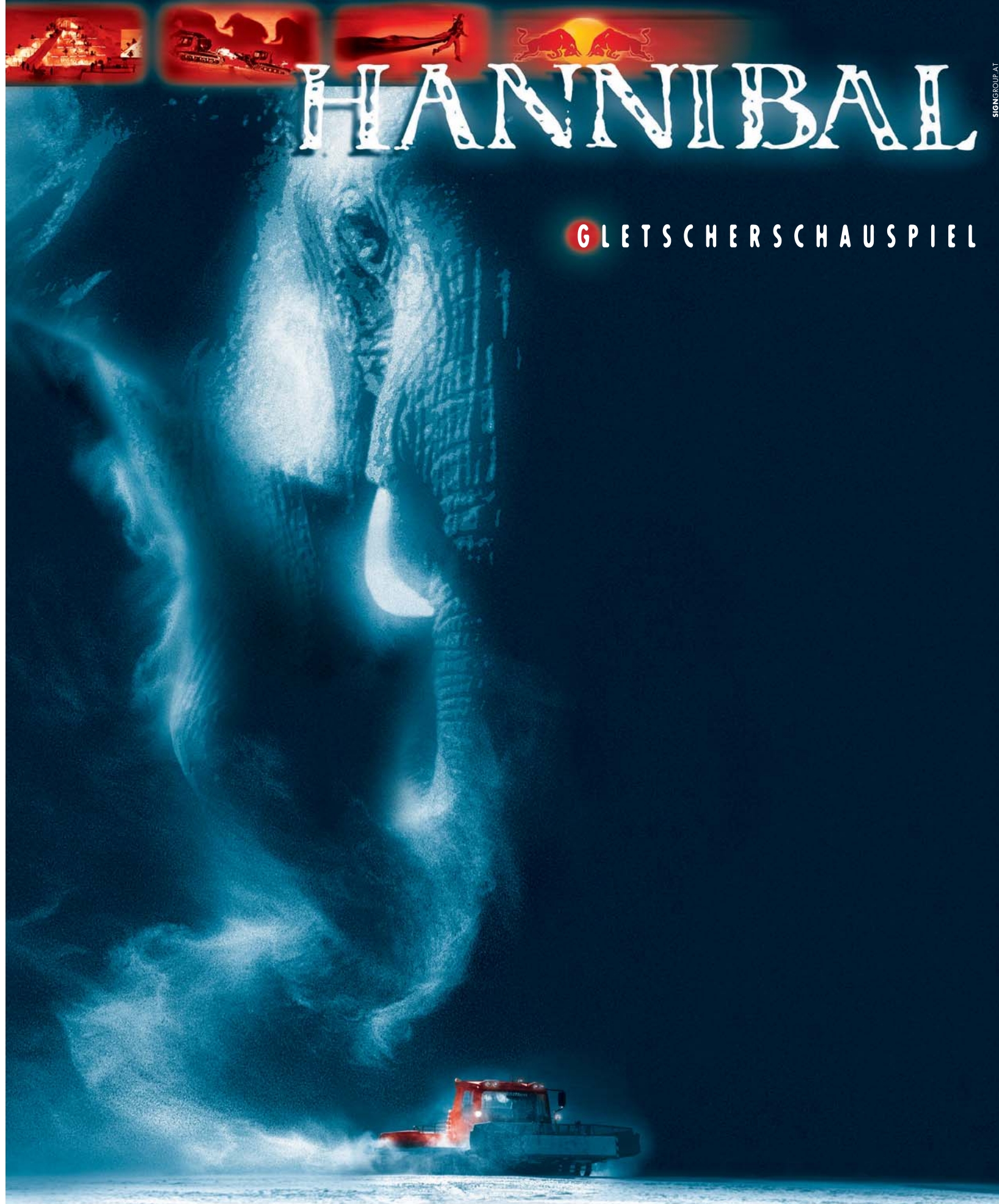
Foto: Lorenzi



HANNIBAL

GLETSCHERSCHAUSPIEL

SIENGRUPP.AT



PISTENBULLEN TÄNZERINNEN FLIEGER SKILÄUFER HELIKOPTER
WWW.SOELDEN.COM ATEMBERAUBENDES NATURTHEATER 19.30 UHR
INFO +43/57200 RETTENBACH GLETSCHER SÖLDEN **24. APRIL 2009**



www.torren.at

INHALT

04 | 05 „DER GAST IST UNSER GEMEINSAMER KUNDE“: Jack Falkner über die Notwendigkeit, eine Destination als Gemeinschaftsprodukt zu begreifen.



06 | 07 | 08 GIGGIJOCH VERWANDELTE SICH IN KOMFORTZONE: Das neue Bergrestaurant und der erste 8er-Sessellift im Ötztal wurden eröffnet.



09 EIN PROJEKT, VIELE INTERESSEN: Wann kommt die Zentrumsbahn?



10 | 11 SANITÄTER AUF SKIERN: Die Bergbahnen Sölden sind Profis im Pistenrettungswesen.



12 ARBEITEN MIT LAWINEN: Manfred Fiegl, Vorsitzender der Lawinenkommission, kennt den Gletscher wie seine Westentasche.



13 DER NEUE: Walter Siegele wird künftig das Führungsteam der Bergbahnen verstärken.



14 | 15 GEORG UND MATHIAS LERNEN SEILBAHNER: Über das anspruchsvolle Berufsbild zwischen Techniker und Dienstleister.



16 | 17 LEITBETRIEB IM ÖTZTAL: Das Central Spa Hotel ist Teil der BBS-Unternehmensgruppe.



18 | 19 „OHNE TECHNISCHEM SCHNEE WÄRE DER WINTERSPORT WAHRSCHEINLICH VERKÜMMERT“: Georg Eisath von TechnoAlpin im Gespräch.



20 | 21 DIE MARKE ALS GRUNDLAGE DER UNABHÄNGIGKEIT: Ein Interview mit André Felker von der Agentur „Sieben“.



22 NI HAO! IM ÖTZTAL: Eine Promotiontour ins Land des lächelnden Reisefiebers.



EDITORIAL

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

viel ist dieser Tage von Krise die Rede. Und das nicht ohne Grund. Der Zusammenbruch eines Systems, das auf Gier und Spekulation begründet war, zieht auch kerngesunde Wirtschaftszweige in Mitleidenschaft. Das ist bedauerlich, aber unvermeidbar. Wirtschaft hat sich noch nie nur in eine Richtung entwickelt. Optimistisch betrachtet, lässt sich daraus auch ein positiver Umkehrschluss ziehen: Eben so wenig, wie es in der Vergangenheit immer nur nach oben gegangen ist, wird es künftig nur nach unten gehen. Was wir jetzt brauchen, sind Mut und Ideenreichtum. Diese beiden Charaktereigenschaften bilden fast so etwas wie die Konstanten der Öztaler Mentalität. Das sollte es uns ermöglichen, motiviert an die kommenden Herausforderungen heranzugehen. Es wird sicher nötig sein, Kosten zu optimieren. Dort, wo Speck angesetzt wurde, wird man ihn wieder reduzieren müssen. Auch diese Krise bringt ihre Chancen. Um sie nutzen zu können, braucht es vor allem die Entschlossenheit, weniger zu jammern und mehr zu handeln. Diese Entschlossenheit und viel Gesundheit wünschen wir Ihnen allen im kommenden Jahr 2009.



Ihre Geschäftsführer der Bergbahnen Sölden
Jakob Falkner Klaus Falkner

IMPRESSUM

Die Bahnen – Journal der Bergbahnen Sölden

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Bergbahnen Sölden // Redaktionsleitung: Mag. Jakob Falkner // Konzept und Redaktion: Polak Mediaservice, Imst // Layout: WEST Werbeagentur, Landeck // Fotos: Bergbahnen Sölden, Ernst Lorenzi, Ötztal Tourismus, Polak Mediaservice, I. Nösig, Mag. Jakob Falkner, G. Mangold, C. Schnöller, TechnoAlpin, A. Klocker, B. Stecher, WEST // Druck: Buchdruckerei Lustenau

Anschrift Herausgeber:

Ötztaler Gletscherbahn GmbH & Co KG, Dorfstraße 115, A-6450 SÖLDEN
Tel. +43 (0)5254 508 - 0, Fax +43 (0)5254 508 - 120, bergbahnen@soelden.com, www.soelden.com
UID: ATU32844009, FN 21369a



„DER GAST IST UNSER GEMEINSAMER KUNDE“

Jack Falkner spricht im Interview über die Wirtschaftskrise, Grenzen des Investierens und die Notwendigkeit, eine Destination als Gemeinschaftsprodukt zu begreifen.

Herr Falkner, wie lange kann sich der Wintertourismus den Folgen der Wirtschaftskrise entziehen?

Falkner: „Die Welt hat sich binnen weniger Wochen dramatisch verändert. Wir erleben eine große Vertrauenskrise, verbunden mit der Angst um Arbeitsplätze. Ich bin kein Prophet, aber ich gehe davon aus, dass der kommende Winter noch relativ gut verläuft. Eine Situation wie in der Autoindustrie bleibt uns hoffentlich vorerst erspart. Die Auswirkungen auf den Tourismus könnten allerdings zeitversetzt im kommenden Sommer verstärkt auftreten.“

Wie beunruhigt sind Sie angesichts dieser Aussichten?

Falkner: „Ich glaube, dass Jammern jetzt fehl am Platz ist. Vielmehr lässt sich selbst diese Krise als Chance nutzen. So ist dies ein guter Zeitpunkt, sich kritisch mit der Investitionspraxis der vergangenen Jahre auseinanderzusetzen. Wir haben in Westösterreich eine weltweit einzigartige Konzentration an Angeboten im Bereich der Seilbahnen und der Wellness-Hotellerie. Die Frage ist, ob das immer alles betriebswirtschaftlich vernünftig ist. Die Balance zwischen Schulden und Ertrag muss in Zukunft passen. Auf Dauer kann es nämlich nicht funktionieren, mehr zu investieren, als man einnimmt.“

Auch die Bergbahnen Sölden haben allein in den vergangenen zwei Jahren erhebliche Summen in ihre Infrastruktur gesteckt.

