

PRONEVE-SYMPIOSIUM (8. NOVEMBER, BOZEN): KLUGES ENERGIEMANAGEMENT MACHT SKIGEBIETE „GRÜNER“

SI, 14.12.2012

Wer Schnee produziert und Lifte betreibt, verbraucht Energie - und die wird immer teurer. Gleichzeitig steigen Kunden-Ansprüche 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 8. November in Bozen.

Die beste Nachhaltigkeitsstrategie nutzt nichts, wenn man diese nicht kommuniziert. Hauptreferent Roland Zegg vom Schweizer Beratungsunternehmen GRISCHCONSULTA 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 % 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



Er ist eisgrau, trägt einen roten Tirolerhut und hat fünf Ärmchen: die Rede ist von „Nevi“, dem Schneekristall-Maskottchen der Expertenplattform „proNeve“ des TIS innovation park. Mit Beginn der Skisaison werden Nevi-Postkarten mit Nevi-Aufklebern in allen Südtiroler Skigebieten mit den Saisonskipässen ausgegeben.

Ziel der Aktion: Wintersportler sollen darüber informiert werden, dass guter Schnee nicht unbedingt vom Himmel fällt und dass Schnee einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren Südtirols ist.

können - und eine Windkraftanlage im Skigebiet Salzstiegl in Österreich produziert 6x mehr Strom, als das Skigebiet benötigt.

„Skigebietsbetreiber sollten ihr Energie-Management überprüfen“, erklärt Roland Zegg. Vor allem unnötiger Energie-Aufwand sollte vermieden werden. So könnten beispielsweise die Liftlaufzeiten optimiert werden. „Wenn keiner mit dem Lift fahren will, muss der Lift auch nicht laufen“, so Zegg. Rolltreppen in Fußgängerpassagen funktionieren bereits nach diesem Prinzip.

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 hochtechnologisierten Skigebieten Südtirols Photovoltaik-, oder Windkraftanlagen Energie produzieren.

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 hat kein besonders grünes Image“, so Alex Andreis. Das rühre vor allem von dem Vorurteil her, in „Kunst“-Schnee 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 seine Sensibilisierungskampagne lancieren, mit der man vor allem junge Menschen erreichen möchte, welche so wieder Lust auf Wintersport bekommen sollen.

JETZT ZUGREIFEN!

PistenBully 300 W
Baujahr 2004,
6.348/4.186 Betriebsstunden,
Kombiketten, 12-Wege-Räumschild,
MultiFlexFräse

Rufen Sie Marc Celewitz an.
Telefon 07392/900-422
www.pistenbully.com

PistenBully