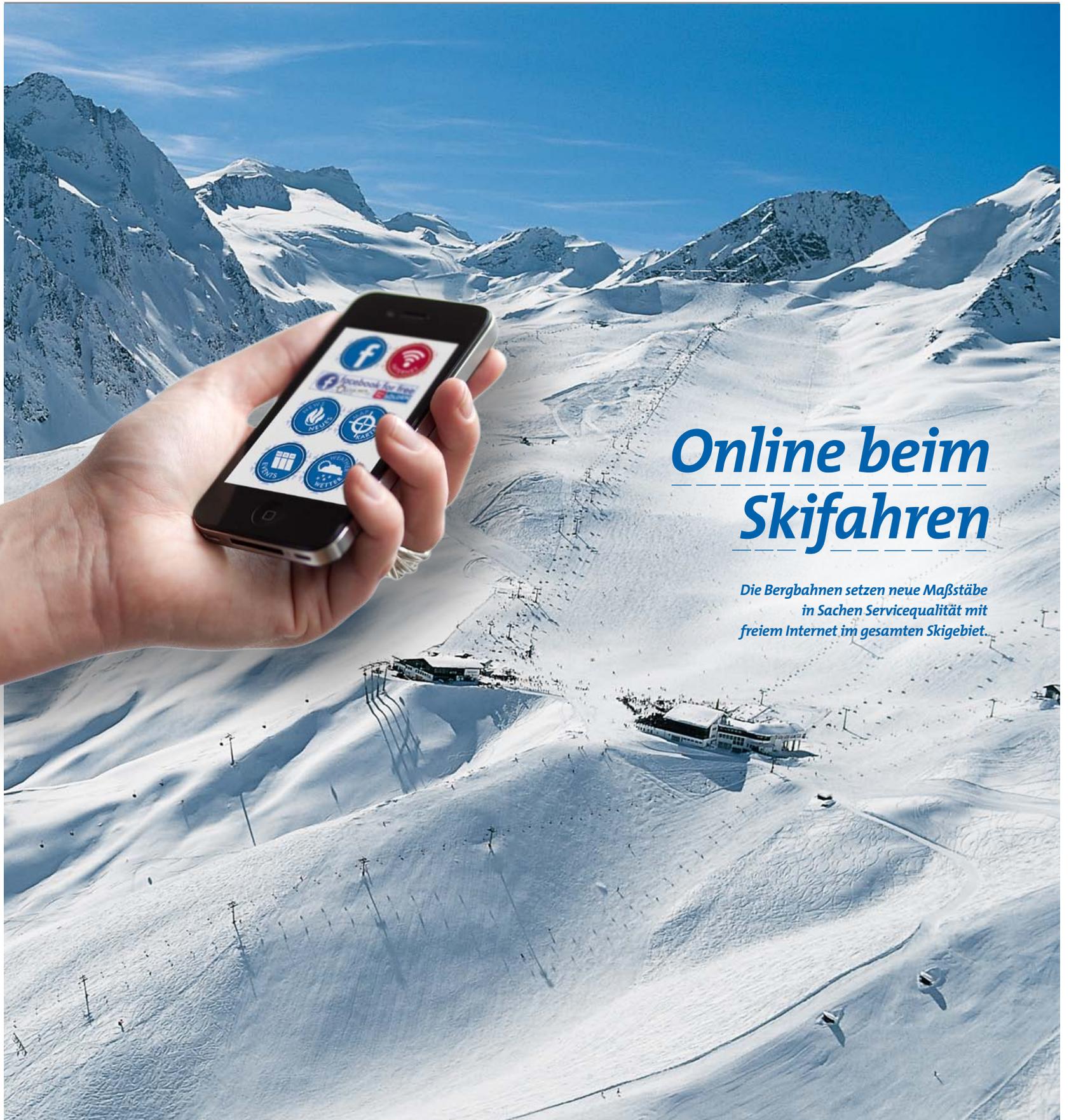


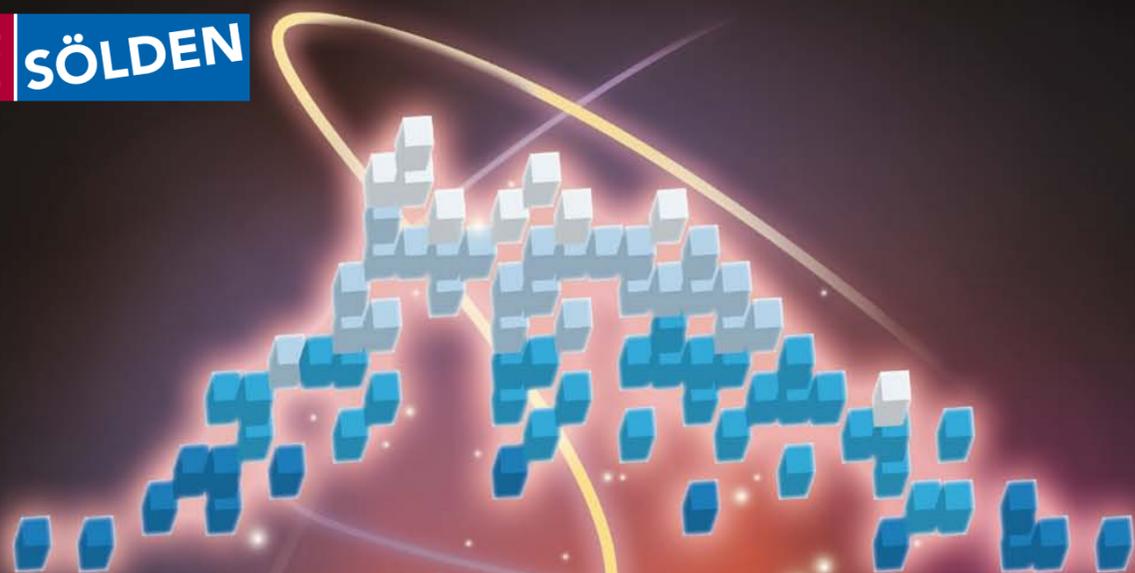


Die Bahnen



Online beim Skifahren

Die Bergbahnen setzen neue Maßstäbe in Sachen Servicequalität mit freiem Internet im gesamten Skigebiet.



ELECTRIC MOUNTAIN

09.04. - 21.04.2012

6 ACTS - 5 LOCATIONS - END OF SEASON PARTYTIME

DI 20.03.2012 20.00-22.00 **DEICKIND MOONBOOTICA** ÖTZTAL DOME AREA 47

MO 09.04.2012 19.30-21.00 **DAVID GUETTA** GLETSCHER ARENA SÖLDEN

FR 13.04.2012 22.00-04.00 **SNOOP DOGG** ÖTZTAL DOME AREA 47

DO 19.04.2012 ab 22.00 **TARA MCDONALD LIVE** BIERHIMML SÖLDEN

FR 20.04.2012 ab 22.00 **IN BED WITH SPACE**
DJ KID CHRIS & VOCAL HOST-SUA AMOA FIRE & ICE SÖLDEN

SA 21.04.2012 18.00-22.30 **LIGHT & LASERSHOW**
DJ ANTOINE FUNZONE GIGGIJOCH SÖLDEN

Editorial

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Auch wenn wir derzeit keine Großbaustellen à la Gaislachkogel & Co. zu bewältigen haben, sind wir bei den Bergbahnen Sölden nicht untätig. Ganz im Gegenteil. Wir erledigen momentan sehr konzentriert und zielgerichtet unsere Hausaufgaben. Dieser Prozess wirkt zwar nicht so spektakulär, wie der Bau von Seilbahnen - er steht aber den Projekten der vergangenen Jahre in Sachen Wertigkeit um nichts nach. Als touristischer Dienstleister müssen wir, neben einer betriebswirtschaftlichen Fokussierung, vor allem das wichtigste Element unseres Wertschöpfungsprozesses im Auge behalten: unseren Kunden. Wir werden weiter in den Bereich Vertrieb und Marketing investieren und wollen mit neuen Produkten ansprechen, dazu zählt beispielsweise das Electronic Mountain Festival.

