



Die Bahnen



Sölden (1377) - Hochsölden (2070 m)

O E S T E R R E I C H S L Ä N G S T E S E S S E L B A H N

Nach sechs Jahrzehnten hat Söldens erster und längstgedienter Sessellift endgültig Betriebsschluss. Ein Rückblick auf die Ära des „Hochsöldner Liftes“.

18 JAHRE FEST AM BERG

SONNTAG, 12. AUGUST 2012
MITTELSTATION UND GAISLACHKOGL



MUSIK

Musikkapelle Sölden
von 11.00 bis 13.00 Uhr

Öztaler Alpentornados
von 13.30 bis 17.00 Uhr



FÜR KIDS

Großes
Kinderprogramm
von 10.00 bis 16.00 Uhr



SPECIALS

Öztaler Bauernmarkt
Ponyreiten
Mineralienschau
Fest am Berg Wanderung

ÖTZ
TAL SÖLDEN



BERGBAHNEN SÖLDEN
Dorfstr. 115 6450 Sölden Austria T +43 (0) 5254 508 bergbahnen@soelden.com

soelden.com

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser!

Auch heuer können wir wieder auf eine erfolgreiche Wintersaison zurückblicken und möchten uns hier bei all unseren Mitarbeitern und Partnern für die gute Zusammenarbeit bedanken. Jedes Jahr machen sich Sportbegeisterte aus der ganzen Welt auf den Weg zu uns nach Sölden, um unsere beeindruckende Bergwelt zu erleben. Als Seilbahnunternehmen haben wir heute nicht mehr nur eine Transportfunktion zu erfüllen, sondern müssen unseren Gästen und Kunden ein umfangreiches Leistungs- und Angebotspaket zur Verfügung stellen. Diesen hohen Anforderungen und dem rasanten technischen Wandel folgend, war es uns leider – auch aus behördlicher Sicht – nicht mehr möglich, den alten Hochsölder Lift weiter zu betreiben. Selbst unter der Berücksichtigung aller nostalgischen Gründe. Damit wir unsere Attraktivität als touristische Destination steigern und unsere wirtschaftli-

che Entwicklung nachhaltig sichern können, ist die Anpassung an den Wandel der touristischen Nachfrage und die Gegebenheiten des Marktes unbedingt notwendig. Unser Gast erwartet sich von uns neben einer bestmöglich ausgebauten Infrastruktur eine optimal organisierte Dienstleistungskette, von der Buchung über den Aufenthalt bis zur Abreise. Wie in anderen Dienstleistungsbranchen auch, müssen wir uns verstärkt auf die Erhöhung der Dienstleistungsqualität bzw. die Qualitätsverbesserungen im Mitarbeiterbereich konzentrieren, da der direkte Kontakt mit unserem Gast fast völlig über unsere Mitarbeiter erfolgt. Aus diesem Grund ist für uns die Mitarbeiterzufriedenheit von zentraler Bedeutung. Nur zufriedene und motivierte Mitarbeiter können positiv auf die Kundenzufriedenheit einwirken und zur Erfüllung der Wünsche unserer Gäste beitragen.

Unserer Rolle als Leistungsträger im Tourismus für Sölden und das Ötztal ist uns bewusst. Damit wir unsere soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung wahrnehmen können, haben wir in den vergangenen Jahren konsequent in die Modernisierung und den Ausbau unserer Anlagen im Skigebiet und den Ausbau unseres Unternehmens investiert. Als Bergbahnen Sölden wollen wir uns weiterentwickeln und die Zukunft in der Region aktiv mitgestalten.

Wir wünschen Ihnen einen schönen Sommer und viel Freude beim Lesen unseres Bahnen-Magazins!

Jakob Falkner und Walter Siegele
Geschäftsführer der
Bergbahnen Sölden

Die Bahnen Inhalt



04

Die letzte Fahrt am Einsersessel
64 Jahre lang war der Einsersessellift nach Hochsölden in Betrieb. Ein Rückblick auf eine Epoche.



08

Electric Mountain Festival
Vier Öztaler Touristiker über die erste Auflage des elektronischen Musikfestivals.



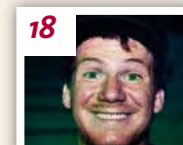
12

Söldens große Koalition
Die 1998 begonnene Marketing-Kooperation zwischen Bergbahnen und Tourismusverband hat vieles möglich gemacht.



16

AREA 47 geht in die dritte Saison
Der Abenteuerspielplatz hat sich zu einem der beliebtesten Tiroler Freizeitangebote entwickelt.



18

Christoph Schöpf im Portrait
Der 24-jährige Längenfelder gehört zu jenen, die bei den Bergbahnen Sölden ganzjährig beschäftigt sind.



20

Bauen für den Winter
Weltcuphang und Beschneigung: Während der Sommermonate wird an Söldens Infrastruktur gefeilt.



21

Skifahrer greifen zum Smartphone
Einen regelrechten Boom entfachten die Bergbahnen Sölden mit der Etablierung eines kostenlosen W-Lan-Zugangs.



22

Sommerfahrplan der Bergbahnen Events am Berg

Die Bahnen – Journal der Bergbahnen Sölden / Ausgabe 10 Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Bergbahnen Sölden
Redaktionsleitung: Mag. Jakob Falkner // Konzept und Redaktion: Polak Mediaservice, Imst // Layout: WEST Werbeagentur, Landeck // 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

Die letzte Fahrt am Einsersessel

Das Jahr 1948 beschert Sölden nicht nur die neu gegründete Bergbahnen-Gesellschaft, sondern auch den allerersten Skilift: Mit dem Einsersessellift nach Hochsölden wird eine Vision der heimischen Pioniere wahr und der Tourismus nimmt Fahrt auf. Bis zur Abschiedsrunde im April 2012 gilt der Lift als „Nabelschnur von Hochsölden“ und nostalgisches Element in einem hochmodernen Skigebiet.

Der 15. April 2012, ein Sonntag, neblig, nass, kalt. Die 236 Sessel drehen sich ein letztes Mal am Seil von Sölden nach Hochsölden und zurück. Trotz dichten Schneegestöbers sind viele Menschen gekommen, um dieses historische Ereignis gebührend zu feiern. Wobei die Feierstimmung nicht so recht aufkommen will. Vielen fällt es sichtlich schwer, sich von dieser „Institution“ zu verabschieden, die sie seit der Kindheit begleitet hat. Zu viele Erinnerungen hängen an diesem Stahlseil, durch das der Wintersporttourismus in Sölden erst so richtig anziehen konnte. Beim Bau im Jahre 1948 galt der Hochsölder Lift mit seinen 2,2 Kilometern als Österreichs längster Sessellift, er war der erste im Ötztal und der erst dritte in Tirol. Heute wird im direkten Vergleich mit der nahe verlaufenden Einseil-Umlaufbahn deutlich, wie sehr der Einsersessellift zur anachronistischen Bastion in einem Skigebiet geworden ist, das sich erfolgreich dem Fortschritt und ständiger Modernisierung verschrieben hat.

