



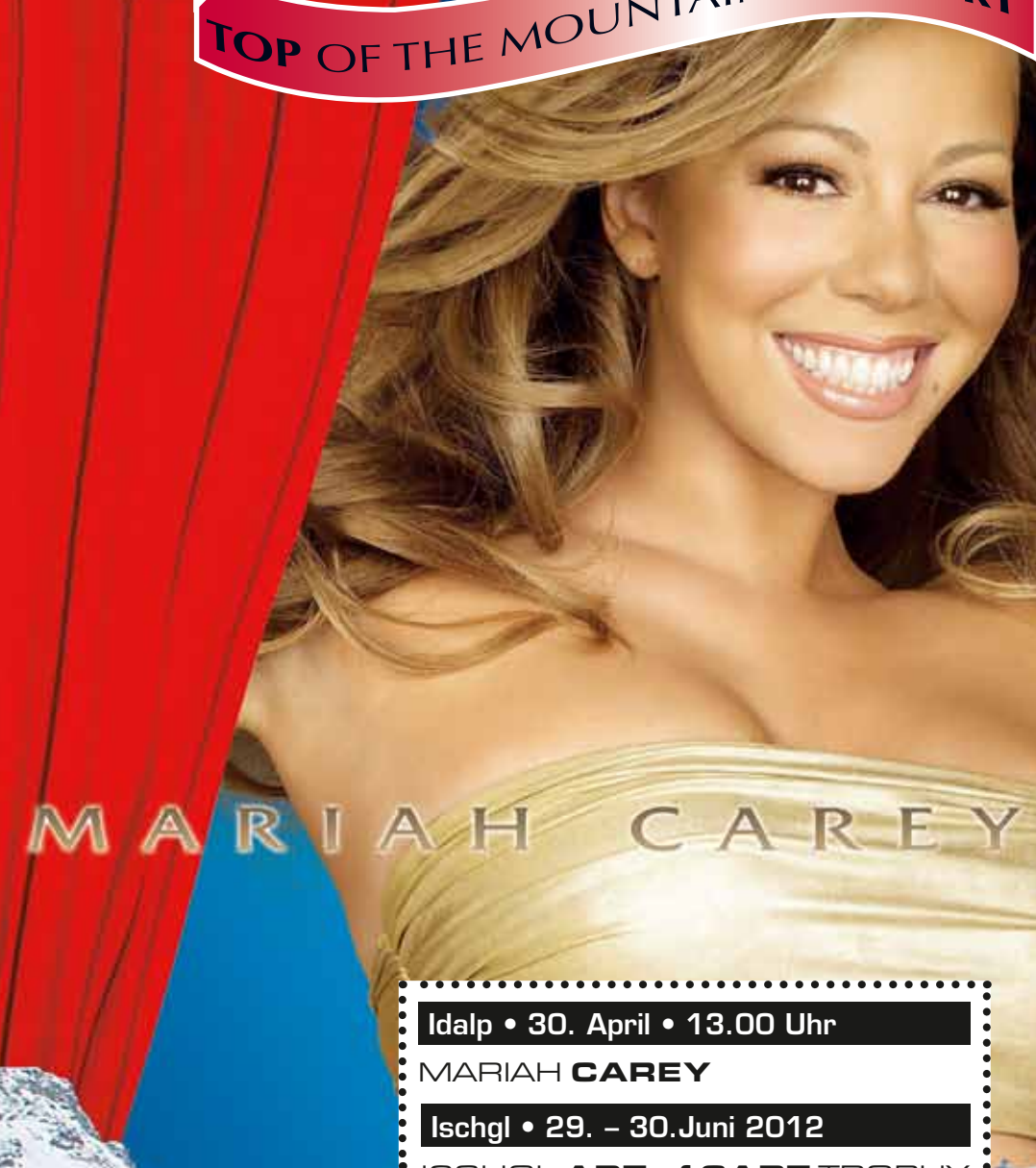
SILVRETTA SEILBAHN

NUMMER 03

APRIL 2012



GASTRONOMIE IM SKIGEBIET
VOM KOCHEN & BEDIENEN
MITARBEITER AUS ÜBERALL
DIE LOGISTIK
UMBAU HÖLLBODEN
DAS FLEXIBLE RESTAURANT
WETTEN, DASS ..?
DAS NEUE ARENA LOGO



Idalp • 30. April • 13.00 Uhr

MARIAH CAREY

Ischgl • 29. - 30. Juni 2012

ISCHGL ART of CART TROPHY





KURZ
BÄCKEREI · KONDITOREI

Lieferant der Silvrettaseilbahn AG

Zu den Produkten der **Bäckerei-Konditorei Kurz** zählen **Weizen-, Roggen- und Mischbrote, Spezial- und Vollkornbrote, Kleingebäck** wie **Semmeln, Wecken** und **Brezen** und eine reiche Auswahl von **Brot**en in **zertifizierter Bio-Qualität**.

Überlieferte Rezepte des mehr als 100 Jahre alten Familienbetriebes werden behutsam weiterentwickelt und verfeinert. Ständige Weiterbildung der gesamten Belegschaft lässt neueste Trends und Entwicklungen frühzeitig erkennen, umsetzen und weiterentwickeln. Zahlreiche Preise und Auszeichnungen sind Beweis und Lohn für das Können und das ausgeprägte Qualitätsbewusstsein der **Bäckerei-Konditorei Kurz**.



INHALT

- Gastronomie im Skigebiet Seite 04
- Mitarbeiter in den Restaurants Seite 06
- Logistik Seite 14
- Umbau Höllboden Seite 16
- Das flexible Restaurant Seite 18
- Wetten, dass ...? Seite 20
- Das neue Silvretta-Arena Logo Seite 22

Liebe Kollegen, Freunde und Mitarbeiter der Silvrettaseilbahn AG!

Das Freizeitverhalten unserer Gesellschaft ist ständigen Veränderungen unterworfen. Dies trifft ganz besonders auch für den Wintersport zu. Stand lange Zeit die sportliche Seite des Skilaufs im Vordergrund, mit dem Ziel, in kurzer Zeit möglichst viele Pistenkilometer bzw. Höhenmeter zurückzulegen und dies bei jedem Wetter, so ist heute ein vielfältiges Angebot notwendig, um einen Skitag zum Erlebnis werden zu lassen.

Leistungsfähige Beförderungsanlagen ermöglichen zudem die Befahrung derselben Anzahl an Pistenkilometer in einem kürzeren Zeitraum, sodass mehr Zeit für andere Aktivitäten zur Verfügung steht. Ganz nach dem Motto – „Essen und Trinken hält Leib und Seele zusammen“ – haben wir dieser Entwicklung in den vergangenen Jahren durch die Errichtung neuer leistungsfähiger Restaurants Rechnung getragen. Zudem ist ein zunehmender Trend weg von den SB-Restaurants hin zur Bedienung feststellbar, was die Richtigkeit unserer getätigten Investitionen nachhaltig unterstreicht.