Wir wollen begeistern! Unser Gast ist dann zufrieden, wenn wir ihm als Gastgeber zeigen, dass uns sein Wohl am Herzen liegt. Und dieses „Wohlfühlen“ können wir nur gemeinsam - durch Wertschätzung - vermitteln.

Unsere Bemühungen müssen auch innerhalb der Bergbahnen Sölden darauf abzielen, eine Kultur der Wertschätzung zu etablieren. Wertschätzung ist immer mit Respekt, Wohlwollen und Anerkennung verbunden. Sie drückt sich in Interesse, Aufmerksamkeit und Freundlichkeit im Umgang mit unserer Umwelt aus. Als erster Schritt sind besonders die Führungskräfte der Bergbahnen Sölden gefordert, sich für unsere Mitarbeiter die notwendige Zeit zu nehmen, sie zu involvieren und zu Mitgestaltern im Unternehmen zu machen.

Gleichzeitig gilt die Aufmerksamkeit dem Kostengefüge des Betriebs. Mehrere Arbeitsgruppen setzen sich momentan intensiv mit der Kosteneffizienz in den Bereichen Fahrzeuge, Werkstatt, Entsorgung, Energie und Personal auseinander. Nur wenn wir sorgfältig mit unseren Ressourcen umgehen, sind wir in der Lage, unseren wirtschaftlichen Erfolg langfristig abzusichern und uns positiv zu entwickeln. Ein neues Highlight, die Verbindung mit dem Pitztal zählt sicher zu den großen Zielen, die uns diesbezüglich am Herzen liegen. Wenn es zu der Realisierung dieses Projektes kommt, werden wir gut darauf vorbereitet sein.

Wir wünschen Ihnen eine erfolgreiche Wintersaison und alles Gute im Jahr 2012.

Jakob Falkner / Walter Siegele

Geschäftsführung der Bergbahnen Sölden

Impressum

Die Bahnen - Journal der Bergbahnen Sölden / Ausgabe 8

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Bergbahnen Sölden // Redaktionsleitung: Mag. Jakob Falkner //

Konzept und Redaktion: Polak Mediaservice, Imst // Layout: WEST Werbeagentur //

Fotos: Fotos: Bergbahnen Sölden, Polak Mediaservice / Markus Geisler, AREA 47, Ötztal Tourismus, Christoph Schöch, Loop21.net, Shutterstock, Amer Sports (Stefan Schwarz), AQUA DOME, Hansjörg Pichler, Ernst Lorenzi, Isidor Nösig //

Druck: Alpina Druck

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 Bahnen Inhalt



04

Super-Kombi

Mit den Erfolgen von Ted Ligety und Co. setzen sich auch Sölden und Obgurgl-Hochgurgl in Szene.



08

Mobiles Internet

Hinter „soelden free“ verbirgt sich nicht nur ein kostenloser Zugang ins Internet, sondern auch ein ausgeklügeltes Informationssystem.



10

Partner von BMW

Die langjährige Zusammenarbeit trägt Früchte: BMW und die Bergbahnen Sölden verbindet nun das Prädikat „Offizieller Partner“.



12

Ein Herz für Mitarbeiter

Durch eine Reihe von Zusatzleistungen investieren die Bergbahnen Sölden in die Mitarbeiterbindung ans Unternehmen.



15

Bewährte Einrichtung

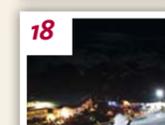
Zwei Anrainer des Zentrum-Shuttles sprechen über die Bedeutung der Bahn zwischen Sölden und dem Innerwald.



16

Experten-Interview

Stefan Schwarz von AMER Sports über Trends im Skisport und der Wintersportindustrie.



18

Gemeinsame Sache

Der Nachtskillauf am Gaislachkogel wird ab dieser Saison zum verbindenden Element und wartet mit zahlreichen Neuerungen auf.



20

Drei auf einem Streich

Die BIG3 Ötztal Karte eröffnet allen Tirolern einen preiswerten Zugang zum Angebot der Bergbahnen Sölden, AQUA DOME und AREA 47.



22

Electric Mountain Festival

Die Top-Stars der globalen DJ-Szene treffen sich in Sölden zum Winterfinale.



23

Events am Berg

Mit Live-Bands mutiert die Fun-Zone jeden Freitag zum Partytreff. Ein Hochgenuss verspricht die elfte Auflage von „Wein am Berg“.

US-Skiteam: Kooperation mit Nachhall

Die Sponsoring-Kooperation mit dem US-Skiteam hat für hinlänglich bekannten Gesprächsstoff gesorgt. Außer Diskussion steht indes die sportliche Qualität der Amerikaner. Sölden und Obergurgl-Hochgurgl profilieren sich im Windschatten der jüngsten US-Erfolge als schneereiche Wintersportdestinationen.

Ted Ligety, Bode Miller, Lindsey Vonn:

Die Top-Stars der US-Mannschaft übertrafen mit ihren Seriensiegen zum Beginn der Weltcupssaison bei weitem die in sie gesetzten Hoffnungen. Wenn die Top-Athleten über die Piste fegen, wird dank der Sponsoring-Kooperation mit der United States Ski and Snowboard Association (USSA) auch Söldens blauweißes Markenzeichen medienwirksam in Szene gesetzt. Das Logo prangt auf den Krägen der „Base Layers“ und knüpft damit die Verbindung zwischen den US-amerikanischen Skirennläufern und dem Ski-Eldorado Sölden. Auch auf den Schildmützen der Trainer macht das Logo auf Sölden aufmerksam. Nicht zuletzt der aus Sölden stammende US-Alpindirektor Patrick Riml wurde dank der Erfolge seiner Schützlinge zuletzt häufig gefilmt und abgebildet. Am prominentesten platziert ist es nach wie vor auf Helm und Schildkappe Bode Millers. Der Kopfsponsoring-Vertrag mit dem Altmeister besteht nach wie vor.

Kooperation spricht Zielgruppe an

Nach der Aufregung rund um das Weltcup-Opening in Sölden hält Bergbahnen-Geschäftsführer Jakob Falkner einmal mehr nüchtern fest: „Die Verknüpfung der US-Skistars mit der Marke Sölden sorgt für eine Steigerung der Bekanntheit Söldens, wir profilieren uns damit noch stärker als Wintersportdestination.“ Reines Logo-Placement reiche allerdings noch lange nicht aus, um einen entsprechenden Imagetransfer zu erzielen, so Falkner. Deshalb trägt Sölden auch den Titel als offizielle „European Training Home Base“ der US-Skisherren (Obergurgl-Hochgurgl entsprechend bei den Damen). „Mit der Unterstützung des US-Skiteams wird gezielt die am Skisport interessierte Öffentlichkeit und damit unsere konkrete Zielgruppe angesprochen“, so Falkner. Das heiße aber auf keinen Fall, dass deswegen lokale, regionale Sportler nicht mehr unterstützt werden. „Ganz im Gegenteil! Uns ist die Förderung junger, aufstrebender Sportler aus der Region ganz besonders wichtig. Man muss jedoch Marketing und Nachwuchsarbeit auseinanderhalten, das sind zwei verschiedene Themen“, hebt Falkner hervor. (Siehe Infokasten dazu).