Pioniergeist zur rechten Zeit

Doch zurück ins Jahr 1948. Nach dem Zweiten Weltkrieg war der Fremdenverkehr im Ötztal völlig zum Erliegen gekommen, der Arlberg war Sölden weit voraus. Neue Visionen brauchte das Tal, da man nicht einfach an den Status quo der Vorkriegszeit anknüpfen konnte. Die Gäste von Hochsölden mussten immer noch zu Fuß zu ihren Quartieren hochsteigen, bald aber waren sie nicht mehr bereit, ihren Erholungsurlaub mit stunden-

langen Fußmärschen zu beginnen. So wurde die Idee einer Seilbahnverbindung geboren. Ein Sessellift sollte sowohl den Gästen den Zugang zu den Hochsölder Unterkünften erleichtern als auch dem Tourismus in Sölden Aufschwung verleihen. Mutigen Pionieren wie Hans Falkner, Hermann Gurschler und Martin Riml senior ist es zu verdanken, dass die Idee in die Tat umgesetzt und die Liftverbindung am 27. Juni 1948 eröffnet werden konnte. Gemeinsam brachten sie die finanziellen und unternehmerischen Fähigkeiten mit, um die neu gegründeten Bergbahnen Sölden in eine gewinnbringende Zukunft zu führen. Das allerdings konnten sie damals nur hoffen, nicht wissen ...

Der Baustoff für Träume

Zunächst standen die Bauherren nämlich vor Schwierigkeiten, denen sie nach der Devise „Man muss sich nur zu helfen wissen!“ begegneten. Bereits die Materialbeschaffung stellte



© Archiv Bergbahnen Sölden

sie im Jahr 1948 vor große Herausforderungen. Baustoffe waren knapp und gegen Bares kaum zu erhalten. Die Hersteller tauschten Zement am liebsten gegen die gleiche Menge Koks – damals ein gefragter Brennstoff. Da kamen die Koksorräte der Sölder Gastwirte und Hoteliers gerade recht. Nur durch Zugabe von ein paar Kilo Butter oder Speck konnten die Zementlieferungen auch mit Bargeld bezahlt werden. Lebensmittel waren überhaupt eine starke Währung, und so kam es, dass die regionale Landwirtschaft den Aufbau des Tourismus wesentlich mitfinanzierte und Einheimische in den Anfangszeiten die Fahrt am Einsersessel sogar mit Ötztaler Butter bezahlen konnten.

Die ersten Liftstützen wurden aus Holz errichtet. Andere Bestandteile der Anlage waren nicht so leicht zu bekommen und forderten das Improvisationstalent der Liftbetreiber: Rollen und Lager wurden aus ehemaligem Kriegsgerät entnommen, der Antriebsmotor →



© Archiv Bergbahnen Sölden



Betriebsschluss

Nostalgie pur, aber letztlich technisch und behördlich nicht mehr aufrechtzuerhalten: der Hochsölder Sessellift.

© Lukas Erneisner

© Archiv Martin Riml

stammte aus einem ausrangierten Heereslastkraftwagen. Keine Überraschung also, dass die theoretische Förderleistung des Einsersesselliftes nicht immer ausgeschöpft werden konnte und technische Mängel, die heute jeder Behörde zum Schrecken gereichen würden, in der Anfangszeit noch an der Tagesordnung standen. Nur gut, dass die Gäste aufgrund der geringen Bodenabstände unterwegs größtenteils aussteigen konnten, wenn der Lift einmal zu lange stillstand.

Lange Fahrt durch die Geschichte

Beim späteren Straßenbau nach Hochsölden wurde der Einsersessellift dann von der Liftgesellschaft übernommen. Er versah über all die Jahrzehnte treu seine Dienste, während das Skigebiet Sölden sukzessive erweitert und modernisiert wurde: Schon 1952 wird in Hochsölden der Rotkogel-Lift errichtet, 1953 geht mit dem Sessellift von Sölden in den Ortsteil Innerwald ein weiterer „Evergreen“ in Betrieb. 1959 nimmt der Giggijochlift seinen Betrieb auf, 1961 der Hanglift, 1966 wird der Gaislachkogel erschlossen und 1971 durch die beiden Sessellifte Langegg 1 und Langegg 2 mit Hochsölden verbunden. Dadurch entsteht eine für die damaligen Verhältnisse einzigartige Skischaukel. Ab Mitte der Siebziger Jahre zeichnete sich ab, dass der Hochsöldler Sessellift den Ansturm der Skibegeisterten auf Hochsölden nicht mehr bewältigen konnte – die stündliche Förderleistung von 440 Personen reichte einfach nicht mehr aus. Die 1977 eröffnete Einseilumlaufbahn, die beim ebenfalls neu errichteten Bergrestaurant endete, schuf Abhilfe. Der Hochsöldler Lift, bei seinem Abschied 2012 die älteste noch in Betrieb befindliche Anlage der Firma Wopfner Lifte, hat all die anderen Einsersessellifte überlebt – der Rotkogel-Lift wurde 1986 stillgelegt, der Innerwald-Lift fuhr immerhin bis 2009 nach oben. Er hat es von Schwarzweißfotos bis ins Hochglanzzeitalter geschafft und Generationen von Einheimischen und Urlaubern bewegt.

Stopp durch veraltete Technik

Zeitzeugen verbinden viele Erinnerungen aus Kindheit und Jugend mit dem ersten Lift Söl-

dens. Nostalgie macht sich breit. „Es tut weh, dass es ihn nicht mehr geben soll“, hört man immer wieder bei seiner letzten Fahrt. Auch Martin Riml, Hotelier und Sohn des legendären Pioniers, geht der Abbau nahe: „Der Lift ist die Nabelschnur von Hochsölden. Freilich gibt es eine Straße, und die Einseilumlaufbahn fährt an Hochsölden vorbei. Aber für mich geht eine große Ära zu Ende. Wir sind hier aufgewachsen, hier liegt der Ursprung unserer Firma. Man muss sich die Entwicklung vor Augen halten: Hochsölden gab es ja schon vor Sölden!“ Prokurist Hansjörg Posch von den Bergbahnen Sölden weiß um die Verdienste der geschichtsträchtigen Anlage: „Der Hochsöldler Lift war der Start für den Wintertourismus in Sölden, aber auch im Sommer eine wichtige Verbindung. Natürlich geht etwas verloren, wenn der Lift heute zum letzten Mal fährt, aber das ist halt der Lauf der Zeit.“ Der Grund für das endgültige Aus des Einsersessels liegt nämlich in der Technik. „Die Behörde hat jetzt zwei Mal zwei Jahre die Konzession verlängert, aber die Technik ist einfach überholt. Mit Ende Dezember 2012 läuft die Konzession aus, d.h. der Lift ist für diese Saison nicht mehr betriebsfähig und wird im Sommer abgetragen“, informiert Hansjörg Posch.