In der vorliegenden Ausgabe unserer Betriebszeitung sollen daher die Restaurantbetriebe unter der Leitung von Geschäftsführer Harald Seidler und seiner Mitarbeiter aufgezeigt und ein Blick hinter die Kulissen geboten werden. Die Mitarbeiter der Restaurantbetriebe stehen in einem so tourismus-

exponierten Ort wie Ischgl unter ständiger Beobachtung und wir sind froh über jede berechtigte Kritik, die dazu dienen soll, um unsere Gastfreundschaft und Effizienz weiter zu verbessern. Wir ernten aber auch viel Lob unserer Gäste über die Qualität in unseren Restaurantbetrieben und sind überzeugt, dass Herr Seidler und seine Mitarbeiter im Wesentlichen eine hervorragende Arbeit leisten, wofür ihnen an dieser Stelle auch im Namen des Vorstandes gedankt sei.

Trotz des warmen Wetters und des Ausbleibens von natürlichen Schneefällen konnten wir rechtzeitig in die Wintersaison starten, wobei die „Wetten, dass..?“ Sendung für den erfolgreichen Saisonstart einen wesentlichen Betrag geleistet hat. Trotz der starken Schneefälle mit Straßensperren im Jänner und der arktischen Temperaturen im Februar liegen wir bis Mitte April leicht über dem Ergebnis des Vorjahres, was in Anbetracht der äußeren Umstände keineswegs erwartet werden konnte.

Für den Sommer war alles auf den Neubau der 3-S Pardatschgrat vorbereitet. Wir mussten mit Enttäuschung zur Kenntnis nehmen, dass die zunächst sehr positiven Verhandlungen letztlich gescheitert sind. Die Öffentlichkeit werden wir zu gegebenem Zeitpunkt ausführlich über die Umstände informieren.

Hannes Parth



SILVRETTA
SEILBAHN AG



Hannes Parth, Vorstand



Markus Walser, Vorstand

IMPRESSUM

Herausgeber, Medieninhaber,
Verleger: Silvrettaseilbahn AG, 6561 Ischgl
Konzept, Layout: editiones.com
Fotos: Silvrettaseilbahn AG, Tourismusverband Paznaun-Ischgl, Franz Vogt, Hannes Kurz, ZDF

GASTRONOMIE im SKIGEBIET

Vom Essen, Trinken, Kochen & Bedienen

Die Verpflegung der teilweise über 20.000 Besucher des Skigebietes in kurzer Zeit – der Haupttrummel ist von ca. 12.30 Uhr bis ca. 14.30 Uhr – erfordert von der Einlagerung im Herbst, der täglichen Anlieferung der Frischprodukte über die Zubereitung bis zum Service eine nahtlos funktionierende Logistik und ein eingespieltes Team von hervorragenden Mitarbeitern.

Das Zentrum des Skigebietes, die Idalp, ist gleichzeitig auch das gastronomische Zentrum. Hier befinden sich das Selbstbedienungsrestaurant Idalp mit Eisbar, Gästekindergarten und Sonnenterrasse, das Panoramarestaurant mit Terrasse und – seit dieser Saison – auf dem Dach der Fimbabahn Bergstation eine neue Eisbar. Weiters betreibt die Silvrettaseilbahn AG das Selbstbedienungsrestaurant Alpenhaus mit traditioneller Küche und dem gehobenen Bedienungrestaurant im ersten Stock.

Das Restaurant Pardorama auf dem Pardatschgrat bietet neben nationalen und internationalen Gerichten im Selbstbedienungsbereich und Spezialitäten der mediterranen Küche im Bedienungrestaurant im ersten Stock ein beeindruckendes Bergpanorama. Das Selbstbedienungsrestaurant Höllboden mit italienischer Küche wird im Sommer völlig umgebaut und somit noch attraktiver. Weiter Richtung Palinkopf befindet sich das Restaurant Schwarzwand mit einem Selbstbedienungsrestaurant, einer Pizzeria und einer herrlichen Sonnenterrasse. Schließlich lädt das Bistro Gampen direkt an der Talstation der Gampenbahn zum Verweilen, Sonnen und Genießen ein.

Neben diesen von der Silvrettaseilbahn AG geführten Betrieben kümmern sich weiters die privat geführten Restaurants Vider Alp, Paznauer Thaya und Bodenalp um Speis und Trank der Skifahrer.

Weiters betreiben auf Schweizer Seite die Bergbahnen Samnaun AG die Restaurants Salaas, Alp Trida, Skihaus Alp Trida, Alp Trida Sattel und die Alp Bella.



Von links nach rechts: Restaurant Idalp, Restaurant Schwarzwand, Restaurant Pardorama



Harald SEIDLER

Geschäftsführer der Gastronomiebetriebe im Skigebiet.

Harald Seidler, gebürtiger Steirer (Tobelbad) und mit Erfolg ausgezeichnete Absolvent der Gastgewerblichen Berufsschule in Bad Gleichenberg, Inhaber der Konzessionsprüfung im Gastgewerbe und der Lehrlingsausbildungsprüfung, arbeitete in verschiedenen Betrieben in Österreich und der Schweiz als Kellner bevor er sich 1990 für die ausgeschriebene Stelle als Assistent der Geschäftsleitung im Restaurant Panorama bewarb. Bereits 1992 übernahm er die Geschäftsleitung des Centers und leitete es bis 1996. Seit 1997 ist Seidler Geschäftsführer der Gastronomiebetriebe im Skigebiet und ist zustän-

dig und verantwortlich von der Auswahl und Führung der Mitarbeiter bis zum Wareneinkauf und den täglichen Betrieb. Seidler ist inzwischen in Ischgl verheiratet und hat zwei Kinder.



RESTAURANTLEITER:

Idalp SB: Andrea Siegling
Idalp B: Sabrina Schmid
Pardorama SB+B: Ulrike Obermayer
Alpenhaus SB+B: Helmut Klaffenböck
Höllboden: Elfriede Zauser
Schwarzwand: Martin Zangerl
Bistro Gampen: Kathleen Knötzsch
Sekretariat: Susanne Kathrein
SB = Selbstbedienung
B = Bedienung

Geschäftsführer Seidler gibt einen Einblick in die Aufgaben und wesentlichsten Arbeitsbereiche:

Der Einkauf

Bis Anfang August werden die benötigten Waren ausgeschrieben. Am 31. August jedes Jahres wird die Sommerinventur abgeschlossen, mit 1. September beginnt die Auftragsverteilung der neu benötigten Artikel und ab 10. September wird geliefert. Die lagerfähigen Waren werden mit LKW auf die Idalp befördert und hier zwischengelagert bzw. soweit wie möglich und um im Winter die

Transporte möglichst zu reduzieren, gleich zu den einzelnen Restaurants gebracht. Jeder Betrieb hat eigene Kühllhäuser, die nach Erfahrungswerten gefüllt werden. Produkte wie Fleisch, Gemüse, Milch, Käse etc. werden frühestens Anfang November geliefert. Jeder Küchenchef bestellt bei den dafür ausgewählten Lieferanten den notwendigen Bedarf. Der Tagesbedarf wird um 7.00 Uhr in der Früh geliefert.

Zum Zug kommen meist bewährte regionale Betriebe und, soweit es preislich und qualitativ möglich ist, wird geachtet, dieselben Lieferanten zu behalten – diese kennen die Bedürfnisse und die besonderen Modalitäten eines Skigebietes.

Benötigt wird von A wie Apfelsaft bis Z wie Zahnstocher alles. Wobei das Hefebier, das erst seit Mitte der 90er Jahre in Mode kam, nur ein Beispiel für die sich ändernden Konsumgewohnheiten ist.