Imagepolitik für den Skisport

„Die Jungs des US-Skiteams passen deshalb genau zur Marke Sölden, weil sie wie nur wenige sportlichen Ehrgeiz und Erfolg mit einer lockeren, lässigen Art verbinden“, so Falkner. Er sieht in der Kooperation mit der USSA allerdings nicht nur die Markenwerte Söldens perfekt verkörpert, sondern will damit auch dem Skisport generell eine Imagepolitik verpassen: „Skifahren muss bei jungen Leuten wieder als ‚trendy und cool‘ empfunden werden.“ Und da reiche ein ermäßigter Skiticket-Preis schließlich nicht aus. Die Skistars rund um Bode Miller und Ted Ligety begeistern international als Idole. Für Sölden bietet dies vor allem die Chance, dem Skifahren mehr Schwung zu verleihen, um sich unter all den Trendsportarten zu behaupten. →

Bode Miller

Vor dem Start Stoiker, auf der Piste ungestüme Draufgänger: Der kompromisslose und exzentrische Allrounder bringt kräftig Leben in den alpinen Skizirkus und ist einer der erfolgreichsten Skirennläufer der Geschichte. Für alle Erfolge des 4-fachen Weltmeisters, doppelten Gesamtweltcup- und Olympiasiegers ist hier leider nicht ausreichend Platz.
www.bodemillerusa.com



Logo, what else?

Neben der Logo-Präsenz auf der Kleidung und der offiziellen Bezeichnung als „European Training Home Base“ begleitet auch ein Truck das Skiteam aus den USA zu sämtlichen Wettkämpfen und macht als mobile Werbefläche auf das Ski-Eldorado aufmerksam. Um die Verbindung noch stärker herauszustreichen, sind mit den Skistars außerdem diverse crossmediale Engagements (z.B. in TV und Social Media) geplant.



Ted Ligety

Der sympathische „Techniker“ ist stets für eine sportliche Überraschung gut. Seine Lieblingsdisziplin scheint mit 2 Gesamtsiegen im Riesentorlauf-WC und dem RTL-Weltmeistertitel 2011 klar. 2006 holte der „Skifahrer aus Leidenschaft“ Olympiagold in der Kombination. Ohne Zweifel: Der Star zum Anfassen ist heiß. Auch auf weitere Erfolge.
www.tedligety.com

Hintergrund Die amerikanische Trainings- Homebase der US-Stars

Copper Mountain in Colorado und Park City in Utah sind die Pendants zu Sölden und Obertal-Hochgurgl in Nordamerika.

Das Prachtstück in Copper Mountain ist eine Trainings-Rennstrecke, die um 4,3 Millionen Dollar eigens für das US-Team errichtet wurde. Dank der niederen Temperaturen in dieser Gegend können die Amerikaner



Der gebürtige Söldner Patrick Riml ist Alpidirektor des US-Skiteams.

hier schon zu einem sehr frühen Saisonzeitpunkt auf perfektem Untergrund trainieren. In Park City hat der US-Skiverband zudem ein großes Trainingszentrum errichtet. Neben Krafttraining und Rehabilitation ist hier auch die Verwaltung des mit rund 4,5 Millionen US-Dollar ausgestatteten Teams untergebracht. Der Großteil dieses Budgets wird über private Sponsoren aufgebracht. Nicht zuletzt ein 70-köpfiger Treuhänderausschuss, dem einige der wohlhabendsten Bürger der Vereinigten Staaten angehören, sorgt für das finanzielle Wohlergehen der US-Teams.



Pressestimme: „Ötztal Valley“ im Wall Street Journal

Das renommierte Wall Street Journal, das publizistische Leitmedium der amerikanischen Wirtschaftselite, widmete unlängst dem neuen amerikanischen „Wunder-team“ eine große Reportage. Ungewöhnlich ist dieser Bericht vor allem deshalb, da der Skirennsport in den USA bei weitem nicht jenen Stellenwert in der Öffentlichkeit genießt wie etwa in Österreich. Im Artikel wird auch dezidiert der Sponsoringvertrag mit dem „tourism bureau of the Ötztal Valley in the heart of Austrian ski country“ (sic) behandelt.

Nachwuchsförderung Unterstützung für heimische Ski-Talente

So viele Kinder wie möglich in den Schnee bekommen, idealerweise auf zwei Skier. Das ist das Ziel des Skiclubs Sölden, wie dessen Obmann-Stellvertreter Isidor Grüner erklärt. Um die junge Zielgruppe für den alpinen Wintersport zu begeistern, startet der SC Sölden einige attraktive Aktionen. „Mit verschiedenen Schnupperkursen und -rennen, an denen alle Kinder gratis teilnehmen dürfen, möchten wir Berührungängsten entgegenwirken“, so Grüner. Um allen Interessierten eine kostengünstige Ausrüstung zu ermöglichen, wurde außerdem eine Gebrauch-Ski-Börse initiiert. „Darüber hinaus stellen die Bergbahnen Sölden jede Saison kostenlose Jahreskarten für Kinder und Jugendliche zur Verfügung“, erklärt Grüner. Die Resultate dieses verstärkten Engagements können sich sehen lassen und Isidor Grüner kann sich über mangelndes Interesse am Skisport nicht beklagen: „Der Skiclub Sölden betreut rund 70 Kinder und bei den Innerötztal-Cups starten mehr als 100 Teilnehmer.“

Neben der Animation der Kleinsten zum Wintersport, ist den Bergbahnen Sölden sowie Ötztal Tourismus auch die Unterstützung heimischer, aufstrebender Ski-Talente ein wichtiges Anliegen. (Siehe Info-Kasten zu den gesponserten Ski-Athleten) „Die Bergbahnen Sölden ermöglichen den heimischen Ski-Athleten darüber hinaus perfekte Trainingsbedingungen, stellen bestens präparierte Pisten für Trainings bzw. diverse Rennen zur Verfügung“, erläutert Grüner. Ohne Unterstützung durch die Bergbahnen Sölden und Ötztal Tourismus wäre eine Förderung des heimischen Skinachwuchses in der Form undenkbar. „Nicht zuletzt profitieren unsere jungen Ski-Talente auch enorm von der Kooperation mit dem US-Skiteam“, betont Grüner, „so stehen ihnen nicht nur deren Trainingspisten zur Verfügung, sie können sich von den Skistars aus Übersee auch jede Menge abschauen.“



Von Sölden gesponserte einheimische Ski-Rennläufer



Christoph Nösig
Geb. 19.06.1985
ÖSV A-Kader
www.christoph-noesig.at



Florian Scheiber
Geb. 17.05.1987
ÖSV B-Kader
www.flo-scheiber.com

Michaela Nösig
Geb. 07.02.1988
Weltcup-Debut 2010
Nach drei Jahren im B-Kader
in der Saison 2010/2011 bei
keinem ÖSV-Kader

Barbara Prantl
Geb. 20.05.1990
Nachwuchs-Talent vom
Skiclub Längenfeld



Online im Skigebiet von Sölden



Nach einem Testlauf im Vorjahr gehen die Bergbahnen Sölden in die Online-Offensive. An vierzehn Standorten im gesamten Skigebiet steht nun allen Gästen ein freier W-Lan-Zugang zur Verfügung. Verknüpft ist dieser mit einem innovativen Informationssystem.



Hotspots von „soelden free“

An folgenden Orten lässt sich der freie Internet-Zugang nutzen: Gaislachkoglbahn (Tal-, Mittel- und Bergstation), Giggijoch (Talstation, Bergstation Restaurant und Veranstaltungsbereich), Tiefenbach Talstation (Restaurant, Bar, Weitblick-Terrasse, Granitstube und Parkplatz), Rettenbachgletscher (Restaurant, Schwarze Schneidbahn), Hotel Central.

Einmalige Registrierung erforderlich

Um den gesetzlichen Vorschriften zu entsprechen, ist für den kostenlosen Zugang eine einmalige Authentifizierung erforderlich. Diese erfolgt mittels SMS über das Handy. Der Zugang zur Facebookseite von Sölden und www.soelden.com funktioniert ohne Registrierung.