Die Abschiedsrunde

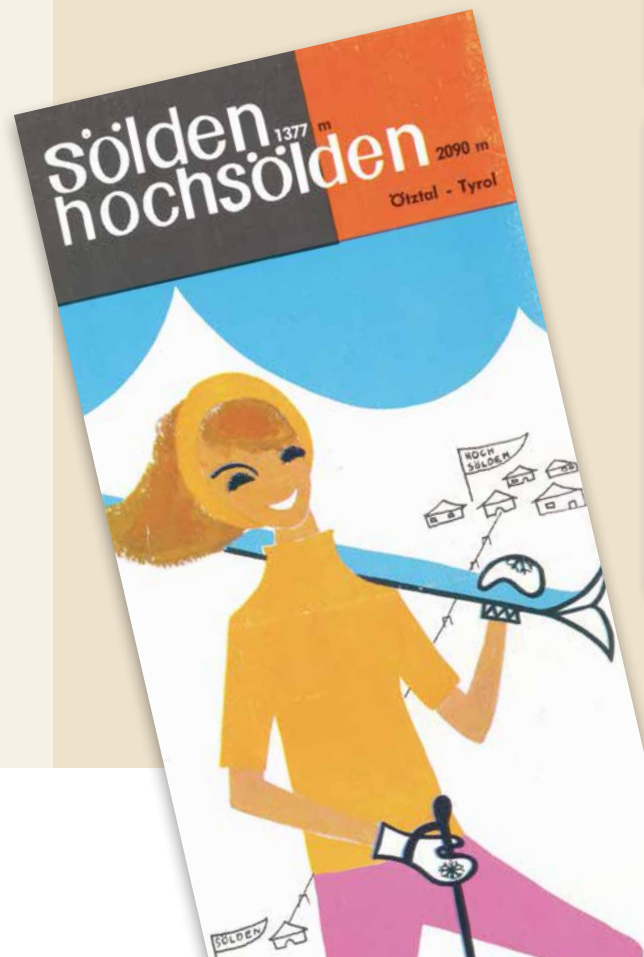
Einmal noch hinauf! Standesgemäß verabschiedet der Berg den Lift mit einem zünftigen Wintereinbruch. Still schweben die Sessel durch Nebel und Schneetreiben, nur wenn sie eine Liftstütze passieren, hört man das leise, charakteristische Rattern. Die Beine baumeln in der Luft, der Blick sucht Anhaltspunkte auf Pisten und Bergwald. In Gedanken durchfährt man eine spannende Ära, in der das einst arme Bauerndorf Hochsölden zu einem der international renommiertesten Skigebiete geworden ist. Kein Vergleich zu modernen Liftanlagen wie etwa der neuen Achter-Gondelbahn, die gesellig, rasch und wettergeschützt aufs Giggijoch führt. Einem in Würde gealterten Gentleman gleich bittet der Einsersessellift ein letztes Mal auf einen Logenplatz zum Schweigen und Genießen.

Hochsölden – Die Chronik



© Archiv Bergbahnen Sölden

Bereits 1928 wurde von Isidor Riml der „Sonnblick“ gebaut. Für die Zubringung von Baumaterialien und Lebensmitteln realisierte Serafin Gurschler 1929 die erste Materialseilbahn von Sölden nach Hochsölden und baute von 1931-1934 das „Hotel Hochsölden“. 1934 kam eine Kapelle dazu, 1936 das Hotel „Alpenfriede“ von Familie Lengler und das „Gasthaus zur schönen Aussicht“ von Hans Fender. 1946 erfolgte die Neugründung des Skiclubs SC Sölden-Hochsölden, 1948 der Bau des ersten Sesselliftes im Ötztal von Sölden nach Hochsölden und 1951 Bau des Rotkogel-Liftes. 1956 errichteten die Hoteliers und Gastwirte von Hochsölden mit Pickel und Schaufel eine Straße von Sölden nach Hochsölden. 1958 baut Hans Fender das „Hotel Edelweiss“, bis heute das einzige Hotel in Hochsölden, das zur Gänze nach dem Zweiten Weltkrieg entstanden ist. 1977 bekommt der Hochsöldler Sessellift Unterstützung durch die neue Einseilumlaufbahn (4EUB stillgelegt 1998, Inbetriebnahme 8EUB).



Ausgangspunkt
Für damalige Zeiten äußerst komfortabel wurden die Skifahrer vom Tal aus nach Hochsölden befördert.



Rückblick mit Wehmut
„Für mich geht eine große Ära zu Ende, wir sind hier aufgewachsen“: Martin Riml, profunder Kenner der Lift-Geschichte.



© Archiv Martin Riml

Pionierleistung
Liftstützen aus Holz, Lkw-Motor als Antriebsmaschine: Beim Bau der ersten Liftanlagen wurde Improvisationsgeist bewiesen.



Hochsöldens Anfänge
Das Sonnenskigebiet ist die Wiege von Söldens Erfolg.



Sölden im Rhythmus der Zeit

Gleich im Premierenjahr wartete das Electric Mountain Festival mit großen Namen auf: Kult-DJ David Guetta lockte 8.000 Fans auf den Rettenbachgletscher, sein Schweizer Kollege DJ Antoine feierte mit 3.000 Anhängern der elektronischen Musik am Giggijoch und Sölden stärkte seinen Ruf als Hotspot der Alpen.

Zwanzig Jahre nach dem Techno-Boom der 1990er-Jahre in Deutschland erlebt das Segment der „Electronic Dance Music“ weltweit einen beispiellosen Aufschwung. Die Szenegrößen dieses Musikgenres füllen Stadien rund um den Globus und sind regelmäßig vorne in den Charts platziert. Mit dem Electric Mountain Festival setzt Sölden auf ein musikalisches Event, welches den Geschmack der jugendlichen Zielgruppe trifft. „Das Electric Mountain Festival trägt dazu bei, dass Sölden bei den jungen Leuten mit den Begriffen Lifestyle und Entertainment wahrgenommen wird. Die elektronische Musik verkörpert diese Attribute“, erklärt Jakob Christian Falkner, Marketingleiter Bergbahnen Sölden.

Fortsetzung folgt

Konzertveranstaltungen in Skigebieten sind nichts Neues: Mit dem Electric Mountain Festival und dessen musikalischer Ausrichtung



hebung hebt man sich in Sölden allerdings deutlich von der Vielzahl anderer Musikevents ab. „In dieser Form ist die Veranstaltung derzeit nicht kopierbar und wir setzen auf eine Weiterentwicklung“, so Falkner über die nächste Auflage in der Wintersaison 2012/2013.

Als guten und lehrreichen Start bewertet Oliver Schwarz, Direktor von Ötztal Tourismus, die Premiere mit David Guetta & Co. „Es ist uns damit gelungen, etwas zu erschaffen, das es in dieser Form bislang noch nicht gab“, betont Schwarz. Neben dem Ziel, die Wintersport-Lokomotive Sölden für die junge Zielgruppe attraktiv zu gestalten, dient das Event

Lifestyle & Entertainment
Mit Künstlern wie DJ Antoine (li.) erreichte man eine junge Zielgruppe, erklärt Oliver Schwarz (re.), Direktor Ötztal Tourismus.

Französischer Star-DJ
Mit David Guetta brachte man zur Premiere des Electric Mountain Festival einen Weltstar nach Sölden.

seiner Meinung vor allem der Saisonverlängerung nach Ostern.

Um die Aufmerksamkeit für das eigentliche Festival zu erhöhen, sollen im kommenden Winter bereits im Vorfeld kleinere Events ab Dezember über die Bühne gehen. Als Festivalwoche von 2. April bis 5. April 2013 wird dann das eigentliche Electric Mountain Festival mit zahlreichen Künstlern, verteilt über mehrere Tage, stattfinden. Als bewährter Schauplatz für die DJ-Elite kommt dabei die Funzone am Giggijoch zum Einsatz. Nach Guetta erobert am 12. April 2013 wieder Hannibal den Rettenbachgletscher.
www.electrimountainfestival.com



Beats brauchen Bizeps

Für den Auftritt von David Guetta am Rettenbachgletscher bedurfte es im Vorfeld einer Vielzahl von Arbeitsstunden und immenser Vorbereitungen aller Beteiligten. „Die gesammelte Erfahrung bei Events wie dem Weltcupauftakt oder Hannibal ist gefragt, um in dieser hochalpinen Umgebung ein solches Event zu veranstalten“, hebt Jakob Christian Falkner hervor. Bei solchen Großereignissen erweisen sich die Mitarbeiter der Bergbahnen Sölden immer wieder als wahre Spezialisten und demonstrieren, wie vielfältig die Aufgaben als Seilbahnbediensteter sein können.

