

Bozen, 12.11.2012

Eva Pichler
Heiko Schoberwalter
Astrid Brunetti
Kommunikation
eva.pichler@tis.bz.it
T +39 0471 068 019
F +39 0471 068 100

Kluges Energiemanagement macht Skigebiete „grüner“ Energieeffizienz und Erneuerbares - Potential und Chancen erkennen

Wer Schnee produziert und Lifte betreibt, verbraucht Energie und die wird immer teurer. Gleichzeitig steigen Kundenansprüche und Kostendruck. Was also können Skigebietsbetreiber tun, um ressourceneffizienter zu wirtschaften und vor allem, um ihr „grünes Engagement“ im Marketing imagefördernd einzusetzen? Antworten auf diese Fragen gab das Symposium der Expertenplattform ProNeve im TIS innovation park am vergangenen Donnerstag.

Die beste Nachhaltigkeitsstrategie nutzt nichts, wenn man diese nicht kommuniziert. Stark verkürzt könnte man so das Ergebnis des Symposiums zusammenfassen. Hauptreferent Roland Zegg vom Schweizer Beratungsunternehmen Grisch Consulta führte in seinem Vortrag aus, dass das Sichtbarmachen ökologisch wertvoller Maßnahmen im Rahmen eines intelligenten Marketings ein absolutes Muss ist. „Es reicht nicht aus, technisch auf dem neusten Stand zu sein“, so Zegg, „der Kunde muss Nachhaltigkeit, Innovation und Technologie auch sehen können“. Es stimme beispielsweise nicht, dass Skigebiete Energiefresser seien. Die Bergbahnen in der Schweiz etwa verbrauchten nur 0,27 Prozent der gesamten Stromproduktion der Schweiz. „Das ist so gut wie nichts“, so Zegg.

Die Nutzung erneuerbarer Energieträger stellt mittlerweile ein unverzichtbares Element von Nachhaltigkeitsstrategien in Skigebieten dar. Eine Photovoltaikanlage am Bergrestaurant des Kleinmatterhorns etwa produziert in 3.800 Metern Höhe mehr Strom, als das Bergrestaurant im Jahr benötigt. „Da wird das Restaurant zum Kraftwerk“, erklärt Roland Zegg. Hinzu komme, dass die Leistung der Photovoltaikanlage in dieser Höhe dank intensiver Sonneneinstrahlung und kühler Luft etwa 80 Prozent höher sei als im Flachland. Ein Wasserkraftwerk, das in die Beschneiungsanlage integriert wurde, produziert in einem Skigebiet in Deutschland so viel Strom, dass damit die Bergbahnen im Skigebiet ein ganzes Jahr betrieben werden können und eine Windkraftanlage im Skigebiet Salzstiegl in Österreich produziert sechsmal mehr Strom, als das Skigebiet benötigt.

„Skigebietsbetreiber sollten ihr Energiemanagement überprüfen“, erklärt Roland Zegg. Vor allem unnötiger Energieaufwand sollte vermieden werden. So könnten beispielsweise die Liftlaufzeiten optimiert werden. „Wenn keiner mit dem Lift fahren will, muss er auch nicht laufen“, so Zegg. Rolltreppen in Fußgängerpassagen funktionieren bereits nach diesem Prinzip. Genau diese Neuheit möchte man im Skigebiet Karersee einführen. Im Rahmen eines INTERREG-Projektes verbesserte das Skigebiet sein Energiemanagement und spart ab dem kommenden Jahr über verschiedene Maßnahmen im Betrieb des Skigebiets Energie ein, beispielsweise bei den Liftlaufzeiten oder bei Beschneiung und Pistenpräparierung.

Andreas Dorfmann von der Leitner Gruppe wies in einem Diskussionsbeitrag darauf hin, dass es in Berggebieten und Skigebieten nun gelte, aus der Not eine Tugend zu machen. Für Dorfmann steht außer Frage, dass in den hoch-technologisierten Skigebieten Südtirols Photovoltaik-, oder Windkraftanlagen Energie produzieren. Die Möglichkeiten, die Anlagen umweltverträglich und harmonisch in die Umgebung einzupassen, seien vorhanden.

Zu den ökologischen und ökonomischen Herausforderungen unserer Zeit gesellt sich aber auch das neue Bewusstsein der Skifahrer und stellt Skigebietsbetreiber vor neue Herausforderungen. „Immer mehr Menschen fragen sich: wie grün – wie umweltverträglich – ist eigentlich meine Freizeitaktivität?“, erklärt Alex Andreis, Präsident der Expertenplattform ProNeve, die gemeinsam mit dem Cluster sports & winterTECH des TIS innovation park für die Organisation des Symposiums verantwortlich zeichnete. Diesem veränderten Kundenbewusstsein müsse das Nachhaltigkeitsmarketing Rechnung tragen, so Andreis. In den meisten Skifahrernationen Europas stagniert die Zahl der Skifahrer oder ist gar rückläufig. Das liege auch daran, dass Skifahren kein „grünes Image“ besitze. Dies gelte es, in Zukunft zu ändern.

„Kompaktschnee im Skigebiet hat beispielsweise kein besonders grünes Image“, so Alex Andreis. Das rühre vor allem von dem Vorurteil her, in Kunstschnee seien Chemikalien enthalten. „Das stimmt aber nicht“, erklärt Andreis. „Technisch produzierter Schnee besteht genau wie Natur-Schnee nur aus Wasser und Luft“, unterstreicht Andreis. Um diese Tatsache zu untermauern und das Image von Kompaktschnee zu verbessern, setzt sich proNeve ein und wird zum Start der Skisaison eine Sensibilisierungskampagne lancieren, mit der man vor allem junge Menschen erreichen möchte, welche so wieder Lust auf Wintersport bekommen sollen.