Die zunehmende Verbreitung internetfähiger Mobiltelefone löst bei deren Besitzern naturgemäß den Wunsch aus, überall „online“ gehen zu können. Diesem Bedürfnis tragen die Bergbahnen Sölden ab dieser Saison Rechnung mit einem kosten- und drahtlosen Internetzugang. Von der Talstation der Giggijochbahn bis hin zum Gletscher – nahezu überall lassen sich die neuesten E-Mails abrufen, Fotos mit Freunden auf Facebook teilen und die aktuellsten Nachrichten lesen. „Unsere Gäste erwarten sich ein derartiges Serviceangebot von einem modernen und innovativen Skigebiet wie Sölden. Durch den kostenlosen Zugang wird eine Vielzahl von Beiträgen auf den verschiedenen Social-Media-Plattformen generiert. Das Teilen unmittelbarer Eindrücke durch die Urlauber selbst erhöht die Glaubwürdigkeit über die aktuellen Bedingungen vor Ort“, so Jakob Falkner, Marketing Bergbahnen Sölden.

Weltpremiere: Mehrwertsystem für Wintersportler

Hinter dem Angebot mit dem Namen „Mountainment“ verbirgt sich weit mehr als ein gratis Internetzugang mittels W-Lan. Das innovative System erkennt automatisch den Standort des Nutzers im Skigebiet und beliefert ihn mit relevanten Informationen aus seiner unmittelbaren Umgebung. Über eine eigene „Sölden“-Startseite auf dem Handy-Bildschirm erhält man so ortsbezogene Mitteilungen über aktuelle Veranstaltungen wie die Sölden Party am Giggijoch, spezielle Aktionen in der Berggastronomie u.v.m.

Sechs Buttons gewähren Zugang zu Neuigkeiten, Skigebietskarte, Events, Wetter, Facebook und natürlich zum Internet. „Sölden ist das erste Skigebiet weltweit mit dieser Art von Mehrwertsystem, das dem Nutzer noch aktuelle ortsgebundene Informationen anbietet“, so Melanie Tassev, Marketingleiterin von Loop 21. Das österreichische Internet-Unternehmen zeichnet verantwortlich für die technische Umsetzung des kostenlosen Internetzugangs im Söldner Skigebiet.

Gäste erwarten sich offene Netze

Erfolgte in der letztjährigen Saison noch ein Probebetrieb, läuft das W-Lan-Netz „soelden free“ seit Anfang Dezember 2011 im Vollbetrieb. Bereits in der ersten Woche wurden über 4.500 Zugriffe auf das System registriert. 67 Prozent davon surfen im Internet, 13 Prozent loggten sich bei Facebook ein und die restlichen 20 Prozent nutzten die gelieferten Zusatzinformationen. Als Top-Sprachen kristallisierten sich Deutsch, Englisch, Tschechisch, Russisch und Niederländisch heraus. Gerade für Gäste aus dem Ausland bringt das System enorme Vorteile, gehören doch teure Roaming-Gebühren dadurch der Vergangenheit an.

Die Spezialisten von Loop 21 stellte die Einrichtung des W-Lan-Netzes vor besondere Herausforderungen. Galt es doch sensible Technik einzusetzen, die trotz massiver Temperaturunterschiede verlässlich ihren Dienst verrichtet. Gelöst wurde dies durch eigene Outdoor-Gehäuse, die den wechselnden Wetterbedingungen standhalten.



Mehr (x)Drive für Söldens Pisten

Mobilität verbindet: So auch die Bergbahnen Sölden und den Automobilhersteller BMW. Mit dem Status als „Offizieller Partner BMW“ wird die Zusammenarbeit nun ausgebaut.

Der Rettenbachgletscher in Sölden ist seit vielen Jahren bevorzugtes Terrain für die Fahrsicherheitstrainings von BMW. Um noch mehr Menschen von den Vorzügen des Allradsystems xDrive zu überzeugen, weiten die Bergbahnen Sölden und der Automobilhersteller ihre Kooperation ab dieser Saison deutlich aus.

BMW setzt bei seinen Partnern auf ausgewählte Premium-Winterskigebiete aus ganz Europa, darunter auch Sölden. „Der Endverbraucher kann hier im Ötztal die Vorteile unseres intelligenten Allradsystems BMW xDrive in einer authentischen und glaubwürdigen Umgebung kennen lernen und erleben“, so Eva-Maria Gottwald, Leiterin Marketing BMW Austria.

Präsent im Skigebiet

Erkennbar wird der Status als „Offizieller Partner BMW“ sowohl auf den Pisten als auch im Internet. Beim BMW xDrive Cup (www.bmw-xdrive-cup.com), einem Freizeitwettbewerb für Ski- und Snowboardfahrer, gilt es in verschiedenen Disziplinen virtuelle Plaketten zu sammeln. Nach einmaliger Online-Registrierung winken als Gewinne neben exklusiven Skiern aus der Kollektion von BMW und K2 ein Fahrsicherheitstraining am Polarkreis

sowie als Hauptpreis ein neuer BMW X1. Mit einem Starthaus im BMW-Design kommt für die Teilnehmer dabei fast Weltcup-Stimmung auf. Die BMW Speed Check Strecke lädt ein, die persönliche Geschwindigkeit auf Ski und Snowboard zu messen.

Darüber hinaus stehen an prominenten Punkten im Skigebiet aktuelle xDrive-Modelle und auch die Talstation der Giggijochbahn sowie die Rückseite des Gletscherstadions stellen sich ganz im Zeichen des BMW-Slogans „Freude am Fahren“ dar. Im Online-Reiseführer www.bmw-xdrive-guide.com können BMW-Kunden mehr über die Vorzüge von Sölden nachlesen.



Starker Partner

Die BMW Group umfasst die Marken BMW, Mini, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce. Im Geschäftsjahr 2010 setzte das Unternehmen 1,46 Millionen Automobile und über 110.000 Motorräder ab. In vierzehn Ländern unterhält der Konzern Produktions- und Montagestätten, das globale Vertriebsnetzwerk spannt sich über 140 Nationen.



BMW xDrive Cup
Der sportliche Wettbewerb am Giggijoch lockt mit exklusiven Gewinnen unter www.bmw-xdrive-cup.com. Auf der angrenzenden BMW Speed Check Strecke lässt sich die persönliche Geschwindigkeit auf Ski und Snowboard ermitteln.



Prokurist Hansjörg Posch

Mitglied der Geschäftsführung, Betriebsleiter mit Schwerpunkt Personal, zuständig für den gesamten operativen Bereich; gebürtiger Imster, seit 33 Jahren in Sölden und seit 1995 bei den Bergbahnen; verheiratet, zwei erwachsene Söhne, Sohn Björn ist Restaurantleiter am Giggijoch und im Lakeside-Restaurant der AREA 47.



„Das Herz unseres Betriebes bilden die Mitarbeiter“

Die Bergbahnen Sölden sind während der Wintersaison einer der größten Dienstgeber des Tiroler Oberlandes. Im Winter 2011/12 stehen hier 490 Angestellte in Lohn und Brot, 200 von ihnen zudem auch in Logis. Die Bahnen sichern ihnen nicht nur die Existenzgrundlage, sondern investieren mit einer Reihe von Zusatzleistungen in ihr größtes Kapital: ihre MitarbeiterInnen.

Die Bergbahnen Sölden bieten einen sicheren Arbeitsplatz. Das Unternehmen will seinen Angestellten aber mehr sein als „nur“ eine Arbeitsstelle, ein Job. Geschäftsführung und Betriebsleitung betreiben ihre Mitarbeiterpolitik nach dem Leitspruch: „Uns geht es gut, wenn es allen gut geht!“ Wertschätzung, umfangreiche Sozialleistungen und Weiterbildungsmaßnahmen sorgen für Motivation, Zufriedenheit, Qualifikation und Firmenbindung.