Herausforderung für Mensch und Technik
Unmittelbar ins Geschehen involviert – vor, während und nach dem Konzert – berichtet Eberhard Schultes, Leitung Infrastruktur, über die gelungene Umsetzung. „Der Aufbau der Bühne erfolgte bei Temperaturen von minus 20 Grad, Windspitzen bis zu 100 km/h und beträchtlichen Neuschneemengen. Aufgrund starker Windböen mussten wir die Arbeiten mehrmals unterbrechen“, erläutert Schultes. Bis drei Tage vor dem Konzerttermin stand aufgrund der Schlechtwetterprognosen auch eine Verlegung in die AREA 47 im Raum. Bei einer finalen Sitzung hielt man schlussendlich am Austragungsort Rettenbachgletscher fest. Dank eines hochmotivierten Teams konnten die Arbeiten rechtzeitig fertiggestellt werden. Um David Guetta für 8.000 Fans eine elektrisierende Party zelebrieren zu lassen, wurden allein 100 t Material für Bühne und Technik bewegt.

Sicherheit als oberste Priorität

Gut vorbereitet erlebten Eberhard Schultes und das Team den Auftritt des französischen Star-DJs. „Die Veranstaltung verlief ohne Probleme und war einfach genial“, betont Schultes. Wie David Guetta stand auch er unter Strom: „Es gilt ständig darauf zu achten, dass zu jeder Zeit vom Tal bis zum Berg, das Wohlbefinden und die Sicherheit unserer Kunden gewährleistet sind.“ Ein einzelner kann bei solch einem Event wenig bewegen, deshalb schätzt Schultes die Leistung des gesamten Teams. „Viele Mitarbeiter engagieren sich dermaßen, als ob es ihre eigene Veranstaltung wäre“, lobt Schultes. Bei den Bergbahnen Sölden darf man sich glücklich schätzen, dass man sowohl auf eigene routinierte Mitarbeiter als auch auf bewährte externe, langjährige Dienstleister zurückgreifen kann.



Elektrifizierendes Festival

David Guetta war der Höhepunkt des Electric Mountain Festivals. Was sagen Öztalener Touristiker zum Konzept eines elektronischen Musikfestivals auf Söldens Bergen? Das Bahnen-Magazin hat sich umgehört.



Unsere Gäste haben die Veranstaltungen sehr gut angenommen und vor allem von den Laser-Shows vor der fantastischen Bergkulisse geschwärmt. David Guetta brachte uns darüber hinaus über 30 Buchungen. Die Veranstaltung war mit Ostermontag bestens terminisiert und es war schön zu sehen, dass „generationenübergreifendes“ Interesse herrschte, so zum Beispiel Vater und Tochter gemeinsam das Konzert besuchten.

Bärbel Frey
Geschäftsführerin AQUA DOME



Als Hotelbetreiber begrüße ich natürlich eine Veranstaltung wie das Electric Mountain Festival, lockt doch so ein Event zusätzliche, vor allem junge Gäste ins Tal. Es trägt dazu bei, dass Sölden als junger und dynamischer Wintersportort wahrgenommen wird. Ich wünsche mir, dass das Festival weiterhin stattfinden wird und keine Eintagsfliege gewesen ist.

Christian Pult
Hotel Alphof Sölden



Mit dem EMF ist man nun an der Spitze der „Hitliste“ internationaler Wintersportdestinationen angekommen. Sölden ist beim jungen Publikum wieder „cool“. Das EMF ist einzigartig und hebt sich in jeglicher Form von Musikveranstaltungen anderer Skiorte ab!

Benjamin Kneisl
Grünwald Resort Sölden



Das Electric Mountain Festival ist am Puls der Zeit und passt perfekt zum Image von Sölden. Außerdem kommuniziert man mit dem Event, dass man auch im April noch optimal bei uns skifahren kann. Die Bergbahnen Sölden und Ötztal Tourismus sind damit auf dem richtigen Weg.

David Glanzer
Sport Glanzer



Partyfieber bei Minusgraden
David Guetta begeisterte als Headliner des Electric Mountain Festivals 8.000 Besucher am Rettenbachgletscher.

Gletscherschauspiel
Hannibal ist eines der Großevents,
dessen Finanzierung Bergbahnen Sölden
und Ötztal Tourismus gemeinsam tragen.

Söldens große Koalition

Zahlreiche Highlights wären ohne die „ARGE“ niemals denkbar gewesen: Die Marketing- und Event-Kooperation von Tourismusverband und Bergbahnen Sölden hat in der Vergangenheit vieles erst möglich gemacht. 2012 werden gemeinsam wieder 3 Millionen Euro auf die Beine gestellt.

© Bernhard Sportl

© Christian Jungwirth



Dr. Petra Stolba
Geschäftsführerin der
Österreich Werbung

Das Nutzen von Synergien und die Bündelung von Kräften gelten in der Wirtschaft als erstrebenswerte Ziele. Die oftmals beschworene Tugend des gemeinsamen Handelns wurde im österreichischen Tourismus aber selten so effizient realisiert wie in Sölden. Top-Events wie Skiweltcup-Opening und Hannibal, außergewöhnliche Marktauftritte etwa beim FIS-Parallellalom in Moskau oder großflächige Online-Kampagnen – all dies wäre undenkbar, wenn Bergbahnen und Tourismusverband Ende der 90er-Jahre nicht ihre Arbeitsgemeinschaft (ARGE) begründet hätten. Die Überlegung hinter dieser Allianz: Jeder für sich alleine kann sich ansprechende Marketingkampagnen leisten, gemeinsam lassen sich aber spektakuläre Aktionen realisieren. „Unser Ziel war, gemeinsam ein wirksames Destinationsmarketing zu realisieren. Es ging letztlich darum, eine starke Marke Sölden zu positionieren“, erläutert Jakob Falkner, Geschäftsführer der Bergbahnen Sölden, die Ausgangssituation für das Schaffen eines gemeinsamen Marketing-Topfs. Bernhard Riml, Obmann von Ötztal Tourismus und damals Kassier beim TVB Sölden, erinnert sich an die pragmatische Herangehensweise. „Früher sind Bergbahnen und Tourismusverband oftmals zweigleisig aufgetreten. 1998 haben wir uns darauf verständigt, sich bei guten Ideen des anderen jeweils zu beteiligen“, so Riml. Bis heute gilt die damals vereinbarte Aufteilung: Jeder Partner übernimmt 50% der Kosten.

Initialzündung Ski-Weltcup

Die Positionierung in den folgenden Jahren war klar und damit auch die gemeinsame Zielsetzung: Sölden sollte auf der internationalen Bühne mit Sport und Lifestyle assoziiert werden. Dank des zusätzlichen finanziellen Engagements der Bergbahnen standen für entsprechende Marketingkampagnen Söldens plötzlich bemerkenswerte Summen zur Verfügung. „Vertretern anderer Verbände ist da mitunter Hören und Sehen vergangen. Denn während man anderswo gegeneinander gearbeitet hat, haben wir in Sölden die Kräfte gebündelt und dadurch mit ordentlichen Summen arbeiten können“, erinnert sich Bernhard Riml. Erste gute Erfahrungen mit der projektbezogenen Budget-Ehe sammelte man schon seit 1993 bei der Organisation des Weltcup-Openings am Gletscher. Die Allianz der beiden Innerörtzler Tourismusschwergewichte öffnete plötzlich die Tür zur Realisierung von weiteren Großveranstaltungen, allen voran Hannibal. „Wir wollen mit unseren Veranstaltungen natürlich Publikum nach Sölden bringen, aber auch Image transportieren. Durch die ARGE sind wir in der Lage, das in einer Größenordnung zu schaffen, wie sie sonst kaum erreichbar wäre“, so Falkner. Der mediale Mehrwert, der dieser Entscheidung folgte, war enorm. Alleine Hannibal wurde in 10 Jahren von 1.000 Journalisten aus aller Welt besucht. Beim Skiweltcup-Opening sind jedes Jahr rund 500 Medienvertreter akkreditiert. →

© Ernst Lorenz



Sölden im Bild
Skiweltcup und Sportsponsoring rücken Sölden in den Fokus der internationalen Öffentlichkeit.