Die Mitarbeiter

Um einen fähigen und eingespielten Mitarbeiterstand zu halten, wird den dafür vorgesehenen Frauen und Männern bereits am Ende der Saison ein Fragebogen für eine Wiedereinstellung mit den individuellen Änderungswünschen mitgegeben. Diese kontinuierliche Personalentwicklung ermöglicht es mittlerweile auf eine langjährige Stammmannschaft von 150 Frauen und Männer zurückgreifen zu können.

Für den Rest wird Ende Juli mit den Stellenausschreibungen begonnen. Wobei es das größte Problem darstellt, entsprechend ausgebildete und qualifizierte Köche zu finden. Während der Saison erfolgen vereinzelt und nach Absprache Versetzungen nach Bedarf und Können.

Die Restaurantleiter werden durchwegs aus den vorhandenen und qualifizierten Mitarbeitern ausgewählt. Es sind derzeit

5 Frauen und zwei Männer. Ihr Alter liegt zwischen 25 und 58 Jahre. Das Sekretariat im Büro Idalp betreut Thomas Wolf. Er vertritt gleichzeitig die Leiterin des Panorama-Restaurants. Weiters Susanne Kathrein, sie kümmert sich in der Verwaltung um die Ausschreibungen, Personalangelegenheiten, die Rechnungskontrolle und Speisekarten.

Die Preisgestaltung

Die Preise sind in allen von der Silvretta-seilbahn geführten Restaurants für dieselben Speisen und Getränke einheitlich. Die sogenannte 1er Linie gilt für Selbstbedienungsrestaurants, die 2er Linie für alle Bedienungsrestaurants.

Veränderungen

Geändert haben sich im Laufe der 22 Jahre, in denen Harald Seidler bereits bei der Silvretta-seilbahn AG beschäftigt ist, unter anderem auch die Ess- und Trinkgewohnheiten

der Gäste. Waren es früher vor allem die klassischen Gerichte, wie Würstl und Gulasch, die konsumiert wurden, so sind nun die Bedürfnisse viel umfangreicher und von exquisiten Fischspeisen bis zu vegetarischer Kost, von traditioneller Hausmannskost bis zu exotischen Gerichten wird alles angeboten. Im Restaurantbereich haben sich vor allem diverse Angebote positiv entwickelt. Das zeigt sich beispielsweise beim Wein. Standen früher dreißig verschiedene Weine im Angebot so sind es nun 100, wobei auch absolute Spitzenweine wie Pétrus oder Cheval Blanc angeboten und auch verkauft werden. Der Umsatz stieg kontinuierlich mit der Erweiterung des Skigebietes von 90 Millionen Schilling (6,5 Millionen Euro) im Jahr 96/97 auf nunmehr 12 Millionen Euro, und waren es damals 120 Mitarbeiter, so sind es derzeit 210.



Dirk HARNISCH

Einer aus Torgelow

Dirk Harnisch kommt aus Torgelow, einer Stadt in Mecklenburg-Vorpommern mit rund 9.300 Einwohnern. Das allein wäre nicht besonders erwähnenswert, wenn er nicht einer von rund 20 Mitarbeitern der Silvrettaseilbahn AG wäre, die aus dieser deutschen Kleinstadt stammen. Dirk wurde durch einen Kumpel, der ein Jahr vor ihm in Ischgl zu arbeiten begonnen hatte, auf Ischgl aufmerksam. Seitdem ist er jeden Winter hier, heuer bereits die 7. Saison. Im Sommer arbeitet er als Fenstermonteur in Torgelow und sein dortiger Chef kam ihn bereits besuchen und machte Urlaub in Ischgl.

Österreichische Freundin

Dirk selbst fährt nicht Ski, das ist ihm zu gefährlich. Seine Freundin ist aus Österreich, sie ist ebenfalls bei der Silvrettaseilbahn AG beschäftigt und sie haben sich hier kennengelernt. Dirk ist 33 Jahre und arbeitet in der Eisbar auf der Idalp. Im Vergleich mit seiner Arbeit in Torgelow hat

er es hier körperlich leichter, mental leichter dagegen ist die Arbeit als Fenstermonteur. Ideal erscheint ihm die Abwechslung zwischen diesen beiden Tätigkeiten.

Er beginnt, gemeinsam mit 2 Kolleginnen, um 8.30 Uhr mit Aufräumen, Getränke Einsortieren, Bänke Aufstellen, Bestellungen Abgeben und der Abrechnung im Büro.

Jeden Tag werden drei bis viertausend Menschen bedient, der größte Andrang ist zwischen 12.30 und 15.00 Uhr, wobei ihm die eigenen Landsleute doch als die schwierigsten Kunden erscheinen: „Sie wollen alles wissen, und fragen immer nach – warum, wieso, weshalb ...“ Möglicherweise hat das auch damit zu tun, dass man sich von einem Landsmann mehr Informationen erhofft.

Was sind die Gründe für seine langjährige Arbeit bei der Silvrettaseilbahn AG: „Die Arbeit ist gut, die Bezahlung passt, das Essen ist gut und man kann Nachschlag holen. Außerdem wird die Wohnung gestellt und so kann ich zuhause die Wohnung behalten.“



Susanne KATHREIN

Sekretärin Restaurant

Neben dem Geschäftsführer und den Hausmeistern gehört auch Susanne Kathrein zu den ganzjährig Beschäftigten im Gastronomiebereich der Silvrettaseilbahn AG.

Ihr Arbeitsbereich ist dementsprechend umfangreich – er reicht von der Ausschreibung der Mitarbeiterstellen, die Erstellung der diversen Statistiken über die anfallende Büro- und Schreibearbeit, die Kontrolle und

Verwaltung der Rechnungen und diverse Personalangelegenheiten, die Dokumentation und Kontrolle der Inventur, die Gestaltung und Aktualisierung der Speisekarte bis zur Ausgabe der Dienstausweise und Zuweisung der Post an die einzelnen Mitarbeiter. Susanne ist bereits das fünfte Jahr im Unternehmen tätig.

Maria WEISS 27 Saisonen in Ischgl

Maria, eine gebürtige Steirerin, arbeitet seit 1987 in der Panorama-Bar und ohne Maria, das ist beispielsweise an ihrem freien Samstag, erscheint die Bar verwaist. Viele ihrer Besucher empfinden das jedenfalls so – sowohl Gäste wie Einheimische. Maria kennt viele von ihnen noch als Kinder, denen sie Schleckereien zusteckte.

Erstmals kam Maria durch einen Kollegen von ihrer damaligen Arbeitsstelle in Achenkirch nach Ischgl. Sie kam für eine Saison. Auch den nächsten Winter - wieder nur für eine Saison. Dann noch einen Winter - wieder und ausdrücklich: nur für eine Saison. Inzwischen ist Maria 25 Winter- und 2 Sommersaisonen in Ischgl auf der Idalp.

Starke Veränderungen

Die ersten 5 Saisonen schlief Maria noch auf der Idalp in einem Personalzimmer. Daran erinnert sie sich gerne. Es war mit viel gemütlicher Hüttenatmosphäre verbunden. Oftmals fuhr sie auch mit den Pistenmaschinen mit, wenn diese in der Nacht die Pisten präparierten und nicht selten folgten Snowboardfahrten im Mondschein.