Erwerb und Heimat

„Moderne Seilbahnen, die Berggastronomie, eine Flotte von Pistengeräten und die Beschneigungsanlagen bilden die Grundlage unseres Unternehmens. Das Herz jedoch sind die Menschen, die Mitarbeiter. Sie tragen mit ihrer Professionalität, Aufmerksamkeit und Hilfsbereitschaft in einem großen Ausmaß zur Zufriedenheit unserer Kunden bei“, fasst Prokurist Hansjörg Posch die Haltung des Unternehmens gegenüber seinen Angestellten zusammen. 220 ganzjährige und 270 saisonale Dienstnehmer arbeiten in ihrer unmittelbaren Heimat bzw. finden im Ötztal durch eine Reihe von nicht selbstverständlichen Sozialleistungen eine neue berufliche Heimat.

Transfer und Essen

Das Seilbahngeschäft ist hochtechnisiert und verlangt nach qualifizierten Fachkräften. Der Großteil der „Seilbahner“ stammt aus dem Ötztal und dem Bezirk Imst. Sie werden täglich mit dem Werksverkehr ab Ötztal-Bahnhof zu ihren Arbeitsplätzen und retour gebracht bzw. können seit Beginn der Wintersaison 2011/12 auch alle Linienbusse dank eines Abkommens mit dem Verkehrsverbund Tirol gratis benutzen. Für die meisten von ihnen beginnt der Arbeitstag um 8 Uhr, spätestens um 18 Uhr – mit Ausnahme der 35 Pistenbully-Fahrer und der 250 in der Gastronomie und Hotellerie tätigen BBS-Angestellten – sind sie dank des kostenlosen Transfers wieder zu Hause. Zu Mittag gibt's für sämtliche Angestellten in den verschiedenen Gastronomiebetrieben der Bergbahnen sowie in Partnerbetrieben ein dreigängiges Menü in erstklassiger Qualität – gegen einen kleinen Selbstbehalt von nur 1,85 Euro.

Bekleidung und Ausrüstung

Leicht zu erkennen sind die ca. 240 Seilbahn-Angestellten an ihren schwarzen Hosen und Anoraks mit roten Akzenten, dem Bergbahnen-Logo und den entsprechenden Namensschildern. Sämtliche Bekleidung bis hin zu Mützen und Handschuhen wird kostenlos

vom Dienstgeber gestellt: „Wir achten hier auf beste Qualität, denn viele unsere MitarbeiterInnen sind die meiste Zeit im Freien unterwegs“, betont Hansjörg Posch. Und alle zwei Jahre wird die gesamte textile Ausstattung gewechselt. Weiters bekommen die „Seilbahner“ sämtliche für ihren jeweiligen Einsatzbereich nötige Ausrüstung, Dienststautos, etc. zur Verfügung gestellt.

Arbeiten und Wohnen

Dasselbe gilt natürlich auch in den Gastronomiebetrieben der Bergbahnen: Transfers, einheitliche Dienstkleidung, vergünstigtes Mittagessen, Weiterbildung und: Beherbergung! Vor allem in der Gastronomie und Hotellerie arbeiten im Winter viele Nicht-Österreicher, welchen die Bergbahnen als Dienstgeber in drei Mitarbeiterhäusern Wohnmöglichkeiten bieten: „Bis zu 200 Dienstnehmer, die nicht aus der Gegend stammen, werden von uns kostenlos in den komfortablen, modern ausgestatteten Personalhäusern in Sölden und Längenfeld sehr gut untergebracht“, so Hansjörg Posch. Es handelt sich größtenteils um Einzelappartements, für Paare oder gut befreundete Kollegen stehen auch größere Wohnungen zur Verfügung. →

Gratis Wohnen

Zusätzlich zum Personalhaus „Hainbach“, in unmittelbarer Nähe zur Giggijochbahn, stellen die Bergbahnen Sölden ihren Mitarbeitern weitere Unterkünfte in Sölden und Längenfeld kostenlos zur Verfügung.

**Neu im Unternehmen:****Johanna Hölbling**

Mag. Johanna Hölbling unterstützt seit 1. Juli 2011 als Assistentin die Geschäftsführung der Bergbahnen Sölden. In dieser neu geschaffenen Position kümmert sich Hölbling um verschiedene betriebliche Schwerpunkte. Insbesondere die Themenbereiche Organisations-, Personal- und Leitbildentwicklung werden von der gebürtigen Innsbruckerin betreut. Auch die Koordination gegenüber den diversen Gesellschaften, an denen die Bergbahnen Sölden beteiligt sind, zählt zu ihren Aufgaben. „Ich verstehe meine Tätigkeit vor allem als Kommunikationsschnittstelle, in der ich dafür Sorge trage, dass

wesentliche Informationen zur richtigen Zeit am richtigen Ort sind“, so Hölbling. In dieser Funktion wird die neue BBS-Mitarbeiterin auch verschiedene Sonderprojekte entwickeln und betreuen. Nach Positionen, die sie an der Universität Innsbruck und am Management Center Innsbruck inne hatte, freut sie sich über die neue Herausforderung im Tourismus: „Die Bergbahnen Sölden sind eines der spannendsten Unternehmen der Branche. Die Begegnungen in den vergangenen Monaten verliefen sehr positiv. Ich kann mich nur bedanken für die überaus freundliche Aufnahme im Ötztal.“

Kontakt: j.hoelbling@soelden.com
Tel. 05254/508-216

Beruf und Privatleben

Fortbildung und Exkursionen sowie familiäre Events wie Betriebskirennen und ein Saisonabschlussball bilden schließlich die Schnittstelle von privatem und beruflichem Leben unter dem Dach der Bergbahnen Sölden. Die Gesamtheit aller Leistungen spiegelt sich in einer sehr geringen Fluktuation – trotz viel Saisonarbeit – wider. Es ist vor allem die Wertschätzung der Leistung und der hohen Verantwortungsbereitschaft, die den Bergbahnen Sölden ihre zum Teil jahrzehntelang treuen MitarbeiterInnen erhält. Mit knapp 13,5 Mio. Euro schlagen sich die jährlichen Lohnkosten zu Buche. Eine beträchtliche Summe, die aber laut Hansjörg Posch völlig gerechtfertigt ist: „Denn unsere Arbeitskräfte sind unser wichtigstes Kapital und tragen wesentlich dazu bei, dass sich die Gäste bei uns wohlfühlen, über uns reden und für unsere Region Werbung machen. Damit ist die Existenzgrundlage für jeden Einzelnen von uns gesichert.“

Eine gelungene Verbindung

Seit einem Jahr verbindet das „Zentrum-Shuttle“ das Sölder Ortszentrum mit dem Innerwald. Die Akzeptanz der Gäste in der ersten Saison bestätigt den Bedarf. Auch bei den Einheimischen wird die Bahn mittlerweile als unverzichtbare Einrichtung angesehen.

Mit Gotthard Gstrein und Matthias Grüner berichten zwei Anrainer im Innerwald über ihre Erfahrungen.