„Der starke Schulterschluss zwischen dem Tourismusverband und seinen wichtigsten Leitbetrieben, allen voran den Bergbahnen, zählt nachweislich zu einem zentralen Erfolgsfaktor im Tiroler Tourismus. Wenn die verantwortlichen Entscheidungsträger und ihre Teams dann zudem mit so viel Kontinuität, mutigem Weitblick und Innovationskraft herausragende Leuchtturmprojekte wie Weltcup-Opening, Hannibal oder AREA 47 aufstellen, dann kann man mit Freude zur vorbildlichen Kooperation gratulieren!“

Josef Margreiter
Geschäftsführer
Tirol Werbung

Gemeinsame Sache für die Marke

Eine der strategisch wertvollsten und gewissermaßen visionärsten Entscheidungen am Beginn der ARGE bestand darin, im aufkommenden Internetzeitalter eine gemeinsame Homepage zu lancieren. www.soelden.com heißt seit 1999 der Internetauftritt der Bergbahnen Sölden und des Tourismusverbandes. Die Website stellt heute mit durchschnittlich 20.000 Besuchern pro Tag eine zentrale Drehscheibe des Söldner Tourismusmarketings dar. 1998 begann die über Jahre erfolgreiche Ära der City Snow Shows. Skirampen mit Schnee vom Gletscher waren der Renner in zig europäischen Metropolen. Viele weitere spektakuläre Events in den Herkunftsländern der Gäste von Sölden folgten, zuletzt der FIS-Parallelschlalom in Moskau. Auftritte bei Skiweltmeisterschaften, das Sponsoring von Bode Miller und dem US-Skiteam, die Außenwette bei „Wetten, dass“, weltweite Presseaktivitäten, flächendeckende Online-Kampagnen oder auffällige Branding-Aktionen wie in der O2-Arena in Berlin, das Electric Mountain Festival: Letztlich wurden und werden noch heute sämtliche Marketingaktivitäten für Sölden aus dem gemeinsamen Budget-Topf von Ötztal Tourismus und Bergbahnen Sölden bezahlt (siehe Infokasten).

Ständiger Dialog

Um sich bei dieser Vielzahl von Projekten zu verständigen, bedarf es zahlreicher Abstimmungsgespräche. Mag. Jakob Christian Falkner, Marketingleiter der Bergbahnen Sölden, und Carmen Fender, Marketingleiterin von Ötztal Tourismus, sind für die operative Steuerung der ARGE zuständig. Sie skizzieren den Entscheidungs- und Realisierungsprozess: „Beide Partner bringen Vorschläge

ein, die dann in einem Auswahlverfahren gemeinsam beschlossen werden. Was folgt, ist eine Kostenvereinbarung und Budgetierung, meist bereits im Juli für das folgende Jahr.“ Das Konzept ARGE hat mittlerweile Schule gemacht. Seit der TVB-Fusion im Jahr 2006 bilden auch die Bergbahnen Obergurgl eine ARGE mit Ötztal Tourismus. In Sölden wurden indes für das Jahr 2012 für Events und Marketingmaßnahmen in Summe rund 3 Millionen Euro budgetiert. Viel Geld, dessen Verwendung durchaus auch für Diskussionen sorgt. „Aber wir haben uns im Sinne der gemeinsamen Sache immer zusammengerauft“, so TVB-Obmann Bernhard Riml. Neben einer sauberen Verwaltung der Kostenstellen und einer gemeinsamen Zielsetzung besteht eine Grundvoraussetzung für das mittlerweile 14-jährige Gelingen der ARGE Marketing und ARGE Event aber durchaus auch in menschlichen Qualitäten. „Das funktioniert nur, wenn man sich grundsätzlich Respekt, Vertrauen und Verständnis entgegenbringt“, ist sich Carmen Fender sicher. Der Erfolg gibt dem Konzept jedenfalls Recht. Sölden verbuchte in der Wintersaison 1998/99 1.033.555 Nächtigungen. Im Winter 2011/12 waren es 1.339.283, um 300.000 bzw. rund 30 % mehr als zu Beginn der ARGE.



Werbegrüße aus Moskau
Söldens Auftritt beim FIS-Parallelschlalom in Moskau fand große Beachtung in der Tourismusbranche

ARGE Marketing und ARGE Events: Was seit 1998 realisiert wurde

Alle Marketingaktivitäten von Ötztal Tourismus und den Bergbahnen Sölden werden gemeinsam finanziert und realisiert. Ein Auszug aus den wichtigsten Aktivitäten und Projekten der vergangenen 14 Jahre:

Events in Sölden

Skiweltcup-Opening, Hannibal, Electric Mountain Festival, Gay Week, Gletscherfestival, Gletscherstart, Sport 2000 Ski- und Snowboard-Opening, Wetten dass, Google-Kongress 2008 mit 2400 Teilnehmern, Deutschland-Tour-Stopps 2005 und 2007, Gipfeltreffen der Wetterfrösche 2009 und 2011, Ötztaler Radtag – autofreier Tag auf den Rettenbachgletscher

Eventssponsoring auf den Märkten

FIS Parallel-Skiweltcup Moskau 2012, freestyle.ch (größter Freestyle-Event Europas in Zürich), Tirol Berg bei Ski-Weltmeisterschaften 2003 bis 2011; eigene Sölden-Präsenz bei Ski-WM 2013 in Schladming

City Snow Shows

20 Städte wurden alleine 1998 mit Skirampen und Schnee aus dem Ötztal besucht – der Erfolg bei Publikum und Medien hält jahrelang an. Auch der ZDF-Wintergarten freut sich über Schnee aus Sölden. Einige Stationen sind das Hamburg Winter-Opening am Rathausmarkt 2001, der Big Air Event in Oberhaus, der FIS Snowboard Weltcup Berlin 2002 und das Winter-Opening Warschau 2003

Sämtliche Marktauftritte

im Rahmen von Messen, Reiseveranstalter-Workshops und Sales-Touren; Straßenbahn-Branding in Prag; Großplakat-Kampagnen in europäischen Metropolen; Branding der O2-Arena Berlin

Sämtliche Presseaktivitäten

wie Pressekonferenzen, Pressereisen nach Sölden, internationale Redaktionstouren – darunter zuletzt die Gaislachkogel-Tour in D/Ö/CH und Zentraleuropa

Online-Marketing

Seit 1999 gemeinsamer Internetauftritt der Bergbahnen Sölden und des Tourismusverbandes unter www.soelden.com; große Online-Marketingkampagnen (wie zuletzt im Herbst 2011), Google-Adwords-Kampagnen, Response-Kampagne mit Beteiligung der Betriebe

Sportsponsoring

Bode Miller, US-Skiteam, Ötztaler Wintersportler (Isi Grüner, Lukas Grüner, Christoph und Michaela Nösig, Florian Scheiber, René Schnöller, Amelie Kober ...), Sölden-Botschafter Günther Mader, deutsches Herrentrainer-Team

Wirtschafts-Kooperationen

BMW-Wintersportparty



Mehr Platz für mehr Nachfrage
 Schon im März 2012 verbuchte die AREA 47
 so viele Nächtigungen wie im Jahr 2011.
 60 zusätzliche Betten bieten Platz.