Seit Maria in einem Personalhaus im Tal

wohnt, hat sich vieles geändert – die Abende sind seither eintöniger. So wie sich seit den ersten Jahren überhaupt einiges geändert hat: Setzte sich das Personal damals vor allem aus Ex-Jugoslawen und Türken zusammen, so sind es nun vor allem deutsche Staatsbürger, zumeist aus den Ostländern.

Auch die Trinkgewohnheiten sind anders. So ist beispielsweise der Schnapskonsum gegenüber früher stark zurückgegangen. Es werden jetzt mehr Weine getrunken. Deutsche trinken nach wie vor gerne Bier, Holländer und Russen lieben Glühwein.

Seit der Schilling durch den Euro abgelöst wurde, veränderten sich auch die Trinkgewohnheiten. Anfangs, als der Wert der Münzen noch nicht recht abgeschätzt wurde, war alles noch recht ausgewogen. Inzwischen wird damit sparsamer umgegangen. Es sind vor allem die Schweizer, die diesbezüglich recht großzügig sind.

Früher ging Maria noch regelmäßig Skifahren – inzwischen stehen die Skier öfters im Keller. Im Sommer bleibt sie jetzt zuhause und freut sich auf den kommenden Winter in Ischgl.



Nesko MANJOLOVIC

Küchenchef im Selbstbedienungsrestaurant Idalp

Nesko ist seit der Saison 1996/97 bei der Silvretta Seilbahn AG und seit 1997 Küchenchef im Selbstbedienungsrestaurant auf der Idalp. Ihm unterstellt ist ein 13-köpfiges Team, das seit 1997 mit einigen kleineren Wechsels im Wesentlichen gleich geblieben ist. Das Team – im Alter von 22 bis 60 Jahre – stammt aus Österreich, Deutschland und der Slowakei und, um es zusammenzuhalten, hält Nesko mit seinen Mitarbeitern auch im Sommer Kontakt und kümmert sich teilweise auch um eine entsprechende Saisonstelle. Er selbst arbeitet im Sommer bei einer Cateringfirma, wobei ihn ein Mitarbeiter des Winters unterstützt.

Der Tagesablauf

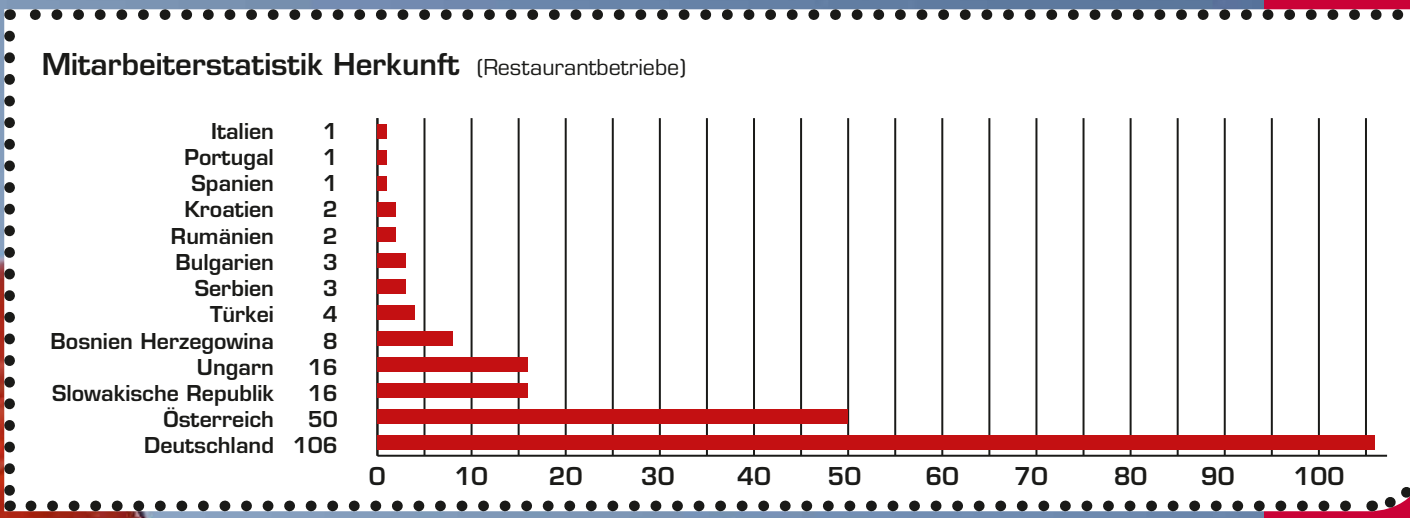
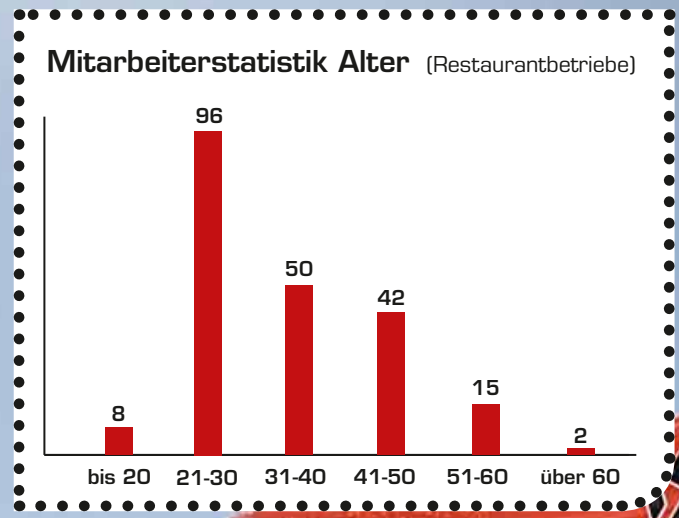
Den Tagesablauf beschreibt Nesko folgendermaßen: 7.30 Uhr Auffahrt mit der Silvrettabahn; um 8.00 Uhr beginnt die Arbeit in der Küche und bis 10.30 Uhr ist alles – der Großteil frisch – vorbereitet. Von 10.30 Uhr

bis 11.00 Uhr wird die Küchenbrigade verköstigt, danach herrscht ca. 3 Stunden Vollbetrieb, wobei täglich zwischen 1.500 und 1.800 Portionen ausgegeben werden. Dazu kommen täglich rund 250 Essen im Gästekindergarten.

Die sechs bis acht speziellen Tagesangebote werden täglich geändert, dazu kommt ein tägliches Menü, das ca. 160 bis 180 mal ausgegeben wird. Der Plan für diese Gerichte wird wöchentlich festgelegt.

Zusätzlich zu den Gästen werden bis 14.00 Uhr auch die Mitarbeiter verköstigt, die dasselbe Menü wie die Gäste und weitere 3 Speisen zur Auswahl haben.