**Gotthard Gstrein**

Leiter Skischule Sölden-Hochsölden

**Matthias Grüner**

Alpengasthof Grüner

„Das Zentrum-Shuttle bewerte ich als super Infrastruktur-Angebot, vor allem aufgrund der einfachen Bedienung ohne Wartezeiten und des freien Zugangs. Die prognostizierten Vorteile für unsere Gäste sind eingetreten: Hatten Oma und Enkel samt Kinderwagen früher ein Problem, gelangen sie nun mühelos ins Anfängerskigebiet. Dieser barrierefreie Zugang vom Zentrum in den Innerwald ist äußerst wichtig, nicht nur für uns als direkte Anrainer. Auch der Verkehr im Dorfzentrum wird entlastet,

indem die Urlauber komfortabel zur Gaislachkogelbahn kommen. Der Stimmung der Gäste tut das gut, wenn Wartezeiten vermieden werden können. Seit die Bahn läuft, lasse ich auch selber öfter mein Auto stehen und gehe zu Fuß ins Büro. Die Betriebszeiten im Winter sind optimal, für den Sommer erhoffe ich mir eine Ausweitung. Dafür bedarf es einer Attraktivierung im Innerwald, ausgehend von Anrainern und Wirtschaftstreibenden, damit das Zentrum-Shuttle auch in diesem Zeitraum verkehrt.“

„Beim Zentrum-Shuttle handelt es sich um eine optimale Einrichtung zur Belebung des Skigebietes Innerwald. Auch in der eigenen Familie bringt der einfache Zugang mit Kinderwagen nur Vorteile. Unsere Hotelgäste reagieren sehr positiv auf die Bahn und lassen so auch ihr Auto während des Urlaubs gerne stehen. Als Tourismusbetrieb bietet diese Infrastruktureinrichtung für uns große Chancen im Marketing, denn wir punkten nun mit der ruhigen Lage an der Skipiste und gleichzeitig

mit der Anbindung ans Zentrum von Sölden. Von der Bahn profitieren aber auch die Betriebe im Zentrum, immerhin befinden sich im Umkreis des Zentrum-Shuttles knapp 1.200 Betten. Früher galt der Innerwald oft als Randgebiet Söldens, nunmehr sind wir direkt ans Zentrum angebunden. Unser Ziel für die Zukunft muss es sein, die Bahn als ganzjährige Einrichtung zu etablieren. Gelingen kann dies nur durch eine Belebung des Gebietes im Sommer, mittels eines zusätzlichen Angebotes in Zentrumsnähe.“

i**BBS-Zusatzleistungen**

- Dienstkleidung*
- Ausrüstung*
- Bustransfer zur Dienststelle und retour*
- Verbilligtes Mittagessen*
- Freifahrt für Ehepartner und Kinder bis 19 Jahre*
- Kostenlose Jahres- und Saisonskipässe*
- Vorteile des Fachverbandsausweises (Freifahrt auch in anderen Skigebieten in Österreich)*
- Fort- und Ausbildungskurse sowie Exkursionen*
- Betriebskirennen und Saisonabschlussball*
- Im Bedarfsfall Unterkunft in den drei Mitarbeiterhäusern in Sölden und Längenfeld mit einer Kapazität von bis zu 200 Personen*

Mitarbeiter der Bergbahnen Sölden

(Jahresbedienstete/Saisonbedienstete Winter)

Seilbahnbereich inkl. Verwaltung: ... 186/73
Berggastronomie: ... 2/125
Hotel Central: ... 19/92
Rastland Nassereith: ... 40/0

Noch mehr „Coolness“ im alpinen Skisport



Stefan Schwarz ist Geschäftsführer der Österreich-Vertretung von AMER Sports mit Sitz in Salzburg. Mit Sölden verbindet ihn und sein Unternehmen – vertreten vor allem durch die Marken Salomon und Atomic – eine lange Freund- und Partnerschaft. Das Bahnen-Magazin sprach mit dem Experten über Trends und Entwicklungen im Wintersport, beim dazugehörigen Equipment und im Wintertourismus.

Der Breiten-Skisport und die damit verbundenen Branchen tragen wesentlich zu Österreichs Wirtschaftsleistung bei. Man hört aber immer wieder, dass das Interesse am alpinen Skifahren abnimmt. Nehmen Sie das auch so wahr?

Schwarz „Nein. Gerade in Österreich kann sich der Wintertourismus sehen lassen und das nicht nur quantitativ, sondern besonders qualitativ. Man darf sich nicht vom Rückgang der verkauften Alpinski täuschen lassen. Hier zieht der Trend zum Verleih die Verkaufszahlen nach unten, jedoch nicht das Interesse am Skisport.“

Stichwort Schulschikurse: Immer weniger Kinder lernen auf diesem herkömmlichen Weg das Skifahren. Was kann man dagegen unternehmen?

Schwarz „Dies ist eine seit Jahren bekannte und sehr bedenkliche Entwicklung. Nun hat sich der Verein Future Mountain unter der Leitung von Jakob Falkner entschlossen, diesem Problem praktisch entgegenzuwirken. Es ist wichtig, alle Teilnehmer an der Wertschöpfungskette Wintertourismus in dieses Projekt zu integrieren. Hier wird es demnächst konkrete Vorschläge geben, die dann leicht und auch über Österreichs Grenzen hinaus umgesetzt werden können.“

Nun sagen aber vor allem Kinder und Jugendliche den zwei Brettern Lebewohl, bestenfalls stellen sie sich auf ein Snowboard oder auf Twin-Tips. Sind diese „coolen Kids“ die Zielgruppe der Zukunft?

Schwarz „Der Freeski-Bereich ist ein sehr wichtiger Einflussfaktor für die „Coolness“ des alpinen Skisports und wichtig für die weitere Entwicklung des Sports, da man sich ja in einem sehr harten Wettbewerb befindet. Die Mitbewerber sind Computerspiele, Handy & Co. Hier ist es wichtig, neben einer richtigen Ansprache für die Jugend auch die Infrastruktur bereitzustellen, wie das z. Bsp. am Giggijoch seit langem mit dem Snowpark sehr professionell passiert.“

Wie sieht es denn konkret aus mit den Absatzzahlen am Skisektor? Gerade Familien ist die gesamte Skiausstattung in der Anschaffung oft zu kostenintensiv. Reagieren Erzeuger und Handel da mit neuen, flexibleren Produkten?

Schwarz „Die langfristige Entwicklung ist solide, doch sind leichte wetterbedingte Auf und Ab's immer zu erwarten. Aber auch diese haben in der Wirkung abgenommen, da wir – bestens am Beispiel Sölden zu sehen – ja eine perfekte Beschneigungs-Infrastruktur haben. Der Trend zum Verleih macht den Wintersport leistbar, hält den Skifahrer weiter im Sport und generiert neue Skisportler. Der Verleih ist genau dieses flexible Konvention-Produkt, das der Konsument sucht. Aber auch Zusatzgeschäfte rund um den Skisport werden immer wichtiger für die klassischen Skihersteller.“

Weil Sie die Zusatzgeschäfte ansprechen: Wie gestaltet Ihr Unternehmen die Gewichtung von „klassischer Hartware“ und neuen Produktpaletten?

Schwarz „Bei einigen AMER Sports-Marken wie zum Beispiel Salomon haben wir die Entwicklung schon seit einigen Jahren vollzogen. Mittlerweile ist der Anteil von Softgoods wie Sportschuhen und Textil bereits höher als der Hartwarenanteil. Diese Strategie werden wir bei allen Marken vollziehen. Dementsprechend wurde das Unternehmen umstrukturiert und folgt dem ganzheitlichen Ansatz.“

Wie schätzen Sie die Produktentwicklung in den nächsten 10 Jahren ein? Ist der moderne Carver das Ende der Evolution oder stehen weitere Revolutionen ins Haus?

Schwarz „Die Carving-Produkte haben sich in den letzten 10 Jahren immer wieder verändert, je nach Einsatzbereich. Hier werden wir auch nicht stehen bleiben. Einen sehr starken Einfluss auf Alpinski wird in der Zukunft die Rocker-Technologie haben, die sich aus dem Freeride-Segment entwickelt hat und mittlerweile auch auf der Piste ihren Einsatz findet. Diese Bauweise bedeutet wie das Carving eine Erleichterung für den Skisportler. Das sollte auch immer im Mittelpunkt aller Technologien stehen.“

AMER Sports ist mit Marken wie Atomic und Salomon stark im Weltcup und damit auch in Sölden vertreten. Haben die Emotionen, die der Rennsport generiert, noch diese enorme Strahlkraft auf den Breiten-Skisport?