AREA 47: Mehr Komfort und feuchtfröhliche Neuigkeiten



Neue Saison, neuer Rekord:
 Die AREA 47 ist in ihrem dritten
 Jahr endgültig dabei, sich zu
 einem der gefragtesten Ange-
 bote im Tiroler Sommertouris-
 mus zu entwickeln. 60 neue
 Betten sowie gewohnt ausge-
 fallene Neuheiten in der Water
 AREA markieren den Expansions-
 kurs im Sommer 2012.

Schon jetzt ist klar: Der Sommer 2012 bringt für das AREA 47-Team rund um Hansi Neuner und Robert Hanser eine außergewöhnlich gute Auslastung. „Wir haben schon vor der Eröffnung die Buchungszahlen des gesamten Vorjahres übertroffen. Und 2011 war wirklich ein sehr gutes Jahr für uns“, erklären die beiden Geschäftsführer der AREA 47 zu Saisonbeginn. Um auch allen neuen Fans und Gästen eine adäquate Unterkunft im Abenteuerpark der Superlative bieten zu können, wurde das Infrastrukturangebot um insgesamt 60 Doppelzimmerbetten in der beliebten Lodge-Kategorie erweitert. Eine kleine Umstrukturierung des Areals richtet sich gezielt an die Bedürfnisse von Schulen und Familien. So hält ein eigener Übernachtungsbereich direkt an der Mündung der Öztaler Ache in den Inn 70 Betten im Holz-tipi-Stil und 16 Doppelzimmer-Betten in idyllischer Naturkulisse für Schulklassen bereit.



© Bildarchiv AREA 47



Highlights auf dem Wasser und an Land
 Weniger ruhig, dafür umso actiongeladener präsentieren sich die neuen Highlights der Water AREA. So wurde die bestehende Freestyle-Schanze um einen Rutschenkanal für Bodyboards erweitert. Auf trockenem Land komplettieren ein neuer Boxingring für jedermann sowie die neu errichtete Freiluftbühne am Vorplatz des River Haus die Innovationen der Sommersaison 2012. Zusätzlichen Anreisekomfort für Einheimische und Gäste versprechen zudem 200 neue Parkplätze, die am Eingang des Areals entstehen.

Ein besonderes Preis-Zuckerl wartet auch heuer wieder auf einheimische AREA 47-Fans: Wer das Angebot der Water AREA unbegrenzt genießen möchte, sichert sich den Badespaß mit der AREA 47-Saisonkarte zum Vorteilspreis. Erwachsene und Jugendliche bezahlen für einen Sommer voller Action, Sun & Fun € 120,-, Kinder (6-14 Jahre) € 65,-.
www.area47.at

Aktiv durchs Jahr mit der BIG3 Öztal Karte

Ob am Badesee oder in alpinen Höhen – die BIG3 Öztal Karte der Kooperationspartner AREA 47, AQUA DOME und Bergbahnen Sölden bietet auch während der Sommermonate punktgenaues Freizeitvergnügen zum Bestpreis.

Pünktlich zum Start der Badesaison erschließt die Öztal Freizeitkarte weitere sommerliche Highlights für alle Tirolerinnen und Tiroler. Neben wanderbaren Ausflügen in alpine Höhen mit den Sommeranlagen der Bergbahnen Sölden oder entspannenden Stunden für Groß und Klein im AQUA DOME inkludiert die BIG3 Karte auch Badespaß und Wasser-Aktion in der AREA 47 – und das zu äußerst familienfreundlichen Preisen. So bezahlt eine vierköpfige Familie (2 Erwachsene, 2 Kinder) für einen Tag in der Water AREA insgesamt € 36,-, der Preis für eine Berg- und Talfahrt mit der Söldner Gaislachkoglbahn beträgt für erwachsene Karteninhaber € 6,- (Kinder € 3,-). Das Prinzip der BIG3 Öztal Karte ist einfach: Einheimische erwerben eine Keycard mit einem Guthaben von 72, 144 oder 216 Punkten, ein Punkt entspricht dabei einem Euro. Im Verlauf eines Jahres können sie diese Punkte bei den Bergbahnen Sölden, im AQUA DOME Tiroler Therme Längenfeld und in der AREA 47 einlösen. Wann und wo, entscheidet jeder Karteninhaber ganz einfach selbst. Ein weiterer großer Pluspunkt: Der Keycard-Freizeitspaß kann sogar an einheimische Verwandte, Bekannte und Freunde übertragen werden!

Alle Infos auf
www.soelden.com/big3karte



„Es gibt keinen feineren Job!“

Wenn Christoph Schöpf über seine Arbeit spricht, gerät er ins Schwärmen. Im Winter ist der sportliche Längenfelder als Park Designer im Snowpark Sölden tätig, im Sommer als Outdoor Guide in der AREA 47. Christoph ist einer von ca. 160 Menschen aus dem Ötztal, denen die Bergbahnen Sölden eine Ganzjahres-Arbeitsstelle bieten.

© Rudi Wyhlidal

„Es ist toll für einen jungen Mann wie Christoph, ganzjährig in absoluten Trendsportarten direkt in der Heimat arbeiten zu können. Als Bezugsperson aus dem Ötztal bringt er viele Kinder und Jugendliche zum Sport, was heute wichtiger denn je ist.“
Prokurist Hansjörg Posch



© Markus Gröber



© Matt Stockman

In seinem Element

Christoph Schöpf: Im Winter im Snowpark, im Sommer beim Rafting.

Zwischen einer Raftingtour und dem Einsatz in der Climbing AREA hat Christoph Schöpf kurz Zeit zum Reden. Der 24-jährige Längenfelder, geprüfter Outdoor Guide und ausgewiesener Naturbursch, erzählt gerne, wie es angefangen hat mit dem Traumjob vor seiner Haustür. „Ich bin gelernter Maurer, fahre aber seit 10 Jahren leidenschaftlich Snowboard und hab viel Zeit im Funpark Sölden verbracht. Als ich 2008 als Snowboardlehrer ausgeholfen hab, hat sich die Zusammenarbeit mit dem Park Designer Rudy Wyhlidal ergeben. In den Wintern 2009/10 und 2010/11 war ich dann schon selbst als Headshaper im Funpark tätig.“

Winterjob mit Höhepunkten

Mittlerweile ist Christoph in die Fußstapfen von Rudy Wyhlidal getreten und inszeniert als Park Designer den perfekten Spielplatz für Freestyler. Mit seiner 5-köpfigen Crew ist er von Ende November bis Anfang Mai jeden Tag vor Ort, um den beliebten Hotspot auf 2.550 Metern in Schuss zu halten: Aufbau, Sicherheit, Instandhaltung und Schneeräumung des Parkgeländes lauten die Aufgaben; kalte Temperaturen, harte Handarbeit und voller Einsatz am Vormittag und abends sind die Herausforderungen. Für Christoph kein