Falkner: „Wir haben in den letzten Jahren viel Geld in die Hand genommen. Es stehen auch in den kommenden Jahren viele Projekte an wie der Bau der Zentrumsbahn, des Gaislachkogels oder des Speicherteichs mit einer Beschneigung am Gletscher. Die Erwartungshaltung der Einheimischen ist sehr hoch. Wir können jedoch nicht alle Wünsche so schnell erfüllen, wie sich das manche vorstellen. Wenn man verantwortungsvoll handelt, muss man darauf achten, dass auch die wirtschaftliche Seite stimmt. Zudem wird es vermehrt notwendig sein, vor allem in die Dienstleistungsqualität zu investieren.“

Denken Sie da an konkrete Punkte?

Falkner: „Wir haben eine erstklassige Hardware geschaffen. Jetzt gilt es, an der Software zu feilen. Es wurde eine Basis gelegt, die wir noch mehr als bisher mit Leben füllen müssen. Letztlich möchten unsere Gäste herzlich aufgenommen und von kompetenten Mitarbeitern betreut werden. Es geht auch um so Dinge wie Ambiente. Auch ins Marketing wird man vermehrt investieren müssen. Es

nützt das beste Angebot nichts, wenn unsere Kunden nichts davon wissen.“

Wo sehen Sie als Destination Verbesserungspotenzial?

Falkner: „Der Tourismus ist ein sehr komplexes Produkt. Es müssen viele Räder ineinander greifen, damit es funktioniert. Seilbahn, Skischulen, Sporthändler, Gastronomie, Hotellerie – all diese Angebote nimmt unser Gast als Elemente der Marke Sölden wahr. Nun passiert es aber mitunter, dass man im Ort über den jeweils anderen Anbieter schimpft. Das ist unvernünftig, damit kratzt man am Image von Sölden. Letztlich ist der Gast unser gemeinsamer Kunde. Und wir sollten uns gemeinsam darum bemühen, ihm helfend und unterstützend zur Seite zu stehen. Ich denke, dass wir in der Angebotsentwicklung und im Vertrieb der Produkte, im Destinationsmanagement noch großes Potenzial für Verbesserungen haben. Als Bergbahnen Sölden und als gesamter Ort.“

Sie engagieren sich nicht nur in Sölden, sondern generell im Ötztal.

Falkner: „Die Bergbahnen Sölden sind sich der Verantwortung für die Region bewusst und nehmen diese auch wahr. Das beweisen die Engagements für den Aqua Dome, für die Skiregion Hochoetz oder als aktuelles Beispiel für den Adventure Dome. Wir geben jährlich knapp eine Million Euro für ein funktionierendes Skibussystem im Ötztal aus, haben zwei Parkhäuser zu 100% eigenfinanziert, betreiben auf eigene Kosten ein Pistenrettungswesen mitsamt Helikopter. Auch eine Beschneigungsanlage unserer Größenordnung kommt der Allgemeinheit zugute. Events wie Hannibal oder der Ski-Weltcup nutzen dem gesamten Tal. Ohne den finanziellen Beitrag durch die Bergbahnen Sölden wären diese Dinge nur schwer realisierbar.“

Was erwarten Sie sich persönlich von den kommenden Jahren?

Falkner: „Ich verspüre große Freude und Lust, etwas zu bewegen. Besonders nach gelungenen Projekten wie dem Weltcup oder jetzt dem Giggijoch-Neubau steht dieses positive Gefühl im Vordergrund. Diese Projekte zeigen, was möglich ist, wenn man als Team gut zusammenarbeitet. Das positive Feedback von Kunden motiviert einen zusätzlich. Angesichts des derzeit verbreiteten Pessimismus wünsche ich mir aber ganz besonders, dass wir als dörfliche und regionale Gemeinschaft weiterhin mit Mut und Entschlossenheit in die Zukunft schreiten.“



GIGGIJOCH VERWANDELTE SICH IN KOMFORTZONE

Die Bergbahnen Sölden eröffneten pünktlich zum Weihnachtsgeschäft eines der größten Bergrestaurants Österreichs und den ersten 8er-Sessellift des Ötztals.

Robert Hanser im neuen Wirtshaus am Giggijoch. Es bietet Skigästen den Komfort eines Restaurants mit Bedienung und traditionelle österreichische Küche.



Das Giggijoch bildet seit jeher eine der zentralen Drehscheiben im Skigebiet von Sölden. Viele Gäste beginnen hier ihren Skiurlaub und erkunden von hier aus das gesamte Gebiet. Schon lange lag bei den Bergbahnen Sölden die Frage auf der Hand, wie man an diesem stark frequentierten Punkt ein komfortableres Gesamtkonzept realisieren könnte. „Ziel war es, den Aufenthalt noch angenehmer und die Skigebietsströme noch effizienter zu gestalten“, so Robert Hanser, Leiter der Berggastonomie am Giggijoch. Die Lösung wurde in den vergangenen 4,5 Monaten in Rekordzeit realisiert. Vorweg: Mit dem Neubau einer kuppelbaren 8er-Sesselbahn und des Giggijoch-Restaurants wurde der Skigebiets-Hotspot praktisch

neu erfunden. Noch im vergangenen Winter lag zwischen Besuchern aus dem Tal und Restaurant sowie Giggijoch-Lift ein Anstieg von gut 7 Metern Höhe. Die Überwindung dieses Hindernisses gehört nun der Vergangenheit an. Der Giggijochlift wurde nämlich nicht nur verlegt, sondern auch gleich um eine Etage tiefer gelegt. „Dadurch können Wintersportler von der Zubringerseilbahn aus alle vier weiteren Lifтанlagen am Giggijoch bequem erreichen“, erläutert Helmut Kuprian, der verantwortliche Projektleiter der Bergbahnen Sölden. Detail am Rande: Die neue kuppelbare 8er-Sesselbahn mit den orangegetönten Bubbles ist die erste ihrer Art im Ötztal.

Restaurant mit Wirtshaus

Aufwändig umgebaut und erweitert wurde auch das Giggijoch-Restaurant. Ins völlig neu gestaltete Restaurant gelangen Skigäste bequem mittels Aufzug. Direkt von der Piste aus lässt es sich per Skier über eine Brücke sogar bis auf die Terrasse im ersten Obergeschoß fahren. Stiegensteigen mit Skischuhen ist im gesamten Gebäude passé. „Eine große Rolltreppe befördert Gäste ins erste Stockwerk. Sämtliche Sanitärbereiche befinden sich auf derselben Ebene wie die verschiedenen Free-Flow-

Restaurants“, erklärt Restaurant-Chef Hanser. Ein Highlight des extrem großzügig ausgelegten Gastronomie-Zentrums bildet das „Wirtshaus am Giggijoch“. In diesem bedienten Restaurantteil finden gut 110 Gäste Platz (plus weitere 70 im Freien) und können sich an ausschließlich traditioneller österreichischer Küche laben. Gesamt bietet das Giggijoch-Restaurant 1200 Sitzplätze im Inneren und nochmals 1200 im Freien.

Daten und Fakten auf der nächsten Seite



GIGGIJOCH TAGEBUCH EINES UMBAU

In nur **4,5 Monaten** wurden am Giggijoch eine neue kuppelbare **8er-Sesselbahn** und das **neue Restaurant** erbaut. Investitionssumme: **17 Millionen Euro**. Die zirka 120 Tage dauernde Bau-tätigkeit auf gut 2500 Metern Seehöhe ist ein Musterbeispiel für gelungenes Projektmanagement. Hier ein kurzer Auszug aus dem Projekttagbuch.

13. Juli 2008	Baustart beim Restaurant – Einrichtung der Baustelle; Abrissarbeiten; Deponierung von Gastronomiegeräten und Geschirr
31. Juli 2008	Bauverhandlung für den 8er-Sessellift
August 2008	Demontage der Antriebsstation des alten Giggijochliftes; Abbruch der Talstation; Demontage der Stützen; Aushubarbeiten bis in die 3. Augustwoche; 14-tägiger Wegbau zur Bergstation mit zwei Bautrupps; Beginn der Hochbauarbeiten am Restaurant; Neubau Wirtshaus am Giggijoch
September/Oktober 2008	Hochbauarbeiten an Tal- und Bergstation; seilbahntechnische Montage; Zusammenbau der Sessel und Bubbles; Abschluss der Elektroarbeiten; Tischlerarbeiten und Innenausbau im Restaurant; Kanalisation, Telefonleitungen, Fertigstellung der Außenanlagen
November 2008	Probetrieb und Bremsproben; technische Abnahme durch die Tiroler Landesregierung
12. November 2008	Abtransport der letzten Kräne (bereits auf Schnee!)
22. November 2008	Inbetriebnahme des Free Flow Restaurants im Erdgeschoß
3./4. Dezember 2008	Technische Abnahme für Betriebsbewilligung der Bahn und Teil 2 des Restaurants



Projektverantwortlicher **Helmut Kuprian**

Interessant zu wissen ...