Doch warum arbeitet Nesko und seine Stammbrigade schon 16 Jahre hier? „Der Reiz“, so Nesko, „liegt in der sehr guten Arbeitszeit, ein Tag in der Woche ist frei; Skifahren, Unterkunft und Verpflegung sind gratis und außerdem sind einige auch mit ihren Partnern, die sich ebenfalls wohlfühlen, hier in Ischgl.“



Die treuesten Mitarbeiter

(Restaurantbetriebe)

	Winter	Sommer	Gesamt
Narr Ewald	27	23	50 Saisonen
Peric Dragina	22	21	43 Saisonen
Huber Margit	17	16	33 Saisonen
Peric Zoran	17	16	33 Saisonen
Ladner Josef	16	15	31 Saisonen
Obermayer Ulrike	31		31 Saisonen
Zauser Elfriede	31		31 Saisonen
Pasch Dietmar	19	9	28 Saisonen
Zangerl Martin	16	12	28 Saisonen
Weiss Maria	25	2	27 Saisonen
Ruhdorfer Kurt	15	9	24 Saisonen
Poliak Milos	12	10	22 Saisonen

Aus der Küche (2010/11)

Die meistverkauften Gerichte (gerundet)

Salatteller / Antipasti	über 1,3 Millionen Portionen
Pommes Frites	über 100.000 Portionen
Gulaschsuppe	60.000 Portionen
Spaghetti Bolognese	44.500 Portionen
Wiener Schnitzel	41.000 Portionen
Bratwurst	22.000 Portionen
Frittatensuppe	28.000 Portionen
Knödelsuppe	15.000 Portionen
Ofenkartoffel	11.500 Portionen
Frankfurter	10.000 Portionen
Fleischkäse	9.800 Portionen
Nudelsuppe	8.800 Portionen
Tagessuppe	7.400 Portionen
Lasagne	7.400 Portionen
Pizza Salami	5.600 Portionen
Currywurst	5.500 Portionen

Süßes (2010/11)

Die Renner in den Restaurants (gerundet)

Germknödel	30.000 Portionen
Apfelstrudel	26.500 Portionen
Kaiserschmarren	18.500 Portionen
Krapfen	11.500 Portionen
Blechkuchen	11.000 Portionen
Topfenstrudel	6.500 Portionen

DER WEINKELLER

In den Kellern der Silvrettaseilbahn AG lagern jährlich ca. 20.000 Flaschen Wein.

Das Hauptaugenmerk liegt dabei selbstverständlich bei österreichischen Weinen (ca. 80%). Die restlichen Prozen-te teilen sich Italien, Frankreich und die Neue Welt.

Als teuerste Einzelflasche wurde in den letzten Jahren ein Château Cheval Blanc 1995 Methusalem (6 Liter Flasche) um ca. € 7.000 verkauft.

Die herausragendste Weinbestellung (Einzelbestellung) eines Gastes hatte ein Volumen von ca. € 23.000 und be-

stand aus einer wohlklingenden Mischung aus Bordeaux- und Toskana-weinen.

Der Bestand umfasst 150 verschiedene Weine – ca. 60% Rot- und 40% Weißwein.

Durch das exzellente Lieferantennetzwerk ist es fast immer möglich, Sonderwünsche der Gäste zu erfüllen.

Die größte Einzelflasche im Lager fasst derzeit 28 Liter, ist eine Sonderanfertigung eines österreichischen Weinbauers und wurde von einem Gast anlässlich des Top of the Mountain Concert reserviert.

Biere (2010/11)

Erdinger 0,5 l Flasche	116.000
Radler 0,5 l Flasche	76.000
Erdinger alkoholfrei 0,5 l	23.500

Alkoholfreie Getränke (2010/11)

Pepsi Cola	60.000 Liter
Mineralwasser	52.000 Liter
Gespitzter Apfelsaft	52.000 Liter
Almdudler	27.000 Liter

Kaffee (2010/11)

Verlängerter	110.000
Cappuccino	52.000
Latte macchiato	31.500
Espresso klein	27.000
Espresso groß	7.000

Heißgetränke (2010/11)

Heiße Schokolade	140.000
Glühwein	87.000
Tee mit Zitrone	66.000
Jägertee	45.000
Lumbumba	23.000

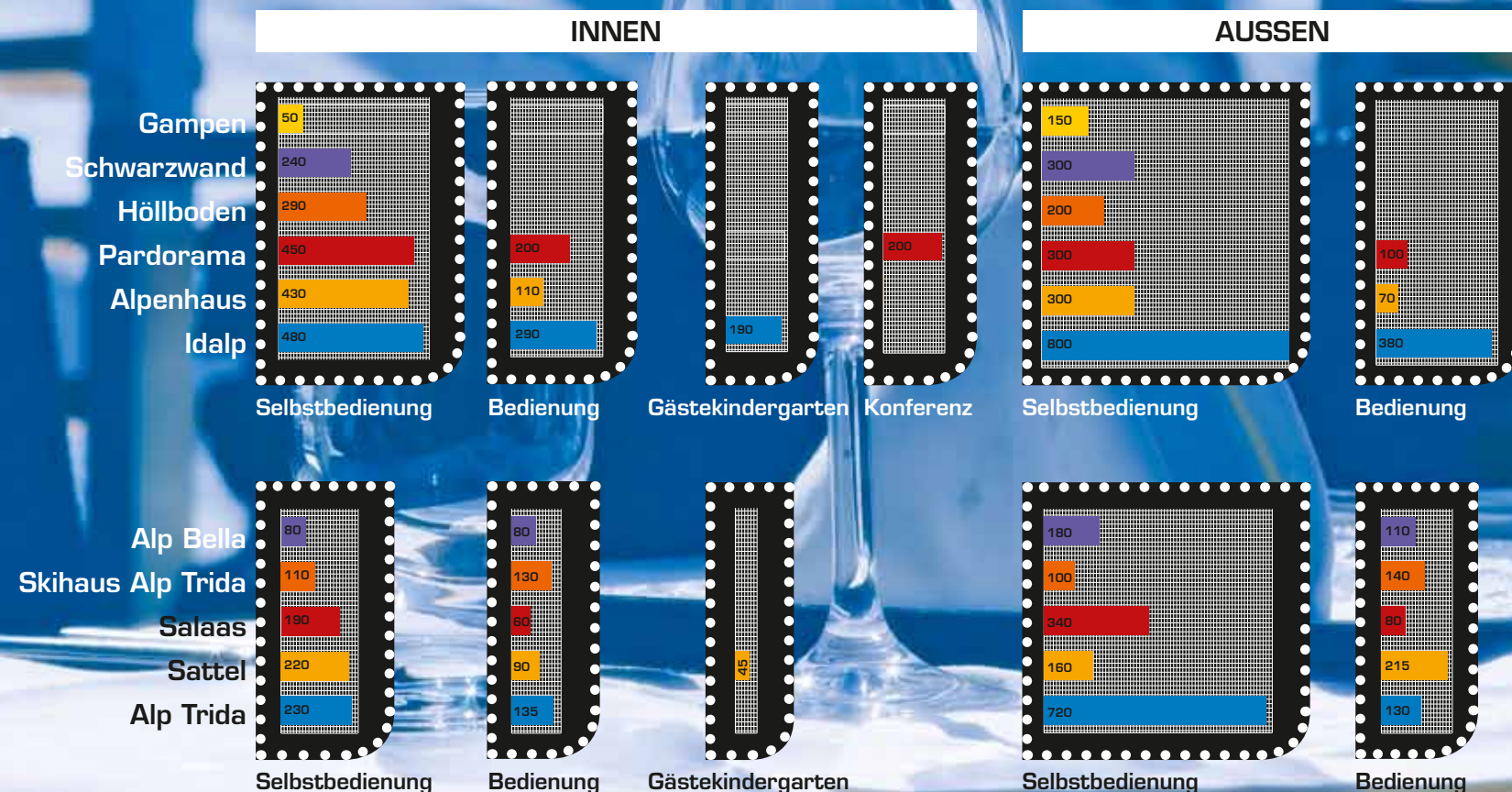
Bäuerliche Produkte aus der Region

Fleischprodukte seit 2000	205.891,60 kg	Euro 710.720,43
Milch 2010/2011	20.578 Liter	Euro 11.935,24
Butter 2010/2011	852,66 kg	Euro 4.348,57

KAPAZITÄT der RESTAURANTS

Insgesamt sind in der Silvretta Arena Ischgl – Samnaun 9.075 Restaurantplätze vorhanden. Davon 5.530 im Skigebiet Ischgl und 3.545 im Skigebiet Samnaun. Davon sind 4.300 Plätze im Innenbereich (Ischgl 2.930, Samnaun 1.370) und 4.775 im Außenbereich (Ischgl 2.600, Samnaun 2.175).