Schwarz „Der alpine Rennsport war in der Vergangenheit so ziemlich der einzige kommunikative Zugang bezüglich Emotionen. Dies hat sich in den letzten 10 Jahren sehr stark verändert, es haben sich im Bereich Alpinski Sportarten wie Ski-Cross, Freeride, Slopestyle und der steigende Tourensport entwickelt. Das nutzen wir als Unternehmen auch als Plattform, um Emotionen zu transportieren, um die Jugend anzusprechen. Auch für Sölden ist der Alpine Weltcup nicht die einzige kommunikative Plattform, was man an Beispielen wie Hannibal oder dem Electric Mountain Festival erkennen kann.“

Gäste erwarten zu Recht für ihr Geld eine gute bzw. eine immer bessere Leistung. Das zwingt Bergbahnen und Hotellerie jedes Jahr zu Investitionen in Millionenhöhe. Und Verbundkarten – wie etwa die neue BIG3-Karte der Bergbahnen Sölden – bereichern das Skivergnügen um flexible Möglichkeiten der Freizeitgestaltung. Gehört Rundum-Angeboten die Zukunft?

Schwarz „Diese Entwicklung ist sehr wichtig, da der Gast nicht nur das Skifahren, sondern die gesamte Palette an Angeboten in seinem kostbaren Urlaub genießen will. Hier zählt das Schlagwort der multiplen Freizeitgestaltung im Wintersport. Innovationen im touristischen Bereich sind genauso wichtig wie bei den Sportprodukten. Investments in die Liftanlagen und die Beschneigung sowie neue Marketingideen sind gerade bei den Bergbahnen Sölden vorbildhaft.“

AMER Sports

ist einer der führenden Sportausrüstungshersteller der Welt mit starken Marken wie Salomon, Atomic, Wilson, Suunto, Precor, Mavic oder Arc'teryx. Das Unternehmen wurde 1950 in Finnland gegründet, beschäftigt 6.300 Mitarbeiter und hat seinen Hauptsitz in Helsinki. In Sölden hat AMER Sports mit dem Kompetenz-Zentrum Salomon-Station am Rettenbachferner und dem Engagement im Ski-Weltcup eine sportliche „Heimat“ gefunden.

Der Hang für Gemeinsamkeiten

Einen fulminanten Neuanfang erlebt der wöchentliche Nachtskilauf am Gaislachkogel in dieser Saison. Unter dem Titel „(E)motion Sölden“ macht der Skiclub Sölden mit den Skischulen „Sölden-Hochsölden“, „Yellow Power“ und der „Skischule Ötztal“ gemeinsame Sache am bis zu 30° steilen Hang bei der Mittelstation.

Zum 90-jährigen Bestehen des Skiclubs Sölden unterzieht sich der Nachtskilauf einer Frischzellenkur. Prägten bislang einzelne Skischulen das nächtliche Geschehen, präsentieren ab heuer der SC Sölden und drei Söldner Skischulen gemeinsam ihre Künste auf Schnee und Eis. „Der Skiclub bildet dabei das verbindende Element, denn nahezu alle Mitwirkenden sind auch Mitglieder des Vereins“, so Christoph Nösig vom Marketing der Bergbahnen Sölden. Die Initiative von Skiclub-Vizeobmann Isi Grüner und den Bergbahnen Sölden, beim Nachtskilauf an einem Strang zu ziehen, stieß auf positive Resonanz aller Beteiligten und so werden pro Woche 50 Akteure am Steilhang das Publikum begeistern.

Bewegung im Programm

„Inhaltlich steht die skihistorische Entwicklung von Sölden im Vordergrund und darüber hinaus die verschiedenen Bewegungsarten, die sich zu jeder Jahreszeit bei uns im Ötztal anbieten“, erklärt Isi Grüner das Konzept. Beginnend mit der Entstehung des Skifahrens, über den aufkeimenden Tourismus bis hin zur ständigen Modernisierung der Seilbahntechnik bei den Bergbahnen – die Show verspricht eine umfassende Betrachtung von der Vergangenheit bis zur Gegenwart. Dem Steilhang bei der Mittelstation am Gaislachkogel stellen sich Telemarker, Synchrofahrer, Snowboarder, Tourengerher, Freestyler und für den sommerlichen Touch sogar Mountainbiker.

Leinwand im XXL-Format

Zwischen den actionreichen Einlagen werden begleitende Kurzfilme zum jeweiligen Thema gezeigt. Als Projektionsfläche mit „Cineplexx“-Ausmaßen dient dabei der Steilhang selbst, der von einem lichtstarken Beamer bespielt wird. Auch hinter den Kulissen ist der Nachtskilauf eine technische und logistische Meisterleistung. Inklusiv der Akteure am Hang sind pro Woche über 100 Personen involviert. Wenn Moderator Christoph Nösig zweisprachig den Abend eröffnet, arbeiten im Vorfeld fleißige Hände am Aufbau von Bühne und Soundanlage, Installation des Feuerwerks u.v.m. Alle vereint in dem Ziel, den Nachtskilauf in Sölden noch attraktiver und einzigartiger zu gestalten.



Night Ski Show „(E)motion Sölden“

Jeden Mittwoch bis 14.03.2012
Pistenshow der Skischulen
„Sölden – Hochsölden“,
„Yellow Power“, „Skischule Ötztal“
und des SC Sölden
von 19.30 bis 20.15 Uhr
Gaislachkogelbahn Mittelstation
Bergfahrt 17.30 Uhr bis 20.30 Uhr;
letzte Talfahrt 21.30 Uhr.

Rahmenprogramm

Neben der Vorstellung auf der Piste unterhalten bei jedem Nachtskilauf auch abwechselnd Live-Bands die Besucher, angepasst an die jeweiligen Themenabende (z.B. „Tirol Night“ mit den Ötztaler Alpentornados & Schuhplattler-Einlagen).



Sämtliche Ötztal-Highlights auf einer Karte

BIG3 ÖTZTAL
KARTE
Bergbahnen Sölden · Aqua Dome · Area47

SKIGEBIET SÖLDEN
AQUA DOME
AREA47

Tiroler nützen Bergbahnen Sölden, AQUA DOME und AREA 47 preiswert mit der BIG3 Ötztal Karte.

Mit der speziell für TirolerInnen konzipierten Karte erschließen sich die beliebtesten Freizeitmöglichkeiten im Ötztal zu einem äußerst fairen Preis. Bergbahnen Sölden, AQUA DOME und die AREA 47, die „großen Drei“ vor der eigenen Haustüre, laden mit der BIG3-Punktekarte zur flexiblen und familienfreundlichen Nutzung. So kostet ein Skitag in Sölden nur 24,- Euro, Thermengenuss im AQUA DOME oder Wasser-Action in der AREA 47 jeweils 12,- Euro.

Wintersport-, Outdoor- und Wellnesfans mit Wohnsitz in Tirol freuen sich schon vor der weihnachtlichen Bescherung über ein tolles „Gesamtpaket“. In der neuen BIG3 Ötztal Karte stecken nämlich viel Genuss und Freizeitvergnügen fürs ganze Jahr – und das zum Bestpreis. Das Prinzip 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 im Skigebiet Sölden, im AQUA DOME Tirol Therme Längenfeld und in der AREA 47 einlösen. Wann und wo, entscheidet jeder Karteninhaber ganz einfach selbst.

Genussvoller „Triathlon“ durchs Ötztal

Die drei Kooperationspartner zwischen Talboden und Gletschern des Ötztals präsentieren mit der BIG3 Karte ein familienfreundliches Freizeitangebot. Hier ein paar Preisbeispiele: Mit einer 72-Punkte-Karte fährt eine Tiroler Familie mit zwei Erwachsenen und zwei Kindern einen ganzen Tag lang auf Söldens 150 Pistenkilometer ab. Ohnehin

unbezahlbar: die absolute Schneegarantie von Oktober bis Mai! Mit 72 Punkten kann man sich aber auch einen Skitag zu zweit gönnen und danach im AQUA DOME entspannen. Für drei Stunden Thermenspaß sind nur zwölf Punkte einzulösen (für Kinder sechs Punkte). Im Sommer verhelfen bereits sechs Punkte zum komfortablen Aufstieg in alpine Höhen mit den Bergbahnen Sölden. Und nichts ist erfrischender, als einen Wandertag mit thermalen oder coolen Wasserspielen abzurunden. Der Eintritt in die Water AREA des Outdoor-Hotspots AREA 47 schlägt sich ebenfalls nur mit zwölf Punkten zu Buche.