- Beim Bau wurden ca. **5.000 Kubikmeter Beton** über das Rotkogeljoch (2.650 m) angeliefert. Der Beton musste am Rotkogeljoch von Mischern mit 13 Kubimetern Fassungsvermögen auf kleinere Mischer mit 6 Kubimetern Inhalt umgeladen werden.
- Erstmals wurde auch ein Förderseil über das Rotkogeljoch angeliefert, Gewicht: **30 Tonnen**.
- Die Hälfte der Liftstützen wurde mit einem russischen Lastenhubschrauber der Type Kamov per Flugmontage aufgestellt.
- Eine neue Energieversorgung wurde aus dem bahneigenen Stromnetz eingerichtet.
- Auf der gesamten Baustelle waren **7 Kräne** im Einsatz.
- An Spitzentagen arbeiteten **200 Personen** auf der Baustelle, im Schnitt zwischen 150 und 160.
- Alleine für den Bau der 8er-Sesselbahn haben Mitarbeiter der Bergbahnen Sölden **3500 Stunden** an Arbeitsleistung erbracht.
- Beim Giggijochlift wurden eine eigene Schneeanlage mit 6 Schneerzeugern, Lawinennetze sowie ein Lawinendamm an der Bergstation, eine Gasex-Lawinensprenganlage und eine zusätzliche Pistenfläche von 2,5 Hektar errichtet.
- Die Projektleiter Robert Hanser und Helmut Kuprian waren fast durchgehend im Einsatz. Ihr Resümee: „Die erfolgreiche Abwicklung dieser Baustelle ist nicht zuletzt deshalb möglich gewesen, weil wir auf verlässliche, langjährige Partnerfirmen setzen konnten.“

EIN PROJEKT, VIELE INTERESSEN



Frühestens im Jahr 2010 könnte die Zentrumsbahn theoretisch in Betrieb gehen.

Wann kommt die Zentrumsbahn? Diese Frage beschäftigt die Bevölkerung von Sölden. Einfach zu beantworten ist sie nicht. Und das hat Gründe, die außerhalb der Entscheidungsmöglichkeiten der Bergbahnen Sölden liegen.

Konkret: Planung, Projektierung und Finanzierung der Zentrumsbahn sind geklärt. Eine Einigung mit allen betroffenen Grundstückseigentümern steht bis dato aus. Und bevor diese nicht erzielt wird, kann kein grünes Licht für den Bau gegeben werden. „Mit vielen Partnern wurden positive Gespräche geführt, für die wir uns bedanken möchten. Bei einzelnen Partnern konnten die gegenseitigen Vorstellungen aber noch nicht angeglichen werden“, beschreiben Jakob und Klaus Falkner, Geschäftsführer der Bergbahnen Sölden, die Lage. Die Bergbahnen agieren in einem sensiblen Spannungsfeld aus verschiedensten Interessen. Auf der einen Seite stehen die Wünsche von Kunden und Bevölkerung. Sölden braucht die Zentrumsbahn für eine Entflechtung der Verkehrsströme. Der Skigast erwartet sich eine reibungslose Beförderung ins Skigebiet. Auf der

anderen Seite wollen und müssen die Bergbahnen Sölden Grundstückseigentümer sowie deren Grund und Boden respektieren.

Verantwortungsbewusste Entwicklung

„Die Eigentümer sind generell wichtige Partner für uns. Im gesamten Gemeindegebiet bestehen viele langjährige Vereinbarungen und gute Beziehungen. Wenn wir nun bei der Zentrumsbahn beginnen, die Bedürfnisse Einzelner höher zu bewerten, dann wäre das verständlicherweise problematisch und unfair gegenüber vielen anderen“, so Jakob Falkner. Interessant fällt der Vergleich von Rechten für das Überfahren von Grundstücken in anderen Gemeinden aus. Der marktübliche Wert liegt hier in Sölden deutlich über jenem in Ischgl, Fiss, St. Anton, Kitzbühel oder Saalbach. „Das Söldner Modell hat immer gut funktioniert. Es ist wichtig, wenn alle am wirtschaftlichen Erfolg teilhaben. Wir hoffen, dass wir auch bei der Zentrumsbahn gemeinsam mit den Grundeigentümern den Weg einer verantwortungsbewussten Entwicklung für ganz Sölden beschreiten können“, erklären die beiden Bergbahnen-Geschäftsführer. Derzeit liegen zwei verschiedene Planungsvarianten für eine tatsächliche Realisierung der Bahn vor. Welche schließlich umgesetzt wird, hängt vom Ausgang der Grundeigentümer-Gespräche ab. Die Fertigstellung ist allerdings nicht vor 2010 zu erwarten.

Der Rettungs-„Bubble“: Das schwenkbare Transportwerkzeug wurde von den Bergbahnen Sölden gemeinsam mit Doppelmayr entwickelt. Er erlaubt den komfortablen und witterungsgeschützten Abtransport der Verletzten.



SANITÄTER AUF SKIERN

18 Millionen Personentransporte bewältigen die Bergbahnen Sölden pro Jahr. Unfälle lassen sich bei diesen Dimensionen nicht restlos verhindern. Sehr wohl beeinflussbar ist aber die Professionalität des Pistenrettungswesens.

Die Pistenrettung wird bei den Bergbahnen Sölden als eigener Betriebsbereich unterhalten. 14 hauptamtliche Pistenretter sind im gesamten Skigebiet unterwegs. 1363 Einsätze zur Bergung und Betreuung Verunfallter absolvierten die Sanitäter auf Skiern im Vorjahr. Weitere 700-mal hieß es, mit dem Skidoo zu Hilfeinsätzen auszurücken. Etwa dann, wenn Gäste aufgrund von defekter Ausrüstung, Schwächeanfällen oder schlichter Überforderung nicht mehr alleine den Weg ins Tal finden. Die Leitstelle der Söldner Pistenrettung befindet sich in der Gaislachkogel-Mittelstation. Von hier aus werden sämtliche Einsätze im Skigebiet koordiniert und gleichzeitig protokolliert. Hier befindet sich auch eines von fünf Lagern, in dem Rettungsausrüstung und Sanitätsmaterial aufbewahrt werden.

18 Kilo Ausrüstung pro Team

„Ich traue mich ohne weiteres zu sagen, dass wir eine der bestausgerüsteten Pistenrettungen in unserer Branche sind“, erklärt Tobias Kuprian nicht ohne Stolz. Kuprian ist Pistenretter und Leiter des Sanitätslagers an der Gaislachkogel-Mittelstation. Hier lagern unter anderem die allseits bekannten Akjas, aber vor allem hochmodernes Sanitätsgerät, wie z. B. Defibrillatoren, Pulsoxymeter, Blutdruckmessgeräte, Beatmungsbeutel oder Sauerstoffgeräte. Bei jedem der durchschnittlich 18 Einsätze pro Tag nehmen die Zweiertteams fast die komplette Ausrüstung mit. Gesamtgewicht: zirka 18 Kilogramm. Der Tätigkeitsbereich der Pistenretter erstreckt sich allerdings über die reine Rettungstätigkeit hinaus. Alle nehmen zusätzliche Aufgaben wahr. So zum Beispiel in der Lawinenkommission, als Sprengbefugte oder auch Pyrotechniker. „Wir sind dadurch praktisch den ganzen Tag im Gelände“, beschreibt Kuprian.

Hubschrauber: kostenlos mit Pistenrettungskarte

Bei rund einem Drittel der Einsätze wird ein Hubschrauber für den Abtransport angefordert. Die Flugrettung kann nur über die zentrale Leitstelle

ILL in Innsbruck angeordnet werden. Selbst wenn es sich dabei um den in Sölden stationierten Helikopter Alpin 2 handelt. „Wir gehen dabei stets mit Augenmaß vor. Bei manchen Verletzungsbildern ist der Einsatz der Flugrettung zwingend. Aber wir nehmen, so weit das bei geringfügigeren Verletzungen möglich ist, auch Rücksicht auf die Versicherungsverhältnisse der Unfallopfer“, erklärt Kuprian. Dadurch soll verhindert werden, dass Skigästen vermeidbare Kosten entstehen. Eine Bergung kostet 1.392,- Euro. Mit der Pistenrettungskarte ist der kostenlose Abtransport garantiert. 7.400 Stück wurden in der vergangenen Wintersaison davon verkauft.

Die fachlich korrekte Versorgung der Patienten gewährleistet übrigens nicht nur der hohe Standard des technischen Equipments. Alle Retter sind entweder ausgebildete Sanitäter (300 Stunden Ausbildung) oder Notfallsanitäter (600 Stunden Ausbildung). Alle machen zudem in ihrer Freizeit Dienst bei der Bergrettung oder beim Roten Kreuz. Welche Qualifikation müssen Pistenretter sonst noch mitbringen? Kuprian: „Unbedingt nötig ist es, gut Ski fahren zu können. Man sollte als Pistenretter generell eine gewisse Sportlichkeit mitbringen. Auch alpinistische Erfahrung wird benötigt. Und natürlich sollte man gerne in der freien Natur unterwegs sein.“



Tobias Kuprian, Leiter des Sanitätslagers in der Gaislachkogel-Mittelstation.



Bei rund einem Drittel aller Unfälle kommt der Hubschrauber zum Einsatz.

	Unfälle gesamt	Abtransport		Top 3 der Verletzungen
		herkömmlich	Hubschrauber	
Mittelstation	320	180	140	1. Knie 2. Schulter 3. Unterschenkel
Gletscher	362	156	206	
Giggijoch	681	530	151	
Gesamt	1.363	866	497	

ARBEITEN MIT LAWINEN



Manfred Fiegl ist Vorsitzender der Lawinenkommission am Retten- und Tiefenbachferner und als solcher für die dortige Pistensicherheit verantwortlich. Er und die Lawinenkommissionsmitglieder entscheiden, ob, wann, wo und wie Lawinen gesprengt werden.



Eine Lawinenorgel und ihr Ergebnis – eine kontrolliert abgesprengte Lawine.

Manfred Fiegl kennt den Gletscher wie seine Westentasche. Im Sommer ist er für die zahlreichen Baustellen zuständig, beaufsichtigt Pistenkorrekturen und lässt Spalten zuschütten. Mit viel Einsatz und Sensibilität wird hier vorgegangen, nicht zuletzt aufgrund der Gletscherrückgänge der vergangenen Jahre. Fällt dann der erste Schnee, wird es Ernst für den Chef der Lawinenkommission. Seit Anfang Oktober ist die Kommission täglich im Einsatz und beobachtet die Abbruchgebiete. „Bis Mitte Dezember hatten wir 2008 3,85 Meter Niederschlag“, berichtet Manfred Fiegl von einem außergewöhnlichen Jahr. Dies hat zur Folge, dass auch schon viel gesprengt werden musste.