Problem: „Natürlich muss man dann ja selbst ausprobieren, ob alles passt“, freut er sich über die ideale Verbindung von Hobby und Beruf. Angestellt ist er bei QParks, der europaweit führenden Firma im Funpark-Design. Sie betreut den Snowpark Sölden im Auftrag der Bergbahnen Sölden – inklusive Planung, Design, Bau, Sponsoring und Eventabwicklung. Prokurist Hansjörg Posch lobt die Kooperation: „Der Snowpark wird von QParks super betreut und weist eine tolle Infrastruktur auf. Das zeigt sich auch in der hohen Besucherfrequenz vom Anfänger bis zum Profi.“

Sommerjob mit Action

Anders als klassische Saisonarbeiter weiß Christoph Schöpf genau, wie es weitergeht, wenn er Ende April Abschied vom Giggijoch nimmt. Sein sommerlicher Arbeitgeber AREA 47, Tochtergesellschaft der Bergbah-



© Rudi Wyhlidal

nen Sölden, erwartet ihn bereits. Die Stelle am Abenteuerspielplatz fand er per Zufall: „2010 war ich auf der Suche nach einer Alternative zum Maurerjob. Chris Schnöller, Marketingleiter der AREA 47, hat mir zu einer Ausbildung als Outdoor Guide geraten, was ich mir gut vorstellen konnte. Und so bin ich seit 2011 Teil des AREA 47-Teams.“ Als geprüfter Outdoor Guide führt Christoph jetzt Raftingtouren und leitet die Gäste beim Mega Swing, Flying Fox oder Kletterturm an. „Ich mache alles gerne im Outdoorbereich. Es gefällt mir, auf viele verschiedene Menschen zu treffen. Und auch mit dem Mix aus internationalen und Ötztaler Kollegen verstehe ich mich super.“

Lebensgrundlage Heimattal

Dass er rund ums Jahr einen festen Job in der Nähe seines Wohnorts Längenfeld hat, schätzt Christoph sehr. „Es gibt nichts Feineres. Ich bin ja hier aufgewachsen! Jetzt kann ich im Winter kreativ sein, und auch im Sommer bilde ich mich laufend weiter. Ich will ja immer besser werden und den Leuten das Erlebnis Ötztal richtig näherbringen.“ Dass er selbst nicht so oft auf Urlaub fahren kann, stört ihn nicht. Erstens genießt er in beiden Jobs die Urlaubsatmosphäre, die seine Gäste verbreiten. Und zweitens kann er es nach dem Sommer kaum erwarten, endlich wieder aufs Snowboard zu steigen.

Arbeitgeber Bergbahnen Sölden

Ca. 220 MitarbeiterInnen sind ganzjährig bei den Bergbahnen Sölden inklusive der Gastronomiebetriebe und der AREA 47 angestellt (Im Vergleich: Während der Wintersaison sind es 480 Mitarbeiter). Diese Ganzjahresarbeitsplätze sind zum größten Teil mit Leuten aus dem Ötztal besetzt. Die meisten (ca. 160) sind als Mitarbeiter auch im Sommer in der Seilbahn- und Haustechnik tätig. Sie sorgen dafür, dass bei den Bahnen das ganze Jahr über alles rund läuft.



© Ernst Lorenz

Skifahrer greifen zum Smartphone

Einen regelrechten Boom entfachten die Bergbahnen Sölden mit der Etablierung eines kostenlosen W-Lan-Zugangs im gesamten Skigebiet. Von Anfang November 2011 bis zum Saisonende Anfang Mai wurde die Startseite des Informationssystems rund 350.000 Mal aufgerufen.

Zur Standardausrüstung des Wintersportlers gehört mittlerweile auch das Smartphone. Dies lässt sich jedenfalls von der Statistik ableiten, welche die Nutzung des mobilen Internets im Skigebiet von Sölden aufschlüsselt. „Unsere Gäste haben das System sehr gut angenommen, die Zahlen sprechen für sich. Als modernes Unternehmen wollen wir solch einen Dienst anbieten“, erklärt Jakob Christian Falkner, Marketing Bergbahnen Sölden.

Urlauber wollen ins Internet

Das „Mountainment“-System offenbart verschiedene Informationsquellen, vom aktuellen Wetter bis hin zu Event-Hinweisen in

der unmittelbaren Nähe. Absoluter Renner in der Gunst der Nutzer ist der direkte Zugang ins Internet, der von November 2011 bis Mai 2012 über 220.000 Mal aufgerufen wurde. Ebenfalls beliebt ist der Druck auf das Facebook-Symbol, das direkt zur Sölden-Seite führt. Hier können die Urlauber ihre unmittelbaren Eindrücke mittels Text und Fotos mit Freunden teilen.

Smartphone im Anschlag

Am öftesten gingen die Gäste am Giggijoch ins Netz, gefolgt von der Mittelstation der Gaislachkogelbahn und dem Gletscherskigebiet. Bei Bedarf könnten noch weitere Standorte für den Zugang ins Internet hinzukommen.

© Martin Klotz

In den Sommermonaten 2012 wird am Rettenbachferner ein Projekt zur Verbesserung der Infrastruktur abgewickelt. Die Bergbahnen Sölden korrigieren die durch Gletscherschmelze erzwungene Pistenverschiebung am Weltcuphang. Bereits Anfang September werden die Arbeiten abgeschlossen sein.

Aufgrund der Gletscherschmelze in den vergangenen Jahren ist im mittleren Bereich des Weltcuphanges ein Felskopf ausgeapert. Dadurch sahen wir uns gezwungen, den Pistenrand ca. 50 Meter orografisch nach rechts zu verlegen. Mit diesem Projekt wollen wir das korrigieren“, erklärt Eberhard Schultes (Leitung Infrastruktur) das Vorhaben. So wird die gewünschte Fläche auf der „Piste 31“ wieder erreicht und damit den SkigebietsbesucherInnen die notwendige Pistenfläche zur Verfügung gestellt. Außerdem wird dadurch die jährliche Austragung des FIS-Skiweltcup-Openings weiterhin garantiert.

Die Arbeiten haben bereits frühzeitig begonnen. Der abgetragene Felsbereich wurde mit Pistenmaschinen abgeschoben und unterhalb der Senke wurde ein Damm errichtet, damit das Material im Hang liegen bleibt. Das Absprengen stellt die nächste große Herausforderung dar. Ein Bagger wird hierfür mit einer Bohrlafette versehen, um den Felskopf anzubohren. Daraufhin wird das Material abgesprengt und zum Auffüllen in der Senke direkt unterhalb des Felskopfes wieder verwendet. Das vorhandene Eis wird dabei überschüttet oder entfernt.

„Dadurch sind keinerlei Materialtransporte zu oder von der direkten Projektumgebung notwendig. Unser Ziel ist es, eine möglichst homogene Felsoberfläche, angepasst an das Niveau des umliegenden Gletschers, zu schaffen“, so Eberhard Schultes über die Vorteile

dieser Vorgangsweise.

In weiterer Folge kann durch die Schneerzeuger entsprechend dem Wasserkonsens und mit geringem Energieaufwand durch den neuen Speichertich Panorama die Schneeeauflage am Gletscher erhöht und der Rückgang des Rettenbachgletschers verzögert werden. Notwendigerweise wird in diesem Zuge auch die bestehende Schneileitung verlegt und drei zusätzliche Schneerzeuger werden errichtet. Eine Erweiterung der Beschneigungsanlagen erfolgt übrigens auch bei der Mittelstation Gaislachkogel.