Punktgenaues Angebot für TirolerInnen

Die BIG3 Ötztal Karte erhält man an allen Hauptverkaufsstellen der Bergbahnen Sölden, des AQUA DOME und der AREA 47. Ihre Nutzung bleibt ausschließlich TirolerInnen vorbehalten, die Karte gilt nur gegen Vorlage eines amtlichen österreichischen Lichtbildausweises. Ein weiterer großer Pluspunkt: Der Keycard-Freizeitspaß kann sogar an einheimische Verwandte, Bekannte und Freunde übertragen werden!

BIG3 ÖTZTAL
KARTE

BERGBAHNEN SÖLDEN · AQUA DOME · AREA47



i

Fallbeispiele:

FB1		1 Skitag in Sölden 2 Erwachsene mit 2 Kinder	72 Punkte = 72 €
FB2		1 Skitag Sölden + 1 Thermeneintritt für 2 Erwachsene	72 Punkte = 72 €

Karten-Preise:

72 Punkte	= €	72,00
144 Punkte	= €	144,00
216 Punkte	= €	216,00

Alle Infos auf
www.soelden.com/big3karte

Electric Mountain Festival 2012:

Superstar David Guetta zu Gast in Sölden!

Das neue Söldner Veranstaltungs-Highlight wartet bereits in seinem Premierenjahr 2012 mit einem Programm der Superlative auf. Große Namen, großer Sound – große Party! Das Electric Mountain Festival setzt ab 2012 neue Maßstäbe in der Öztaler Event-Landschaft. Vorerst für drei Jahre geplant, trifft das Festival der elektronischen Musik jedes zweite Jahr mit dem erfolgreichen Gletscher-schauspiel Hannibal am Rettenbachferner zusammen. Und das Programm präsentiert sich mehr als prominent:



09.04.2012
David Guetta live on Decks

Er ist der Popstar unter den DJs und seit Jahren Garant für Nummer-1-Platzierungen am laufenden Band: Überflieger David Guetta! Zum Abschluss der Wintersaison 2011/12 ist es gelungen, den gebürtige Franzosen für eines seiner vielumjubelten Live-Sets in der Arena am Rettenbachferner zu gewinnen. Ein Pflichttermin nicht nur für alle House- und Dance-Fans. Mit Hitsingles wie „Just a little more love“, „The world is mine“ oder „Sexy Bitch“ bringt der DJ und Produzent die Massen rund um den Globus in Bewegung.



21.04.2012
DJ Antoine: Welcome to Sölden!

Ähnlich beatlastig wird es zwei Wochen später, wenn DJ Antoine zur Party am Giggijoch lädt. Der international erfolgreichste DJ der Schweiz besitzt Ohrwurm-Qualität: Antoines Remix des Tracks „Welcome to St. Tropez“ des russischen Star-Rappers Timati entwickelte sich zum absoluten Sommerhit 2011 im gesamten deutschsprachigen Raum. Knapp ein halbes Jahr nach seiner Öztal-Premiere in der AREA 47 feiert der Eidgenosse inklusive einer spektakulären Licht- und Lasershow am 21. April in der Fun-Zone am Giggijoch.



20.03. & 13.04. 2012
Deichkind, Moonbootica und Snoop Dogg in der AREA 47

„Hit auf Hit und Beat auf Beat“ lautet auch das Motto in der AREA 47. Im Rahmen des Electric Mountain Festivals rockt am 20. März 2012 die deutsche Kultformation Deichkind gemeinsam mit den Turntablisten von Moonbootica den AREA Dome am Taleingang des Öztals. Coole Moves und eine volle Tanzfläche verspricht am 13. April der Auftritt des US-amerikanischen Rappers Snoop Dogg, der auch als Schauspieler und Entertainer längst weltweiten Kultstatus genießt.

Events Winter/Frühling



jeden Freitag von 30.12.2011 - 13.04.2012

Sölden Party



Ski-Erlebnis in Sölden ist Ski-Erlebnis mit Party pur – und die Feierstimmung macht im Hotspot der Alpen auch vor alpinen Höhen nicht Halt! Bis Ende April lädt die Veranstaltungsreihe MAXXX Mountain Sölden Party jeden Freitag mit Live-Musik in die Fun-Zone am Giggijoch. Mit dabei sind unter anderem lokale Größen wie Groove AG, Mango deluxe, SupermäÄäx oder Torpedos NG. Von 13.00 bis 16.30 Uhr heißt es schunkeln, mitsingen und feiern mit musikalischen Highlights für jeden Geschmack. Das perfekte Aufwärmprogramm für ereignisreiche Stunden im Söldner Nachtleben!

Donnerstag, 26.04.- Sonntag, 29.04.2012



Wein am Berg

Edle Weine und eine beeindruckende Gletscherkulisse auf über 3.000 m Seehöhe gilt es bei Wein am Berg 2012 zu verkosten und zu genießen. Gemeinsam mit den Renommierten Weingütern Burgenland lädt Söldens *****Central Spa Hotel Wein- und Kulinarik-Liebhaber von 26. – 29. April zum exklusiven Gipfeltreffen. 2012 sorgen neben der Crème de la Crème der österreichischen Weinszene französische Klassiker wie Louis Jadot, Champagne Ruinart und Chateau Palmer für vinophile Höhenflüge. Und auch der aktive Part kommt in Sölden nicht zu kurz: Prominente Skiguides wie Günther Mader und Frank Wörndl stehen den Teilnehmern bei Erkundungstouren mit sportlichen Tipps und Tricks zur Seite.

Nähere Infos unter www.weinamberg.at

i Weitere Highlights des Electric Mountain Festivals bilden die Auftritte von Tara McDonald (19.04., Bierhimmel Sölden) sowie In Bed with Space, DJ Kid Chris 6 und Vocal Host-Sua Amoa (20.04., Fire&Ice Sölden). Der Eintritt zu diesen beiden Veranstaltungen ist frei!

Weitere Infos unter: www.electric-mountain-festival.com



Diagnose

- digitales Röntgen
- Ultraschall
- MRT
- mobiles Röntgen
- Laboruntersuchungen

Therapie

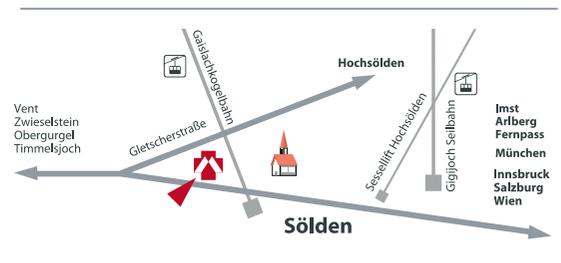
- Unfall- & Sportchirurgie
- Gelenks-Chirurgie
- operative Knochenbruchbehandlung
- Knie- & Schulterchirurgie
- konservative Unfallchirurgie
- Lasertherapie
- radiale Stosswellentherapie
- physikalische Therapie

diagnostic center

- digital Xray
- Ultrasonic investigations
- Magnetic Resonance Imaging, MRI
- mobile Xray
- Laboratory tests

Therapy

- Trauma- & Sportsurgery
- Jointsurgery
- operational fracture treatment
- knee- and shouldersurgery
- non operative trauma treatment
- physical therapy
- laser- therapy
- extracorporal shockwave therapy



A - 6450 Sölden, Dorfstrasse 160
 Tel. +43 5254-30 003 · Fax +43 5254-30 003-11
 soelden@medalp.com

medalp sportclinic - imst · A-6460 Imst · Medalp Platz 1 (A12, Exit 136) · Tel. +43 5418 51100 · info@medalp.com