Mehrere Systeme

Beim Absprengen von Lawinen wird in Sölden mit mehreren verschiedenen Systemen gearbeitet. Sogenannte Gasex-Anlagen kommen direkt im Abbruchgebiet der Lawinen zum Einsatz. Von einer Funkzentrale aus wird ein Propan-Sauerstoff-Gemisch in einem gegen die Schneedecke gerichteten Zündrohr zur Detonation gebracht. Die zweite Möglichkeit sind so genannte Lawinenorgeln. Diese ferngesteuerten Sprengstoffwerfer ermöglichen es, auf Computerbefehl Lawinenabgänge

in schwer erreichbarbarem Gelände auszulösen. Und das bei jeder Tageszeit und bei jeder Witterung. Zu den üblichen Maßnahmen zählt auch der Einsatz von Hubschraubern, aus denen Sprengladungen abgeworfen werden. Bis Mitte Dezember 2008 wurden im Aufgabengebiet der Gletscherkommission mit den erwähnten Systemen 350 Sprengungen abgegeben. „In einem Winter benötigen wir zwischen zwei und drei Tonnen Sprengstoff“, beziffert Manfred Fiegl. 140 Sprengpunkte sind im gesamten Gletschergebiet verteilt.

Viel Erfahrung

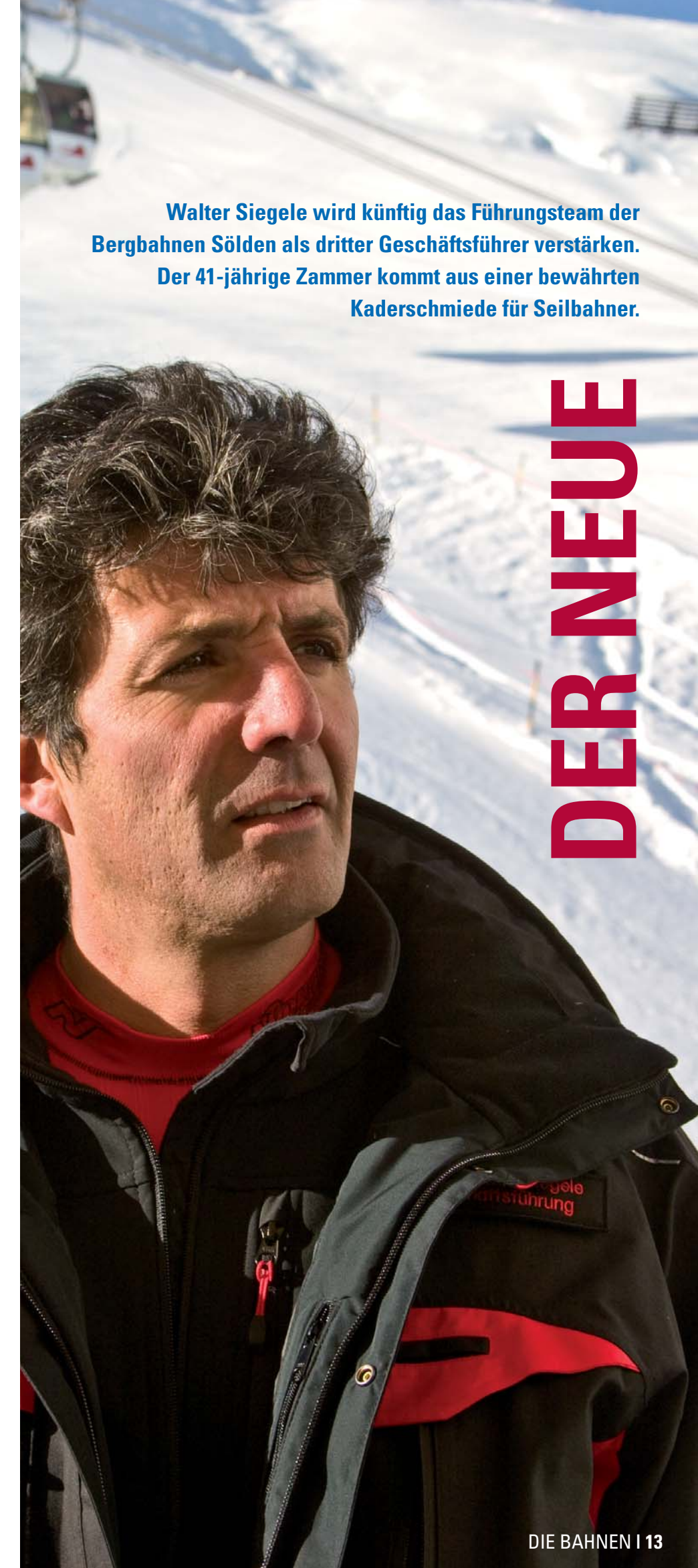
Damit wird gewährleistet, dass sowohl Pisten als auch Lifte und die Gletscherstraße ungefährdet benutzt werden können. Drei Mann sind ständig im Gelände unterwegs und beobachten die Lage. Gemeinsam mit der Kommission wird dann entschieden, welche Schritte gesetzt werden müssen. Fiegl kann aus einer 20-jährigen Erfahrung schöpfen. 8 Jahre ist er Vorsitzender der Lawinenkommission am Gletscher, seit zirka 10 Jahren Pistenchef. Der diesjährige Niederschlag könnte den Winter 2008/2009 zu einem Rekordwinter in der langjährigen Tätigkeit des Lawinenfachmanns werden lassen. Sowohl was die Schneemengen als auch die Sprengungen anbelangt.

Mag. (FH) Walter Siegele steht für Kontinuität. 16 Jahre lang war er Betriebsleiter und Geschäftsführer der Venet-Seilbahnen in Zams. Das beschauliche Bergbahn-Unternehmen im Landecker Talkessel scheint als Talente-Pool für Führungskräfte im Seilbahngeschäft geradezu geschaffen zu sein. Siegeles Vorgänger war Hannes Steinlechner, in der Branche hoch angesehener Betriebsleiter der Arlberger Bergbahnen. In Sölden wird Siegele Jack und Klaus Falkner im operativen Tagesgeschäft verstärken. Nach dem Abschluss der HTL für Maschinenbau arbeitete er für den international erfolgreichen Vorarlberger Möbelbeschlägerhersteller Blum. Nicht zuletzt der ständige Nebel im Rheintal bewog ihn zur Rückkehr nach Tirol. Es folgte eine Station in der Entwicklungsabteilung der Innsbrucker Firma Metasys, einem Anbieter von zahnärztlicher Fachausrüstung. 1992 trat er die Stelle bei den Venet-Bergbahnen an – als jüngster Betriebsleiter Österreichs. Dem Hauskategoriegebiet von Zams und Landeck blieb er viele Jahre treu.

Leidenschaft für das Alpine

Neben seiner beruflichen Tätigkeit belegte der zweifache Familienvater den Fachhochschul-Lehrgang „Unternehmensführung in Tourismus und Freizeitwirtschaft“, den er 2004 abschloss. Seit 3. November 2008 bekleidet Siegele nun bei den Bergbahnen Sölden den Posten eines Geschäftsführers. Für das Bergbahngeschäft befähigt Siegele nicht nur seine langjährige fachliche Qualifikation. Er hegt auch privat eine Leidenschaft für das Alpine. Seit seinem 3. Lebensjahr steht er auf den Skiern, als begeisterten Bergsteiger zieht es ihn immer wieder auf schwierige Gipfel. Sein bisher höchster war der 7.449 Meter hohe Pik Pobjeda im kirgisisch-kasachischen Grenzgebiet. Teamarbeit konnte er nicht nur bei Bergexpeditionen, sondern auch als langjähriger Fußballer in der Tiroler Liga erlernen. Im Mittelfeld galt es, das Zusammenspiel zwischen Hintermännern und Sturmspitzen zu organisieren. Diese Fähigkeit sollte ihm auch in Sölden wertvolle Dienste leisten. Worin sieht er die größte Herausforderung der kommenden Jahre? „Neben den vielen baulichen Projekten besteht eine ganz entscheidende Notwendigkeit darin, die Bedürfnisse und Anliegen des Gastes so optimal wie möglich zu betreuen. Das mag einfach klingen, ist aber alles andere als das“, so Siegele.

Walter Siegele wird künftig das Führungsteam der Bergbahnen Sölden als dritter Geschäftsführer verstärken. Der 41-jährige Zammer kommt aus einer bewährten Kadenschmiede für Seilbahnen.



DER NEUE

GEORG UND MATHIAS LERNEN SEILBAHNER

Sie haben sich für den neuen Lehrberuf „Seilbahn-Fachmann“ entschieden. Die beiden Lehrlinge Georg Fiegl und Mathias Pult aus Sölden lernen bei Michael Gritsch, einem der Betriebsleiter der Gaislachkogelbahn-Mittelstation, drei Jahre lang das Handwerk des Seilbahners. Ein Bericht über ein anspruchsvolles Berufsbild zwischen Techniker und Dienstleister.



Michael Gritsch unterweist die beiden Lehrlinge an einem Pistenbully. Alle Mitarbeiter erklären dem Seilbahner-Nachwuchs Arbeitsabläufe, Handgriffe und technische Hintergründe.