Nicht berücksichtigt sind hier die privat geführten Restaurants Paznauner Thaya, Videralp und Bodenalp.



DIE LOGISTIK

„In der Wintersaison 10/11 haben wir mit der Silvrettabahn bei 1.811 Betriebsstunden 1.821 Tonnen Material (Berg+Tal) transportiert, also fast genau eine Tonne pro Stunde! Die durchschnittliche Nutzlast eines LKWs beträgt 5 Tonnen. Das wären also ca. 364 LKW-Fahren allein in der Wintersaison 10/11. Das Material reicht von Lebensmitteln und Getränken (Leergebinde) über Biomüll und verschiedene Ersatzteile bis Veranstaltungstechnik und Bühnenmaterial und am Rodelabend werden öfters hunderte Rodel nachgeliefert.“

Georg Zangerl, Betriebsleiter Silvrettabahn

Michael SAILER

Haustechniker, Hausmeister



Gemeinsam mit dem Elektriker Egon Petter und dem Tischler Martin Zangerl ist Sailer Michael ganzjährig für kleinere und größere Reparaturen vom defekten WC bis zu den Küchengeräten zuständig.

Dabei gilt es zwei Regeln zu beachten: Erstens sollte man sich am Morgen nichts Größeres vornehmen, denn es kommt immer etwas dazwischen und zweitens, wenn man sich schon etwas Größeres vornimmt, sollte man dies bei schönem Wetter und mindestens 20.000 Leuten im Skigebiet tun. Denn dann haben die Mitarbeiter keine Zeit, dem Hausmeister ihre Leiden und Kümernisse mit Küchengeräten, Schankanlagen, Lüftungsanlagen, Heizsystemen und Brandmeldeanlagen etc. zu melden.

Wobei die Fehlermeldungen durch eini-

ge Kuriosa bereichert werden: So ist im Schwarzwandrestaurant seit ca. neun Saisonen und jährlich in derselben Kalenderwoche dasselbe WC auf dieselbe Weise zerstört und verstopft ...

Transporte

Neben den Reparaturangelegenheiten ist das Team um Michael auch für die Logistik und den Transport der Mitarbeiter und der Waren zu den einzelnen Restaurants zuständig. Der tägliche Ablauf ist fest geregelt. Zwei Mitarbeiter machen auf der Rampe die Lieferungen für die einzelnen Restaurants transportbereit. Eine eigene Pistenmaschine transportiert um 8.15 Uhr zuerst das Personal zu den einzelnen Restaurants. Die Fahrzeiten: 10 Minuten zum Höllboden; 20 Mi-

nuten zur Schwarzwand. Bei der Rückfahrt wird das Leergut mitgenommen, anschließend werden Gemüse und Frischwaren im Inneren des Pistengerätes und auf einem äußeren Trägerschild (siehe Bild oben) mit Platz für 3 Paletten Tiefkühlwaren und Getränke zu den Restaurants befördert.

Für das Bistro Gampen ist ein eigener Skidoo bereit gestellt, der die Waren von der Mittelstation liefert. Nur ein- bis zweimal in der Woche kommt hier das Pistengerät zum Einsatz, das für die Runde Idalp – Gampen und retour 3 bis 3,5 Stunden benötigt.

Im Sommer und Herbst fallen neben der Versorgung des im Sommer offenen Alpenhauses vor allem Revisionsarbeiten an: Tische, Stühle, Küchengeräte, Rohre, Lüftungen usw. werden instand gesetzt bzw. erneuert. Im September beginnt bereits wieder die Eindeckung für den kommenden Winter. Wichtig ist auch die nächtliche Feuerwache auf der Idalp, die von Mitarbeitern durchgeführt wird.



Transportgondel auf die Idalp



Vorbereitung für Weitertransport



Beladung des Pistengerätes



Transport zum Schwarzwand Restaurant



Entladung und Beladung mit Leergut

UMBAU HÖLLBODEN



Im kommenden Sommer wird das Restaurant Höllboden umgebaut. Geplant sind: Neuer Zugang mit zwei Rolltreppen, kleine Erweiterung des Restaurants, neue WC-Anlagen im Erdgeschoss und neue Bar mit Raucher-ecke. Durch die neue Fassade aus Glas, Holz und Viderstein erhält das Restaurant ein völlig neues Gesicht.

Aus der Geschichte

Im Jahre 1975 wurde das Selbstbedienungsrestaurant mit 200 Sitzplätzen und einer Sonnenterrasse errichtet. Der erste Pächter des Restaurants war Bruno Salner, nach ihm folgte Otto Canal. In der Nacht vom 7. auf den 8. Jänner 1980 brannte das damals in der Nacht noch unbeaufsichtigte Höllbodenrestaurant, eine Holzkonstruktion, bis auf die Kellermauern nieder.

Nach einem provisorischen Wiederaufbau konnte das Restaurant am 16. Februar 1980 erneut in Betrieb genommen werden. Im darauffolgenden Sommer wurde das Restaurant neu erbaut. Die Kosten betragen damals rund 18 Millionen Schilling. Seit damals bewirtschaftet die Silvrettaseilbahn AG das Höllbodenrestaurant und alle anderen Restaurants in Eigenregie (Ausnahmen: Videralp, Paznauner Thaya und Bodenalp).

Im Jahre 2001 wurde das Restaurant modernisiert und das Turmsaetl mit Eisbar errichtet. Bereits im vergangenen Sommer wurden umfangreiche Erneuerungen (Küche, WC-Anlagen, Lagerräume, Lüftungsanlage, Skizufahrt Terrasse) durchgeführt.

Neues Restaurant: Fotomontage



Das alte Restaurant

DAS FLEXIBLE RESTAURANT

Der Untergrund der Pardatschgrat Bergstation und des Restaurants Pardorama ist in Bewegung. Die Bauten wurden durch eine spezielle Fundierung und Baugrubensicherung gesichert. Die Sicherheitsmaßnahmen beim Bau des Restaurantteils sind hier zusammengefasst.