Facts

Die Projektkubatur Felsabtrag beträgt ca. 8.200 m³, die Fläche Felsabtrag ca. 4.480 m² und die Fläche für den Materialeinbau ca. 2.850 m². Das Projekt wird bis Mitte September abgeschlossen sein. Sämtliche Bauarbeiten werden von den Bergbahnen Sölden durchgeführt.

Pistenkorrektur am Weltcuphang





Sommerfahrplan Bergbahnen Sölden

Die Bergbahnen Sölden bilden auch während der Sommermonate den Ausgangspunkt für zahlreiche spannende und sportliche Ausflüge in die Öztaler Bergwelt. Bereits seit 23. Juni lässt es sich mit der Gaislachkogelbahn in zwei Sektionen auf Söldens herausragenden Hausberg (3.058 m) schweben, auf dessen Gipfel die BIG3-Aussichtsplattform mit einem herrlichen Rundblick auf die Berg- und Gletscherwelt der Öztaler und Stubai Alpen bis in die Dolomiten aufwartet.

Kulinarische Feinschmecker kommen im Ötztal auch in den alpinen Höhen der Bergstation Gaislachkogel voll auf ihre Kosten: Entspannung und Genuss pur offenbart ein Aufenthalt auf der Terrasse beim SB-Restaurant Sonnengarten am Gaislachkogel. Gut gestärkt, lässt sich von dort aus eine Wanderung zum idyllischen Gaislachsee (2.704 m) unternehmen, weiter über das Silbertal (2.000 m) und die Gaislach Alm (1.968 m) zur Mittelstation der Gaislachkogelbahn und retour nach Sölden. An der Mittelstation Gaislachkogel (2.170

m) bietet das Restaurant Almstube neben einer großzügigen Sonnenterrasse bodenständige Schmankerl aus der Tiroler Küche. Ein idealer Ausgangspunkt für Wanderungen aller Art, der auch bei Schlechtwetter die Möglichkeit bietet, „über den Wolken“ zu stehen.

Sämtliche Leistungen im Überblick und nähere Infos unter www.soelden.com



Fahrpläne

□ **Gaislachkogelbahn I + II**
(1.363 – 3.040 m)

> **Betrieb:** 23.06. – 29.06.2012 & 27.08. – 23.09.2012
Bergfahrt täglich 9.00 – 16.00 Uhr
Letzte Bergfahrt Mitte – Berg 15.45 Uhr
Letzte Talfahrt Berg – Mitte 16.15 Uhr
Letzte Talfahrt Mitte – Tal 16.30 Uhr

> **Betrieb:** 30.06. – 26.08.2012
Bergfahrt täglich 9.00 – 17.00 Uhr
Letzte Bergfahrt Mitte – Berg 16.45 Uhr
Letzte Talfahrt Berg – Mitte 17.15 Uhr
Letzte Talfahrt Mitte – Tal 17.30 Uhr

□ **Giggijochbahn (1.353 – 2.284 m)**

> **Betrieb:** 30.06. – 26.08.2012 & täglich 9.00 – 17.00 Uhr
> **Betrieb:** 27.08. – 23.09.2012 täglich 9.00 – 16.00 Uhr

□ **Doppelsesselbahn Rotkogel**
(2.070 – 2.329 m)

> **Betrieb:** 30.06. – 26.08.2012 täglich 9.00 – 12.00 Uhr und 13.00 – 17.00 Uhr
> **Betrieb:** 27.08. – 23.09.2012 täglich 9.00 – 12.00 Uhr und 13.00 – 16.00 Uhr

□ **Zentrum-Shuttle**

> **Betrieb:** 30.06. – 23.09.2012 täglich 9.00 – 18.00 Uhr

□ **Tiefenbachbahn (2.790 – 3.250 m)**

> **Betrieb:** ab 30.06. – 23.09.2012 täglich 9.00 – 16.00 Uhr letzte Bergfahrt 15.30 Uhr letzte Talfahrt 16.00 Uhr

Events Sommer/Herbst



Fest am Berg

Sonntag, 12. August 2012



Auffi auf'n Berg – am 12. August 2012 zum Fest am Berg. Beim Festplatz bei der Mittelstation der Gaislachkogelbahn erwartet die Gäste ein abwechslungsreiches Programm. Ponyreiten, Kletterwand, diverse Wurf- und Ballspiele und noch vieles mehr begeistern bewegungshungrige Jung-Bergfexe, der Frühschoppen der Musikkapelle Sölden (ab 11.00 Uhr bei der Mittelstation) alle Musik-Liebhaber. Im Anschluss (ab 13.30 Uhr) sorgen die „Öztaler Alpentornados“ für Stimmung. Im Restaurant Sonnengarten bei der Bergstation unterhalten Toni und sein Musikant. Genießt sind beim Ötztaler Bauernmarkt genau richtig, außerdem entführt eine spezielle Schau alle Interessierten in die Welt der Mineralien.

Auffahrt ab 9.00 Uhr – Mittelstation Gaislachkogel

Maxxx Mountain First Snow Gletscher-Opening

All jene, die es im Herbst kaum erwarten können, ihre „Brettln“ aus dem Keller zu holen, kommen von 13. bis 14. Oktober 2012 am Rettenbachgletscher auf ihre Kosten. Beim großen Maxxx Mountain Gletscher-Opening garantieren Schneesicherheit, Live-Konzert und „coole“ Programmpunkte wahre Hochgefühle. Wer Skier oder Snowboard noch nicht einsatzbereit hat, dem bietet sich die Möglichkeit, die neuesten Modelle führender Top-Marken kostenlos zu testen.

Rettenbachgletscher
Nähere Infos unter www.soelden.com



Samstag, 13. Oktober bis
Sonntag, 14. Oktober 2012

Freitag, 26. Oktober bis Sonntag, 28. Oktober 2012



Ski-Weltcup-Opening 2012

Vom 26. bis 28. Oktober 2012, wenn die weltbesten alpinen Skiathleten zum offiziellen Weltcup-Auftakt am Rettenbachgletscher über die Pisten fegen, zieht Sölden wieder alle Blicke der Skisport-Welt auf sich. Rund um die sportlichen Highlights sorgen auch zahlreiche Side-Events für geballte Unterhaltung. Die traditionelle Fanclub-Parade verwandelt Söldens Ortskern beispielsweise in eine kunterbunte (Ski-) Partymeile. „Wiesn“-Freunde kommen beim zünftigen Weltcup-Oktoberfest in der Freizeit-Arena in die richtige Stimmung.

Rettenbachgletscher
Weitere Infos unter www.skiweltcup.soelden.com



ÖTZTAL CARD

www.oetztal.com/oetztalcard

**SIE ERLEBEN DAS ÖTZTAL MIT EINER KARTE.
ÜBER 40 LEISTUNGEN INKLUSIVE.**

Diese lassen sich mit dem Leistungsangebot der Ötztal Card ideal erkunden. Als Besitzer der Ötztal Card genießen Sie freie Fahrt mit den Sommerbergbahnen, den öffentlichen Bussen und erhalten freien Eintritt in zahlreiche Schwimmbäder, Badeseen, Museen und Freizeiteinrichtungen.

Die Ötztal Card ist in über 60 Verkaufsstellen erhältlich!

TARIFE: 16. JUNI – 23. SEPTEMBER 2012				
3 Tage	Erwachsene	€ 47,00	*Kinder	€ 23,00
7 Tage	Erwachsene	€ 68,00	*Kinder	€ 34,00
10 Tage	Erwachsene	€ 87,00	*Kinder	€ 43,00

*Kinder (Jahrgänge 1997 bis 2004)
Kinder bis Jahrgang 2005 oder jünger sind frei!