„Der Notmotor der Gaislachkogelbahn hat zwölf Zylinder und 1000 PS. Der normale elektrische Antrieb besteht vier Motoren mit 540 KW. Einfach ein Wahnsinn“, staunt Georg noch immer über die modernste Technik an seinem Ausbildungsplatz. Der 15-Jährige ist neben seinem Freund und Kollegen Mathias der einzige, der sich im Tiroler Oberland für die seit Herbst 2008 erstmals mögliche Lehre zum Seilbahnfachmann entschieden hat. Seine Begeisterung für die handfesten Arbeitsfelder wie Mechanik, Elektrizität, Hydraulik und Schlossern, also für Schlepper, Schneefräsen, Pistenbullys, Motoren, Schaltkästen und natürlich Lifte im Ganzen paart sich mit der Faszination für die rasante Entwicklung der Technik der letzten Jahrzehnte. „Für unsere beiden Jungs“, schmunzelt BBS-Lehrlingsausbildungs-Beauftragter Michael Gritsch, „ist jeder Tag ein Abenteuer. Es gleicht kein Arbeitstag dem anderen.“ Nur in der Werkstatt sind die Bedingungen planbar. Die gelegentlich rauen Witte-

rungeinflüsse bei Tätigkeiten im Freien machen Georg und Mathias wenig aus. Durch ihre Hobbys Klettern und Skifahren sind sie schwindelfrei und können damit bestens umgehen. Natürlich ist das Mitfahren mit den Pistengeräten schon ein begehrtes Highlight im Ausbildungsalltag.

Zwei Lehrlinge seit Herbst

Die Bergbahnen Sölden sind ein leistungsstarkes Unternehmen. Im Bereich Mittelstation der Gaislachkogelbahn teilen sich drei Betriebsleiter die Aufgaben. Im Winter sorgen 70 Mitarbeiter allein in diesem Bahnabschnitt für reibungslose Aufstiegshilfe. Michael Gritsch ist seit 2005 einer der Betriebsleiter. Unter anderem achtet er auf die Ausbildung des Seilbahner-Nachwuchs: „Die Bergbahnen in Tirol bilden heuer insgesamt sechs Lehrlinge aus. Zwei davon lernen bei uns“, skizziert der Ingenieur die Lage, „Besonders zeichnet die beiden ihr Interesse und ihre Wissbegierde aus.“

Sie sind bereits bestens in die Firma integriert und langsam kristallisieren sich schon ihre Stärken heraus. Ich bin sicher, wir können sie in drei Jahren als unsere ersten Seilbahnfachmänner feiern.“

Karriere mit Seilbahnlehre

Für den Ausbildungsleiter ist die neue Seilbahnlehre auch eine Frage des Images: „Bis heute ist für manche das Bild des ‚Liftlars‘ ein grundlegend falsches. Viele wissen nicht wirklich, was die Seilbahnbediensteten am Berg und im Tal leisten und welcher wichtigen Einfluss alle Angestellten auf ein florierendes Unternehmen haben. Eine fundierte Lehre rückt dieses Bild endlich zurecht.“ Auf dem Weg zum Seilbahnfachmann/frau lernt man nicht nur das Kassawesen, die Zutrittssysteme, Kundenbetreuung und –service, auch der gesamte Werkstättenbereich, die Lifttechnik, die Pisten und der Anlagenbau sind Gegenstand der Ausbildung. Für Georg und Mathias beginnt der Tag um 8 Uhr

beim Meeting aller Mitarbeiter, wo die Arbeiten verteilt werden und einzelne Trupps zusammengestellt werden. Die Lehrlinge starten mit ihrer Gruppe ins Gelände, nachdem an der Mittelstation der Gaislachkogelbahn noch das Material und Werkzeug vorbereitet wird. Alle Mitarbeiter erklären dem Nachwuchs Arbeitsabläufe, Handgriffe und technische Hintergründe. Nach dem gemeinsamen Mittagessen geht es im Freien oder in der Werkstatt weiter bis 17 Uhr. Die Schule für die Lehrlinge beginnt nach der Wintersaison im Mai und führt alle österreichischen Auszubildenden in Hallein zusammen.

Das Ausbildungsziel ist weit gesteckt. So unterschiedliche Aufgabenbewältigungen wie Hoch- und Tiefbau, Montagearbeiten, Mechaniker, Schlosser, Maler, Tischler, Installateure usw. sind nötig – und der Techniker muss dann auch im Winter seine Qualitäten als Dienstleister beweisen.

Mathias Pult
Seilbahnfachmann-Lehrling
Gaislachkogelbahn

Sternzeichen Löwe
Hobbys: Schwimmen, Skifahren, Klettern
„Ich finde es super, dass man bei den ganzen Fahrzeugen die Reparaturen selber machen kann. Es ist eine sehr abwechslungsreiche Ausbildung bisher.“

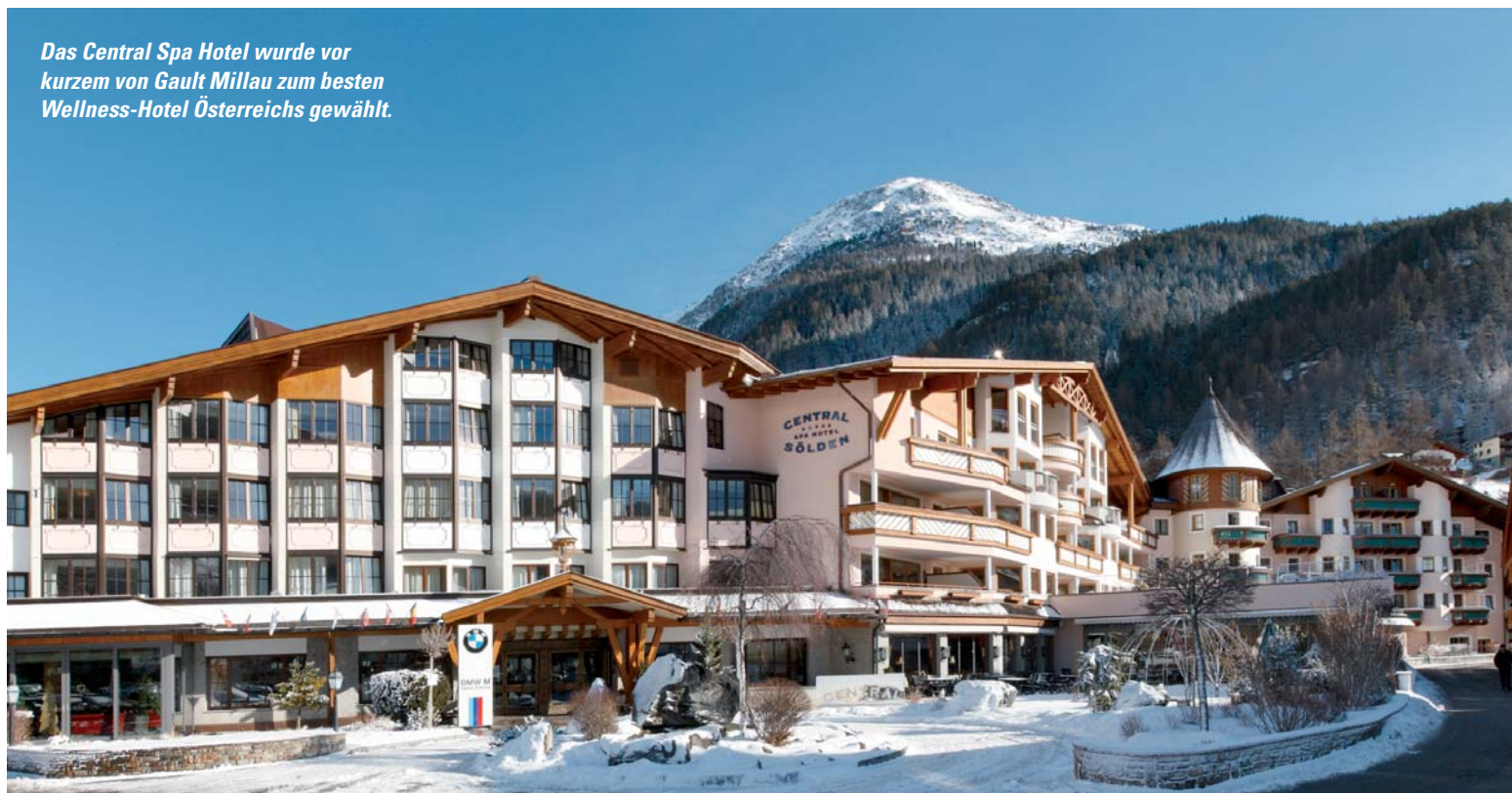


Georg Fiegl
Seilbahnfachmann-Lehrling
Gaislachkogelbahn

Sternzeichen Krebs
Hobbys: Klettern Skifahren, Fußball
„Bisher am besten gefallen mir die Reparaturen an den Pistenbullys, und die Hydraulik finde ich spannend. Auch ein Seilbahnmaschinisten-Kurs würde mich sehr interessieren.“



Das Central Spa Hotel wurde vor kurzem von Gault Millau zum besten Wellness-Hotel Österreichs gewählt.



LEITBETRIEB IM ÖTZTAL

Zum 75. Geburtstag von Hans „Buggls“ Falkner wurde das Hotel Central in Sölden mit dem fünften Stern ausgezeichnet. Das war vor 17 Jahren. Seither hat sich viel verändert im Ötztal. Gleich geblieben sind das Engagement und Niveau des Central-Teams.



Angelika Falkner,
Hoteldirektion:
Chefin des Hauses

Wenn ein Haus seit vielen Jahren auf die gleichen treuen Mitarbeiter zählen kann, dann ist das eine Besonderheit. Im schnelllebigen Geschäft setzt das Führungsteam mit Angelika Falkner sowie Gottlieb und Renate Waschl auf Kontinuität. Denn jeden Tag wird irgendwo auf der Welt ein neues Hotel eröffnet. Da zählen Unverwechselbarkeit, Service und Komfort doppelt. „Die Hülle muss stimmen. Das Wichtigste sind aber die Mitarbeiter, die diese Hülle mit Leben erfüllen“, lautet das Credo von Hotelchefin Angelika Falkner. Gemeinsam stellt sich das Führungsteam Jahr für Jahr einer besonderen Herausforderung: das Central Spa Hotel auf gleichbleibend hohem Level zu halten. Keine einfache Aufgabe, denn der Gast hat eine Vielzahl an Vergleichsmöglichkeiten, gerade in Tirol ist die Dichte in der Spitzengastronomie hoch.