Seit dem Ende der letzten Hochvereisung der Alpen vor ca. 12.000 Jahren bewegt sich die 40 bis 60 Meter dicke Kristallplatte, die von der Velillscharte bis zur Pardatschgrat-Bergstation und weiter zum Westabfall des Grates ins Fimbatal reicht. Dabei zerlegt sich die Platte in Teilschollen, die Richtung Südwest bis West und Nord bis Nordost abtauchen. Diese Zerlegung und Bewegung wird durch die Klimaerwärmung und dem damit verbundenen Auftauen des Permafrostes noch verstärkt. Das Bauen auf einem derartigen Untergrund erfordert neben umfangreichen geologischen Messungen auch spezielle architektonische und bautechnische Maßnahmen.

Bautechnische Maßnahmen

Obwohl das Bewegungsausmaß der Platten-schollen in erster Linie vom Jahresniederschlag und von den Jahrestemperaturen abhängt und damit kaum zu beeinflussen ist, kann der Fundierungsbereich durch technische Maßnahmen bis zu einem bestimmten Ausmaß geschützt werden. So sorgen belüftete und nicht beheizte Kellerräume, dass kein zusätzlicher Wärmeeintrag erfolgt. Weiters reduziert die Versiegelung der Terrassenfläche und die zusätzliche Ableitung der Dach-, Terrassen- und Vorplatzwässer bis weit außerhalb der Bauwerke die Durchfeuchtung des Untergrundes.

Die einzelnen Schollen des Untergrundes sind durch Klüfte und Spalten getrennt und bewegen sich ungleichmäßig Richtung Tal. Da sich die Bauten auf dem Pardatschgrat aber über mehrere dieser instabilen Schollen erstrecken, musste bei der Fundamentierung auf diese Bewegung Rücksicht genommen werden.

Dies geschah – es ist hier vom Restaurantteil die Rede – durch drei einzelne punktuelle Fundamente (Bild 1), die eine massive und vor allem auch verdrehungssichere Stahlkonstruktion (Bild 2) mit dem darauf errichteten Restaurant (Bild 3+4) tragen. Die Stahlkonstruktion wird mittels hydraulischen Pressen (Bild 5), mit Hilfe derer die unterschiedlichen Setzungen des Untergrundes ausgeglichen werden können, angehoben.

Die erste Hebung erfolgte schon im Spätherbst 2004, noch während der Bauzeit. Seither musste bis auf den vergangenen Winter jedes Jahr nachjustiert werden. Dieser Hebevorgang ist in wenigen Stunden erledigt und durch Unterlegen von Stahlplatten wird die unterschiedliche Fundamentsetzung, die bereits bis zu 29 Zentimeter beträgt und jedes konventionell gebaute Gebäude längst zerstört hätte, ausgeglichen.



Bild 1: Die drei Fundamente in Bau



Bild 2: Unterkonstruktion Restaurant



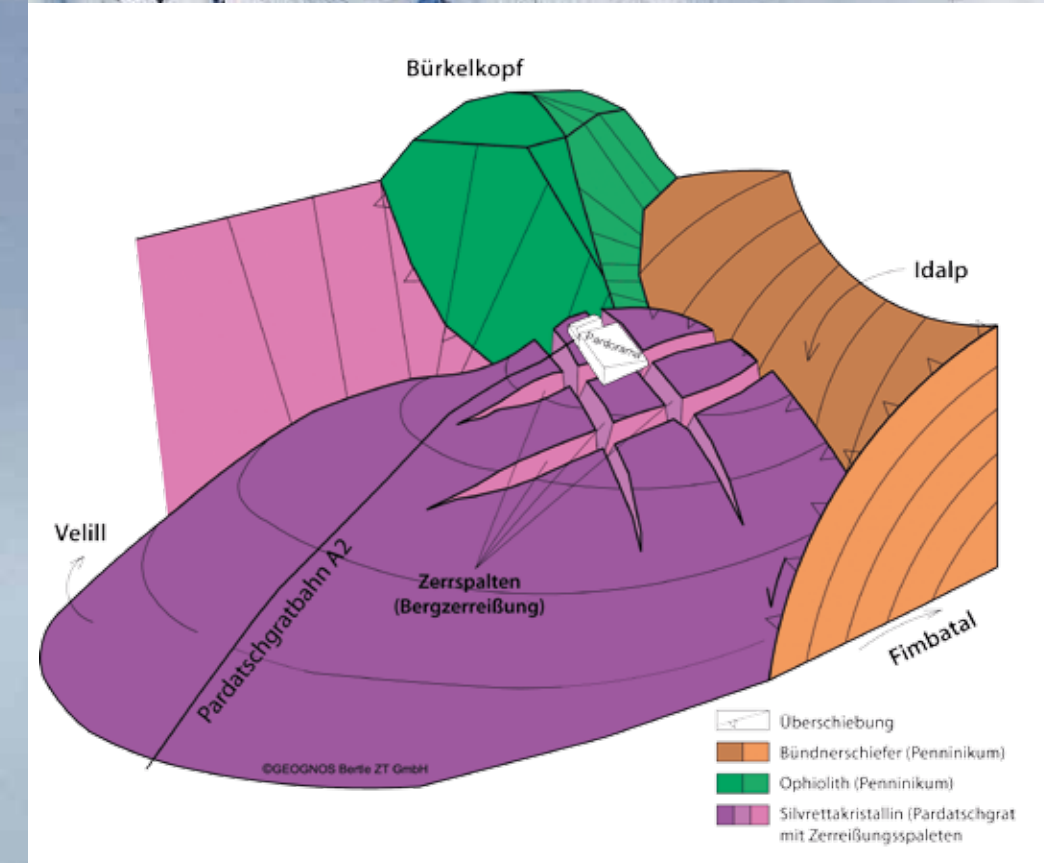
Bild 3: Stahlbau Restaurant Sommer 2005



Bild 4: Stahlbau Restaurant Sommer 2005



Bild 5: Hydraulikzylinder



WETTEN, DASS ..?

Die Voraussetzungen waren gemischt: Der letzte Auftritt des eigentlichen „Wetten-dass-Königs“ Thomas Gottschalk am 3. Dezember 2011 garantierte Höchsteinschaltquoten. Weniger Grund zum Jubeln gab die Schneelage – die lag unter allen Werten. Das Ergebnis war dennoch beeindruckend: Über 20 Millionen TV-Zuseher in Europa verfolgten die Wette und die maschinell erzeugte Schneelage war beeindruckend.



Hell beleuchtet von den Scheinwerfern, die von den eigens errichteten Türmen auf den Ischgl Snowpark strahlten, wurde dem TV-Millionenpublikum eine Schneelandschaft präsentiert, wie sie weißer nicht sein könnte. Dabei – und das war allgemein bekannt – gab es in Tirol kaum Schnee.

Die Bilder aus Ischgl zeigten ein ganz anderes Tirol, und schließlich kam zu dem für die Show produzierten Schnee auch noch der Schnee vom Himmel – wie bestellt.

So werbewirksam dieser Schneefall auch gewesen sein mag, für die Mitarbeiter der Silvretta Seilbahn AG bedeutete er zusätzliche Arbeit: Mit Blasgeräten, wie sie sonst zur Laubbefreiung der Straßen eingesetzt werden, musste dieser Schnee aus der harten Fahrspur geblasen werden.

Der Aufwand war aber auch ohne Schneefall beträchtlich: 15 Türme für Licht und Kameras, 11 Kameras am Start, darunter 2 Handkameras, 4 auf Stativ, 2 drahtlos und 3 unbemannt und 70 Personen vom ZDF, die die Außenwette vorbereiteten. Benötigt wurden die Räume für die Technik, für die Redaktion und Produktion, weiters eigene Aufenthaltsräume für die Wettkandidaten und das gesamte Team. Die Wettstrecke war 1,3 km lang, die benötigten Kabel hatten eine Gesamtlänge von 15 km.

