



SEILBAHNEN INTERNATIONAL

TECHNOALPIN 2026
**EFFIZIENZ. INNOVATION.
VERLÄSSLICHKEIT.**



INFRASTRUKTUR
OLDIES. WASSERKRAFT. PERMAFROST.

PRIVATE SKIING
LUXUS. BUSINESS. NETFLIX.

NICHT IN SAISONEN DENKEN: KÄRNTEN VERFOLGT 365/12-STRATEGIE

365 Tage im Jahr verlässlicher Arbeitgeber und zwölf Monate lang zentrale buchungsrelevante Angebots-Säule des Tourismus – die Kärntner Seilbahnwirtschaft will ein Big-Player werden.

„Wir Kärntner Seilbahnunternehmen sind jeden Tag des Jahres ein stabiler und verlässlicher Arbeitgeber für unsere mehreren hundert Ganzjahresmitarbeiter. Gleichzeitig bieten wir in jedem Monat des Jahres Urlaubsgästen attraktive und zentral buchungsrelevante Angebote. Überdies kommen die Kärntner dank der Saisontickets (Kärnten Card im Sommer, Kärntner Skipass im Winter) überaus preisattraktiv in den Genuss unserer Ski- und Bergerlebnisangebote“, erläutert **Hans Hopfgartner** von den Gerlitzen Bergbahnen.

„Ski-Erlebnisse sind in Kärnten von Oktober bis Mai möglich und Berg-Erlebnisse von Mai bis November“, konkretisiert der geschäftsführende Gesellschafter der Bergbahnen auf der Gerlitzen Alpe. Im Frühjahr starten die ersten Sommerbergbahnen am 1. Mai in die Saison, die auf zahlreichen Erlebnisbergen bis Anfang November dauert. Im Winter läuft der Skibetrieb am Mölltaler Gletscher bis Ende Mai und startet bereits im Oktober wieder.

Bedarf für mehr Kommunikation

„Sechs Monate Sommer-Bergerlebnis und acht Monate Skierlebnis machen uns Seilbahnen zum zentralen Ganzjahres-Tourismus-Motor“, betont der Gerlitzen Chef. „Allerdings wird unser 365/12-Agieren, das für Mitarbeiter genauso relevant ist wie für Gäste, bisher nicht entsprechend dargestellt. Da sind wir Seilbahner gefordert und müssen die Tourismuswirtschaft sowie die Politik ins Boot holen“, betont Hans Hopfgartner.



Von Bergbahnern zu Schiffen (v.l.): Manuel Kapeller-Hopfgartner & Markus Ramsbacher
© Gerlitzen Alpe



Die Übernahme der Ossiacher See Schifffahrt durch die Bergbahnen Gerlitzen Alpe soll neue Synergien und Perspektiven eröffnen. © Region Villach Tourismus GmbH/ Michael Stabentheiner

Gerlitzen Alpe: Visionäre Schritte

Apropos Boot: Die Gerlitzen Alpe selbst setzte in den vergangenen Monaten vielbeachtete strategische Entwicklungsschritte, im Sinn eines ganzheitlichen 365 Tage-12 Monate-Denkens.

Dazu zählen die Übernahme der Schifffahrt am Ossiacher See, des Gipfelrestaurants am höchsten Punkt der Gerlitzen Alpe, der Tankstelle am Talstationsareal in Annenheim und die Schaffung eines Verkehrsknotenpunkts von Seilbahn, Schifffahrt, S-Bahn, Buslinien, Radwegen und Bundesstraße. Von Graz dauert es etwa nur 104 Minuten via Koralmbahn und S-Bahn ab Villach zur Seilbahn-Talstation.

Gleichzeitig denken Hopfgartner und das Gerlitzen-Führungsteam um Prokurist **Manuel Kapeller-Hopfgartner** und Seilbahnprofi **Markus Ramsbacher** im Sinn der Branche strategisch weit über das eigene Unternehmen hinaus. „Unser Kärntner Ziel muss sein, dass sich die Seilbahnwirtschaft im Land, die eng mit dem Kärntner Tourismus verzahnt ist, dynamisch weiterentwickeln kann“, bezieht Markus Ramsbacher Stellung. Er ist auf der Gerlitzen Alpe für Marketing, Verkaufsleitung sowie Projekte verantwortlich und Landessprecher Kärnten der Besten Österreichischen Sommer-Bergbahnen.

Kurioserweise schwächt der Winter

„Kärnten weist eine haarsträubende Diskrepanz zwischen Sommer- und Winter-nächtigungen auf. 3,5 Millionen Winter-nächtigen gegenüber 9,5 Millionen Sommernächtigen gegenüber. Es muss eine klare Strategie her, die Winter-Nächtigungen, die überwiegend Skifahrer-Nächtigungen sind, deutlich zu steigern“, stellt Markus Ramsbacher klar. „Obwohl wir auf der Gerlitzen Alpe dank leistungsfähiger Schneeanlagen Skibetrieb von Ende November/Anfang Dezember bis etwa Anfang April garantieren, fehlen auch uns abseits weniger starker Wochen die Skiurlaubsgäste. Ähnlich ist der Status quo mit Ausnahme des Nassfelds, des Katschbergs und der Turracher Höhe in ganz Kärnten. Das ist inakzeptabel. Deshalb braucht es JETZT massive Anstrengungen, die im kooperativen Zusammenspiel mit dem Tourismus und der Landespolitik zu setzen sind“, bringt Ramsbacher die Analyse auf den Punkt.

„Wir als Seilbahnwirtschaft sind gerade dabei, uns im Sinn von 365 Tage-12 Monate professionell aufzustellen. Parallel dazu sind Tourismuswirtschaft und Politik gefordert, mit uns an einem Strang zu ziehen“, so Manuel Kapeller-Hopfgartner, neben Bergbahn-Prokurist auch Geschäftsführer der unternehmenseigenen Ossiachersee-Schifffahrt.