Alles hausgemacht

Umso höher ist das Niveau einzuschätzen, auf dem sich das Central-Team bewegt. 2002 wurde dieses Engagement mit der Toque d'Honneur - der ewigen Haube des Gault Millau - geehrt. Diese seltene Auszeichnung wird an Restaurants verliehen, die 20 Jahre hindurch mindestens eine Haube hatten. In

Österreich wurde diese Ehre nur 10 Betrieben zu teil, und dazu gesellt sich das À-la-carte-Restaurant „Ötztaler Stube“ im Central Spa Hotel. Seit 1988 ist dort Gottfried Prantl als Küchenchef verantwortlich für den kulinarischen Höhenflug. Mittlerweile brachte es der 51-jährige Oetzer auf zwei Hauben und 16 Punkte (Gault Millau). Seine Philosophie, nur qualitativ hochwertige Produkte auf schonende Art und Weise zu verarbeiten, ist Grundlage des Erfolges. „Wir versuchen, so viel wie möglich selbst zu machen. Ob Pasta, Tortellini und Cannelloni, die verschiedenen Marmeladen beim Frühstücksbuffet, Kuchen, Desserts und Pralinen oder Saucen und Fonds - alles ist hausgemacht“, erzählt Prantl. Dazu kommen Fleisch und Milchprodukte von Bauern der Umgebung. „Unsere Hotelgäste können jeden Abend in unserem Hotelrestaurant „Feinspitz“ das 5-Gang-Gourmet-Wahlmenü genießen.“

Wellness & Wein

Keine Überraschung, dass Gault Millau das Central vor kurzem zum besten Wellnesshotel Österreichs des Jahres 2008 kürte. Sowohl für das SPA-Angebot als auch für die kulinarische Umsetzung gab es von den Testern Bestnoten. Die dreistö-

CENTRAL: EIN ORT ZUM LÄNGER BLEIBEN



Renate Waschl,
Hoteldirektion: Mehr als
20 Jahre im Central



Gottlieb Waschl,
Hoteldirektion: Mehr als
20 Jahre im Central



Gottfried Prantl,
Küchenchef: 20 Jahre
im Central



Martin Sperdin,
Sommelier: 20 Jahre
im Central



Richard Trischer,
Buchhaltung: 20 Jahre
im Central

ckige Wasserwelt Venezia versprüht das Flair der italienischen Lagunenstadt. In diesem Ambiente erwarten den Gast Saunen, Dampfbäder, Whirlpools, Erlebnisduschen u.v.m. Die Beauty- und Wellnessresidenz mit 16 Behandlungsräumlichkeiten bietet Verwöhnprogramme aus asiatischen, orientalischen, schamanischen und heimischen Heiltraditionen.

Hort der Weinkultur

Die Liebe zur Kulinarik zeigt sich auch in der Weinkultur des Hauses. In den Gewölben des Weinkellers ruhen edle Tropfen aus aller Welt. Über 30.000 Flaschen werden von Gottlieb Waschl, dem Direktor des Hauses, und Sommelier Martin Sperdin gehütet. Die Schwerpunkte des Sortiments liegen bei Weinen aus Österreich, Italien, Spanien, Kalifornien, Südafrika, Chile und Australien. Besonders am Herzen liegt Gottlieb Waschl der Wein aus Österreich. Für seine Bemühungen um den heimischen Wein wurde er 2004 mit dem Bacchuspreis ausgezeichnet. Der wohl größte Schatz im Weinkeller ist ein Burgunder, Jahrgang 1916. „Der wird aufbewahrt für den 100. Geburtstag von Hans Falkner“, verrät Waschl.

CENTRAL SPA HOTEL SÖLDEN

- 103 Zimmer und 18 Suiten (220 Betten)
- 120 Mitarbeiter (Saison)
- 280 Mitarbeiter gesamt mit den Betrieben Giggijoch Bergrestaurant, Almstube, Kogelstube und Schwarzkogel Restaurant sowie das Rastland Nassereith
- SPA-Bereich auf über 1.500 m²: 3-stöckige „Wasserwelt Venezia“, Wellness- & Beautyresidenz mit 16 Kabinen
- Fitness Center (120 m²) mit Fitnessbetreuung
- Im hoteleigenen Ötzi Club werden Kinder von 3-14 Jahren an 6 Tagen in der Woche betreut
- Seminarbereich mit flexibel gestaltbaren Tagungsräumen für bis zu 150 Personen
- Weinkeller mit über 30.000 Flaschen Wein
- Ausgezeichnet von Gault Millau mit 2 Hauben und 16 Punkten

Auszeichnungen:

- Bestes Wellnesshotel Österreichs 2008
- Reader's Travel Award als „weltweit luxuriösestes Ski-Hotel 2006“
- Ewige Haube des Gault Millau – Toque d'Honneur

Mitgliedschaften:

- Best Wellness Hotels Austria
- Premium Spa Resorts
- Genießerhotels & -restaurant

GARANT FÜR SKIBETRIEB

Als Weltmarktführer in der technischen Beschneigung ist TechnoAlpin rund um den Globus tätig. Auch in Sölden setzt die Südtiroler Firma neue Maßstäbe. Im Interview gibt Präsident Georg Eisath einen Einblick in die Welt der Schneemacher.

Was macht TechnoAlpin zum Rolls Royce unter den Schnee-Erzeugern?

Georg Eisath: „Einer der entscheidenden Punkte ist sicher die 25jährige Erfahrung im Bau von Beschneigungsgeräten und Anlagen. Wichtig ist auch die gewissenhafte und akribische Entwicklungsarbeit und das Bestreben, höchste Qualität in das Endprodukt einzubauen. Aber schlussendlich kommt es auf die Schneequalität an und daran haben wir schon von Beginn an sehr hart gearbeitet und versucht, nicht Menge zu produzieren, sondern nur höchste Schneequalität.“

Wie lange arbeitet Ihre Firma schon mit den Bergbahnen Sölden zusammen?

Georg Eisath: „Wir sind stolz, dass wir schon vor 17 Jahren die ersten Maschinen vorführen durften. Auch in Sölden hat man bald die solide Bauweise der Schneerzeuger und die gute Qualität des TechnoAlpin-Schnees geschätzt und somit auch Latemar-Schneekanonen gekauft.“ (Damals hieß die Schneekanone noch Latemar, Anmerk. d. Red.)

Was sind die technischen Raffinessen bei den Beschneigungsanlagen in Sölden?

Georg Eisath: „Sölden hat die modernsten Komponenten, die wir liefern können. Natürlich computergesteuerte Kanonen der neuesten Generation, Pumpstationen und Kompressoranlagen. Datenhighways mit Lichtwellenleiter, Feinabstimmung der Kanonen über Bluetooth. Was beim Ausbau aber sehr wichtig war, ist die Erfahrung der Techniker des Skigebietes. Erst durch diese Erfahrung konnte ein so rundes System geplant und gestylt werden. Damit wurde es auch möglich, ein optimales Beschneigungssystem für die Verbindung vom Gletscher zur Talstation der Lifte herzustellen. Dort wird mit technischem Schnee der Skibetrieb garantiert. Das ist für einen Saisonstart sehr wichtig.“

Was sind die neuesten Errungenschaften von TechnoAlpin?

Georg Eisath: „Konstant wird an der Verbesserung der Schnequalität gearbeitet. Das jüngste und erfolgreichste Modell ist die T60, welche auch die Pisten von Sölden schmückt. Ein großer Schritt in die Zukunft wurde auch durch die Einführung der Steuerungssoftware ATASSplus getan. Die Kommunikation mit den verschiedenen Komponenten der Anlage, aber auch das Betriebsmanagement wurden revolutionär verbessert.“

Kann in absehbarer Zukunft bei jedem Wetter beschneit werden?

Georg Eisath: „Im Verdampfungsverfahren - wie wir mit den Propellerkanonen und den Schneilanzen im offenen Gelände arbeiten - wird es immer Temperaturen brauchen, die das Wasser frieren lassen. Es gibt aber auch Systeme, welche in geschlossenen Kühlsystemen arbeiten. Dort kann man natürlich auch bei sehr warmen Temperaturen Schnee im Sinne von Crash-Eis produzieren. Diese Verfahren sind aber für Flächenbeschneigung zum heutigen Zeitpunkt total unwirtschaftlich.“

Wo wären die Wintersportorte heute ohne Beschneigungsanlagen?

Georg Eisath: „Der Wintertourismus konnte sich nur durch die Schneegarantie entwickeln. Die Urlauber wollen in der kostbarsten Zeit des Jahres auf bestens präparierten Pisten den Wintersport genießen. Und das ist nur mit technischem Schnee möglich. Auch wenn sehr viel Naturschnee fällt, ist es nicht möglich, die Pisten jede Nacht mit den Pistengeräten glatt zu präparieren. Heutzutage fahren 15.000 bis 20.000 Skifahrer an einem Tag eine Piste hinunter, das geht natürlich nur mit Kompaktschnee aus der Kanone. Wo wären wir ohne Beschneigung? Ich denke, der Wintersport wäre zu teuer geworden für das, was man hätte bieten können, und wäre wahrscheinlich verkümmert.“



TechnoAlpin betreut Kunden in 37 Ländern. Sölden setzt seit Jahren auf die Schneemacher aus Südtirol.

Georg Eisath, Präsident der TechnoAlpin AG.