Nachdem Ischgl im Oktober die positive Nachricht von der Übertragung der Außenwette zu der letzten von Thomas Gottschalk moderierten Show erhalten hatte, wurde unverzüglich mit dem Aufbau und der Präparierung des Snowparks begonnen.

Die Techniker des ZDF reisten eine Woche vor der Wette an und begannen nach der Besichtigung mit dem Aufbau der Übertragungstechnik, der Podeste für Kameras und Licht usw. und täglich gab es Proben mit den Wettkandidaten.

Das waren der Wiener Biker Andreas Brewi, der den Schweizer Snowboarder Gian Simmen zu einem direkten Rennen auf dem Ischgl Snowpark aufgefordert hatte. Ischgl Snowpark gilt mit 66 Absprüngen, darunter 30 Rookie-, 24 Public- und 12 Pro-Jumps als einer der längsten zusammenhängenden Terrainparks der Alpen auch zu den größten Europas. Gewonnen hat schließlich der Biker und mit dem 2. Platz verpasste er nur knapp den Titel des Wettkönigs.

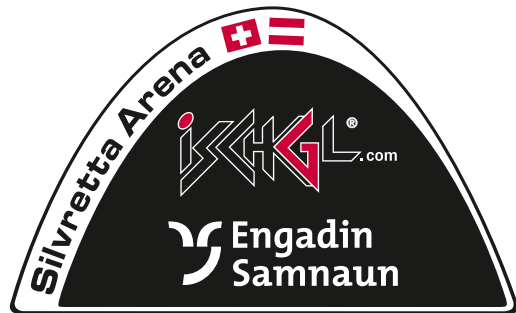
Welche Bedeutung diese Wette für Ischgl hatte, ergeben folgende Zahlen: Laut ZDF lag die Reichweite in Deutschland mit 14,73 Mio. Zusehern bei 39,1% Marktanteil in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen. Beim ORF lag die Reichweite bei 1,08 Millionen Zusehern bzw. 42 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe 12 plus.

Auf der Idalp selbst verfolgten rund 5.000 Zuschauer das Spektakel. Ihnen galt auch das anschließende Feuerwerk.

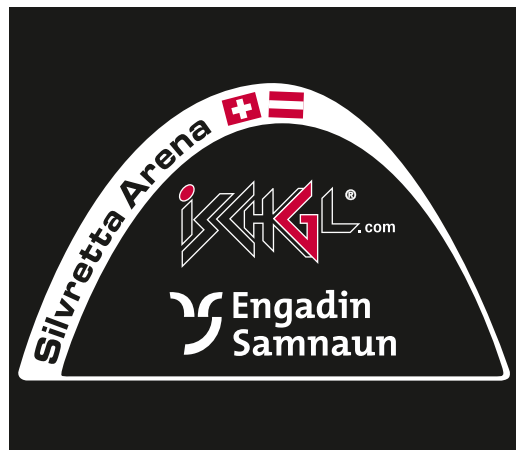
ARENA LOGO



Altes Silvretta Arena Logo



Neues Silvretta Arena Logo positiv



Neues Silvretta Arena Logo negativ



Neues Silvretta Arena Logo Schwarz-Weiß positiv

Das neue Samnaun-Logo erforderte auch eine Neugestaltung des für Ischgl und Samnaun gemeinsam gültigen Silvretta Arena Logos.

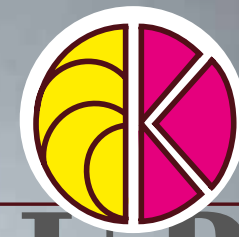
Die Vorgaben: Auf dem Logo müssen „Ischgl“ und „Engadin Samnaun“, weiters die Flaggensymbole von Österreich und der Schweiz und der Schriftzug „Silvretta Arena“ aufscheinen. Dazu kommt als eine weitere Vorgabe das Corporate Design (CD) von Ischgl, das neben schwarz und weiß farblich keinen Spielraum offen lässt.

Gleichzeitig musste geachtet werden, die beiden Schriftzüge „Ischgl“ und „Engadin Samnaun“ gleichwertig darzustellen, etwas, das bei der langjährigen Präsenz des markanten Ischgl-Logos nicht sehr einfach ist. Samnaun hat allerdings durch die neue Wort-Bild-Marke unter der Dachmarke Engadin stark gewonnen und das Zugeständnis von Samnaun, die Wort-Bild-Marke „Samnaun Engadin“ in der Schwarz-Weiß-Version einzubauen, ermöglichte in der Anordnung und Farbgestaltung der beiden Logos eine einheitliche und für beide akzeptable Lösung.

Die Marke „Silvretta Arena“, die eigentliche Marke für das gemeinsame Skigebiet von Ischgl und Samnaun hat das Handicap, dass sie sich gegenüber „Ischgl“ nie durchsetzen konnte. Welche Bedeutung diese Marke wirklich hat, wird ersichtlich bei der Frage „Gehst heute in die Silvretta Arena?“ Selbst

viele Ischgl wüssten wohl nicht sofort, was damit gemeint sein könnte. Möglicherweise ist das auch gar nicht notwendig. Für die gemeinsamen Auftritt der Skigebiete von Ischgl und Samnaun ist diese Marke jedoch erwünscht.

Die bisherige Gestaltung trennte die beiden Worte Silvretta und Arena, wodurch der Begriff visuell abgewertet wurde. Aus diesem Grund wurde Silvretta Arena ungetrennt gestaltet. Durch die asymmetrische Anordnung wurde dem Schriftzug gleichzeitig mehr Eigenständigkeit verliehen und – eingebaut in die weiße und in Bergform gestaltete Umklammerung der beiden Logos von Ischgl und Samnaun – ist die Zuständigkeit dieser Marke für beide Orte unmissverständlich. Die anschließenden beiden Flaggensymbole auf der Spitze der Umklammerung betonen nochmals die Marke Silvretta Arena und deren Internationalität.



KURZ
BÄCKEREI · KONDITOREI

Lieferant der Silvrettaseilbahn AG



Wer in Ischgl urlaubt, sollte sich auf keinen Fall die herrliche **Ischgl Lifestyle Torte** entgehen lassen, eine Symphonie aus weißer und dunkler Schokolade, einer Spur feinem Zwetschgenbrand und dem Geschmack leicht herber Preiselbeeren. Sie ist die Spitze feinsten Österreichischer Konditorkunst und weit über die Region hinaus bekannt. In der edlen Verpackung stellt sie ein ganz besonderes Geschenk oder „das“ Souvenir für die Daheimgeliebten dar. Als kleines, exklusives Mitbringsel gibt es die Torte auch als „Ischgl Petit“ im Miniformat.

Wer es gerne nussig mag, hat mit dem **Gipfelstürmer** einen süßen Gruß aus den Tiroler Bergen auf dem Kuchenteller. Die originelle Verpackung beinhaltet einen mit weißer Schokolade überzogenen „Gipfel“, worunter sich saftiger Nusskuchen wie aus Omas Küche verbirgt – natürlich aus der **Bäckerei-Konditorei Kurz**.