TECHNOALPIN – DIE FAKTEN

- 100 Mio € konsolidierter Umsatz (per 30.04.2008)
- 763 Kunden in 37 Ländern der Erde
- 26 Niederlassungen weltweit: Hauptsitz in Bozen, 8 Tochtergesellschaften und 17 Vertriebspartner
- Komplettlösungen für Beschneigung nicht nur von Skipisten, sondern auch Langlaufstrecken, Biathlonzentren (z.B: Olympia Torino 2006), Sprungschancen (z.B: Olympia Torino 2006), Rodelbahnen, Freestyle, etc.
- Mitarbeiter: 220 Mitarbeiter (TA Bozen + 8 Tochtergesellschaften, ohne MA der Vertriebspartner)

VIA FERNBEDIENUNG ZUR WEISSEN PRACHT

Die Bergbahnen Sölden haben schon viele Entwicklungen bei der Industrie ausgelöst. Jüngstes Beispiel ist eine Fernbedienung für die Schneerzeuger mittels Blue Tooth. Entwickelt wurde sie gemeinsam mit TechnoAlpin.

Derzeit testen die Bergbahnen Sölden das neue Fernsteuerungssystem via Blue Tooth. Blue Tooth ist ein geläufiges Schlagwort, bei dem es sich um nichts anderes als eine Funkverbindung im Gigahertz-Bereich handelt. Doch wozu wird so eine Fernsteuerung eigentlich benötigt? „Technische Beschneigung findet nicht vor dem PC, sondern mit offenem Anorak im Gelände statt. Und zwar bei 10 Grad minus und noch tieferen Temperaturen. Da wird der Weg vom Pistengerät oder SkiDoo zum Schneerzeuger oft zur unvermeidbaren Dusche, die Kleidung wird nass. Das sind äußere Einflüsse, die den Arbeitsgeist bis in die Morgenstunden nicht gerade verbessern. Mit der Fernsteuerung lässt sich die Situation deutlich verbessern“, er-

läutert Michael Maier, verantwortlicher Betriebsleiter bei den Bergbahnen Sölden.

Entwicklungsarbeit in Sölden

Derzeit arbeitet man mit TechnoAlpin an der Entwicklung einer serienreifen Generation. Gewicht und Größe wurden deutlich verringert, die Bedienbarkeit der Tastatur ist für die Schneemannschaften einfach und praktisch selbsterklärend gehalten. Alle Funktionen des Schneerzeugers können mit dem Gerät bedient und abgelesen werden. Die Reichweite des Funksignals beträgt zirka 100 Meter. „Wir sind jetzt noch in der Probe-phase. Das System läuft vielversprechend, TechnoAlpin arbeitet permanent an Verbesserungen

vor Ort in Sölden“, so Maier. Trotz hohem Technisierungsgrad wird Beschneigung auch in Zukunft nicht ohne den Faktor Mensch auskommen.

Faktor Mensch unverzichtbar

Maier: „Eine wirtschaftlichen Beschneigung resultiert aus dem Zusammenspiel von moderner Technik und guter alter Kopfarbeit. Man muss beurteilen, wo noch Schnee fehlt oder wo es fürs Erste reicht. Geländekenntnisse sind Grundvoraussetzung, sonst wird nicht selten ein weißer Hügel zur unbrauchbaren Masse. Und der Schnee, der neben der Piste liegt, ist vielerorts verloren. Und damit auch das anteilhaft vergeudete Wasser aus dem Speicherteich.“

DIE MARKE ALS GRUNDLAGE DER UNABHÄNGIGKEIT



Der Markenexperte André Felker hat mit seiner Agentur SIEBEN die Bergbahnen Sölden in der Entwicklung einer eigenständigen Marke begleitet. Im Interview erläutert er unter anderem, wie Sölden von einer starken Unternehmensmarke „Bergbahnen Sölden“ profitiert.



ZUR PERSON: ANDRÉ FELKER

André Felker war u. a. Etat-Direktor bei der renommierten Werbeagentur Ogilvy & Mather, Werbeleiter der Mobilkom Austria AG sowie Leiter des strategischen Marketings der Siemens AG Österreich, seit Juni 2003 ist er geschäftsführender Gesellschafter der Agentur SIEBEN, deren Schwerpunkt auf Marketing- und Kommunikationsberatung liegt (Kunden: Manner, Bertelsmann, Tele2, Greenpeace, Österreichische Bundesforste, United Nations). In der Wirtschaftskammer Österreich vertritt er die Berufsgruppe österreichischer Werbeagenturen als Sprecher.

Herr Felker, worin sehen Sie die Kernwerte der Bergbahnen Sölden, die letztlich in deren Marke zum Ausdruck kommen sollen?

Felker: „Die Kernwerte der Marke Bergbahnen Sölden wurden im Zuge eines sich über mehrere Monate erstreckenden Marketingstrategieprozesses festgelegt und repräsentieren die wesentlichen Eckpfeiler der Unternehmens-Gesamtstrategie. Die drei Markenkernwerte, die wiederum aus den definierten Markeneigenschaften verdichtet wurden, lauten: Begeisterung, Antrieb und Unabhängigkeit.“

Klaus Brandmeyer, Mitbegründer des Genfer Instituts für Markentechnik, definiert Markenführung als Schaffen und Bestätigen positiver Vorurteile gegenüber einem Unternehmen und seinen Leistungen. Worin besteht Ihrer Ansicht nach das ideale Positiv-Vorurteil bei den Bergbahnen Sölden?

Felker: „Markenführung ist ein behutsamer, mit klaren Zielen untermauerter Strategieprozess, in den alle Maßnahmen des Unternehmens strukturiert und abgestimmt einzahlen. Die Bergbahnen Sölden sind heute der wichtigste Motor des Wintertourismus. Sie erweitern laufend ihr Angebotspektrum, entwickeln eine Fülle von Innovationen und setzen diese in der Region um, investieren überdurchschnittlich hohe Summen in internationale Marketing- und Kommunikationsaktivitäten,



die wiederum durch den TVB umgesetzt werden, um laufend bestehende und neue Gästeschichten aus den unterschiedlichen Zielländern nach Sölden zu bringen. Und sie bewegen die Gäste nach und in Sölden – und das nicht nur faktisch, sondern auch emotional. Man denke beispielsweise nur an die Aussichtsplattform am Tiefenbachkogel oder Veranstaltungen wie Hannibal. Das alles wurde auch im neuen Claim der Bergbahnen Sölden zusammengefasst: „Wir bringen Bewegung ins Leben.“

Warum hat man sich relativ spät, aber doch entschlossen, den Bergbahnen Sölden ein eigenständiges Markenprofil zu geben?

Felker: „Einer der wichtigsten Parameter für die Bergbahnen Sölden, sowohl in der Unternehmens-Gesamtstrategie als auch in der Markenstrategie, ist Unabhängigkeit. Wer wirtschaftlich unabhängig ist, ist in der Lage, selbstständig die nachhaltig richtigen Entscheidungen im Sinne aller Stakeholder zu treffen. Neben ökonomischen Faktoren bildet auch der Markenwert eines Unternehmens einen integralen Bestandteil einer Unternehmensbewertung. Je höher die ausfällt, desto unabhängiger ist das Unternehmen in wirtschaftlicher Hinsicht. Neben diesen wirtschaftlichen Überlegungen war es den Eigentümern der Bergbahnen Sölden jedoch auch wichtig, die Identifikation ihrer rund 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Seilbahn-Gastronomiebereich mit dem Unternehmen zu erhöhen.“

Der Unternehmenswert großer Markenartikel-Hersteller besteht teilweise zu über 50% aus dem Wert der Marke. Wie beurteilen Sie diese Gewichtung in der Seilbahnen-Branche, wo für den Konsumenten doch sehr oft die Destinationsmarke im Vordergrund steht?

Felker: „In der Außenwirkung von Sölden, sprich in den Zielmärkten, wird nach wie vor die Destinationsmarke im Vordergrund stehen, alles andere wäre fahrlässig. Der Aufbau eines Markenwerts ist ein langfristiger Prozess, der bei den Bergbahnen Sölden erst mit dem heurigen Jahr begonnen wurde. Je besser dieser Prozess gemanagt wird, desto besser und nachhaltiger wird sich auch der Markenwert entwickeln. Dennoch wird man gewiss nie in die Nähe von Markenwerten von Markenartiklern kommen. Ich denke aber schon, dass eine starke Marke eines Seilbahnunternehmens auch den einen oder anderen Multiple mehr in einer Unternehmensbewertung bewirken wird.“

Welche zentralen Wettbewerbsvorteile erwachsen den Bergbahnen Sölden aus dem Führen einer Unternehmensmarke?

Felker: „Neben der erhöhten Wettbewerbsfähigkeit im internationalen Benchmarking entstehen den Bergbahnen Sölden vor allem strategische Vorteile durch die höhere wirtschaftliche Unabhängigkeit auf Basis eines gesteigerten Unternehmenswerts.“

In anderen großen Wintersport-Regionen ist es seit Jahren selbstverständlich, dass das jeweilige Seilbahnunternehmen eine eigenständige Marke führt, etwa in Ischgl oder St. Anton. In Sölden hat es nicht nur Zustimmung für diese Entscheidung der Bergbahnen gegeben. Worin, glauben Sie, liegt diese Skepsis begründet?

Felker: „Die Tourismusbetriebe in Sölden sind sich der internationalen Wichtigkeit und Strahlkraft der Marke Sölden bewusst und scheinen zu befürchten, dass in Zukunft auch die Bergbahnen Sölden mit ihrer neuen Marke in den Zielmärkten präsent sein werden, so die Relevanz der Marke Sölden reduziert wird und dies auch Negativeffekte auf die Gästefrequenz haben könnte. Ich möchte aber an dieser Stelle noch einmal betonen, dass der Einsatz der Marke Bergbahnen Sölden außerhalb von Sölden bzw. in den Zielmärkten genau aus diesen Gründen selbstverständlich nicht stattfinden wird. In Sölden und überall dort, wo die Bergbahnen Sölden Initiator, Investor oder Partner sind, wird man das neue Logo der Bergbahnen Sölden finden. So auch beispielsweise auf der Bekleidung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bergbahnen Sölden oder auf den Gondeln, auf denen bisher das Sölden-Logo zu sehen war. Stichwort Gondeln. Das ist in einem ersten Schritt sicher eine Umgewöhnung, aber mehr für die Einheimischen als für die Gäste. Denn da die Gäste ja ohnehin schon in Sölden sind, gibt es keinen Grund, warum ihnen dennoch an jeder Ecke das Sölden-Logo begegnen sollte.“

Wie profitiert Sölden als Ort von einer starken Marke „Bergbahnen Sölden“?

Felker: „Je höher der Markenwert, desto höher der Unternehmenswert. Je höher der Unternehmenswert, desto höher die wirtschaftliche Unabhängigkeit. Je höher die wirtschaftliche Unabhängigkeit, desto höher die Gestaltungsfreiheit, die richtigen Dinge für Sölden im Sinne aller Stakeholder zu initiieren, umzusetzen und so die internationale Bedeutung von Sölden als Wintersportdestination nachhaltig weiter auszubauen.“



NI HAO! IM ÖTZTAL

Ni hao! – also „Willkommen bei uns“ – möchten die Mitarbeiter von Bergbahnen Sölden und Ötztal Tourismus in den kommenden Jahren, so oft es geht, sagen. Und zwar zu Gästen aus China. Anfang November unternahmen Carmen Fender und Chris Schnöller eine Promotiontour ins Land des lächelnden Reisefiebers.



Chris Schnöller, Charmebotschafter des Ötztals, im Pekinger Olympia-Stadion.

Chinesen sind im Aufbruch. Jährlich steigt die Zuwachsrate an Auslandsreisen des 1,3-Milliarden-Volkes rasant – 2007 betrug sie 18,6 %. Und, ja, die Menschen aus dem Land des Lächelns lieben die Berge, am besten mit Schnee drauf. Anlass genug für die Bergbahnen Sölden und Ötztal Tourismus, an einer China-Promotion samt Workshop und Presseveranstaltungen teilzunehmen. Carmen Fender (Ötztal Tourismus) und Chris Schnöller (Bergbahnen Sölden) besuchten vom 2. bis 7. November die Millionenstädte Hongkong, Guangzhou, Shanghai und Peking. Nicht zuletzt, um im Windschatten der in China sehr bekannten Schweiz Stimmung für das heimische Tal zu machen.

durch Europa Shopping (weltweit die höchsten Tagesausgaben!), Seilbahnfahren, Berg- und Gletschererlebnis, unberührte Natur und Kultur. „Bei unseren Veranstaltungen in den Großstädten konnten wir viele Interessierte und Meinungsbildner persönlich erreichen“, beschreibt Chris Schnöller seine Erfahrung auf der Fernost-Tour, „dabei kam uns auch eine neue Vorliebe der Chinesen entgegen. Diese bevorzugen jetzt zunehmend Monodestinationen, also Reisen nur durch ein Land in Europa. Das wäre unsere Chance, wenn auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer mit 1-2 Nächtingungen noch sehr kurz ist“.

53.000 Nächtingungen in Innsbruck

Laut World Travel Organisation werden die Auslandsreisen der Chinesen von derzeit 40 Millionen auf 100 Millionen bis ins Jahr 2010 ansteigen. Davon profitiert mit Sicherheit auch Tirol, wo bereits 53.000 Nächtingungen aus dem Land der aufgehenden Sonne pro Jahr verzeichnet sind (250.000 Nächtingungen pro Jahr in Österreich gesamt!). Optimistisch stimmt die beiden Workshop-Tour-Teilnehmer auch, dass das Pressecho beim ersten Auftreten des Ötztales in China erfreulich groß war: „In Peking war übrigens das Interesse für den Winter überraschend gut, was durch Kooperationen mit den Skigebieten rund um Peking noch verstärkt werden kann“, lautet ein Resümee von Chris Schnöller. Langfristig möchten die Bergbahnen Sölden und das Ötztal am China-Markt punkten.

Peking: 16 Millionen Einwohner

Immer den globalisierten Gästemarkt vor Augen, konzentrierten die beiden ihre Bemühungen in Richtung Aufklärungsarbeit über Land und Leute, zugeschnitten auf die Reismotive der Chinesen. Diese bevorzugen bei ihren 10-Tages-Touren quer

Chinesische Reisezeit:

Anfang Feber, erste Maiwoche und Oktoberwoche, Juli & August
60 % kommen im Sommer
40 % im Winter

Nächtingungen:

4 & 5-Sternekategorie

Aufenthaltsdauer:

1-2 Nächte

Reisemotive:

Shopping, Seilbahn fahren, Spa World, Wandern, Kultur, unberührte Natur – was alles auf das Ötztal zielt mit BIG3, Rettenbach/Tiefenbach Gletscher, Aqua Dome, Ötzi Dorf, Nähe zu Innsbruck, Hahnenbühl



WINTER-EVENTS



MAXXX MOUNTAIN NIGHT SKI SHOW STERNENFEUER MIT NACHTSKILAUFLAUF



Die Nachtski-Show der Ski- und Snowboardschule Sölden-Hochsölden und der Bergbahnen Sölden zählt noch immer zum Spektakulärsten, was es in dieser Hinsicht gibt. Spannungsgeladene Dramaturgie mit Musik und Moderation, perfekte Skidemos mit Skifackellauf und ein unglaubliches Feuerwerk stehen am Programm. Daneben gibt es natürlich auch den beliebten Nachtskilauflauf auf der 4 km langen und taghell ausgeleuchteten Skipiste. Nicht zu vergessen: Köstliches und Schmankerl von der „BIERALM“ auf der Almstube.

Jeden Mittwoch, 07.01. - 18.03.2009
Gaislachkoglbahn Mittelstation
17.30 - 20.30 Uhr Bergfahrt
21.30 Uhr letzte Talfahrt

WEIN AM BERG



Das Central Spa Hotel lädt vom 30. April bis zum 3. Mai 2009 erneut zum Gipfeltreffen für Weinliebhaber und Gourmets. Die einmalige Verknüpfung aus Genuss, Naturerlebnis und Kultur hat dem köstlichen Event eine treue und internationale Besuchergemeinde beschert. „Österreich trifft Italien“: Das Motto der diesjährigen Veranstaltungsreihe verspricht spannende Begegnungen mit Top-Winzern aus Italien.

30.04. - 03.05.2009
Central Spa Hotel

MAXXX MOUNTAIN SÖLDEN PARTY AM GIGGIJOCH



Das nennt man Party: Jeden Freitag finden auf der großen Bühne beim neuen Giggijoch-Restaurant Live-Konzerte mit Top-Coverbands statt. DJs und Moderation begleiten die Events. Das Giggijoch verwandelt sich dabei in den absoluten Après-Ski-Treff von Sölden.

Jeden Freitag, 26.12.2008 - 17.04.2009
(Ausnahme: Donnerstag, 09.04.09)
von 13.00 bis 16.30 Uhr
Fun-Zone Giggijoch

HANNIBAL



Der Fixpunkt im Söldner Eventkalender: Die spektakuläre Inszenierung von Hannibals Alpenquerung von Regisseur Hubert Lepka versetzt Jahr für Jahr Tausende Besucher in Erstaunen. In dem avantgardistischen Theaterstück wird der Rettenbachgletscher in Sölden zur historischen Bühne. Die Alpenquerung der Kathager nach Rom spielt in der heutigen Zeit. Pistensbullys werden zu Elefanten. Die modernen Krieger sind Skiläufer, Kletterer und Fallschirmspringer. Die Reiter überqueren auf Skidoos den Gletscher, während Flugakrobaten ihren Zug gegen Süden stören. Lichteffekte, Musik, Videos und Pyrotechnik vollenden das Schauspiel. Ein Pflichttermin!

Freitag, 24.04.2009, 19:30 Uhr
Gletscherstadion Rettenbachferner
Kartenvorverkauf Bergbahnen Sölden
Tel. +43 (0)5254 508 (Skipass-Kassen)
shop.soelden.com

WARSTEINER SNOW SHOW MIT DJ ÖTZI



Das einzig wahre Warsteiner und der einzig echte DJ Ötzi sorgen am Freitag, 27. Februar 2009, für ausgelassene Partystimmung. Warsteiner hat nicht umsonst den bekanntesten Interpreten des Ötztals für seine Snow Show engagiert. Mit all seinen Hits von „Ein Stern“ über „Hey Baby“ und dem „Anton aus Tirol“ wird er garantiert für brodelnde Atmosphäre in der Giggijoch-Fun-Zone sorgen.

DJ Ötzi live am 27.02.2009, 15.00 Uhr
Warsteiner Snow Show vom 26.02.-02.03.2009

MAXXX MOUNTAIN GLETSCHERFESTIVAL



Hoch her geht's am Rettenbachferner zum Ausklang der Wintersaison. Der Frühlingsskilauflauf wird hier garniert mit einer Reihe ausgeflippter Events wie dem Water-Slide-Contest, Ski- und Snowboardtests der Modelle des kommenden Winters, Pistenraupen- und Skidoo-Fahren, Live-Bands und vielem mehr.

01.05. - 03.05.2009
Rettenbach-/Tiefenbachgletscher

rossignol.com



2008 GIANT SLALOM WORLD CUP WINNER

Winning and having the Globe on the last race is just perfect!
In GS, you have to take a lot of risks, charging like crazy, ski at
your limits to get closer to the victory. It was a total fight during
the whole season. It's a great way to end-up a season!

Ted Ligety

Photo ZOOM
© Rossignol - Pure Mountain Company

Radical Pro
140
carbon



**Radical
WorldCup**
Oversize
R9X

**Official Textile Supplier
Bergbahnen Sölden**

