



„Auch wenn wir einen Impfstoff gegen das Coronavirus haben werden, warten vielleicht schon die nächsten Viren.“

Christoph Gamper,
Geschäftsführer und Miteigentümer der Durst Group

Die Brixner Durst Group entwickelt ein Luftdesinfektionssystem gegen Corona

INNOVATION: Luftaustausch und UV-Strahlen in einem System vereint – Dadurch kann Raumluft kontinuierlich desinfiziert werden

VON ARNOLD SORG

BRIXEN. Seit 3 Monaten habe man an dieser Entwicklung gearbeitet, nun könne man sie der Öffentlichkeit präsentieren: Das Brixner Unternehmen Durst will mit dem UVC-R Luftdesinfektionssystem den Viren in geschlossenen Räumen den Garaus machen.

Die neue Normalität in der Corona-Pandemie sei geprägt vom Tragen von Mund-Nasenschutz, von Abstandhalten, Desinfektionsmitteln und Händewaschen, sagte gestern Christoph Gamper, Geschäftsführer und Miteigentümer der Durst Group. „Auch wenn wir einen Impfstoff gegen das Coronavirus haben werden, warten vielleicht schon die nächsten Viren.“ Daher müsse man sich vorbereiten, um einer solchen Pandemie nicht noch einmal völlig hilflos ausgeliefert zu sein, so Gamper.

„Die Ansteckungsgefahr mit dem Coronavirus ist vor allem in geschlossenen, nicht gelüfteten



So sollen – in der Mitte des Klassenzimmers – die Luftdesinfektionssysteme aufgestellt werden.

Durst Group

Räumen sehr hoch.“ Viren und Aerosole würden in solchen Räumen langsamer sinken und länger in der Luft bleiben. Auch gekippte Fenster würden die Gefahr einer Ansteckung kaum vermindern. Bleiben also die Möglichkeiten: alle 10 Minuten den Raum zu lüften, oder eine mo-

derne Klimaanlage mit Zu- und Abluft. „Alle 10 Minuten zu lüften, wäre im Winter aber wohl kaum sinnvoll“, sagte Klaus Delueg, Laborleiter der Durst Group. Und eine moderne Klimaanlage würde nicht jedes Gebäude besitzen. Zudem würde die Leistungsfähigkeit dieser

Anlagen nicht immer der Raumgröße entsprechen.

Eine weitere Möglichkeit wären UV-Strahlen, die Viren und Bakterien abtöten. „UV-Strahlen sind aber gefährlich für den Menschen und können Ozon bilden“, so Delueg. Zudem würden UV-Strahlen bei Viren nur

auf sehr kurzer Distanz wirken.

Also hat sich die Durst Group auf die Suche nach einer verträglichen Lösung gemacht. Der Lösungsansatz: Durst UVC-R vereint sowohl Luftaustausch als auch UV-Strahlen in einem System und reduziert damit effektiv infektiöse Aerosole, Viren und Keime in Innenräumen. Über eine Membran mit Luftansaugdüsen wird die Raumluft in 2 geschlossene Kanäle geführt und mit UV-C-Lichtquellen bestrahlt. Die desinfizierte Luft wird kontinuierlich über einen separaten Luftausgabekanal wieder in den Raum abgegeben.

Die Besonderheit des Durst UVC-R sei, dass es sich dabei um geschlossene, strahlengeschützte Kammern mit Hochleistungs-UV-Quellen in luftstromoptimierten und verspiegelten Kanälen handle. Zudem erzeuge der UVC-R eine ozonfreie UV-C-Strahlung mit einer Wellenlänge von 254 Nanometern.

Wie das Luftdesinfektionssystem von Durst funktioniert, erklärte Gamper anhand eines Beispiels: 4 Personen sitzen an

einem Tisch und sind von einem Volumen von 8 Kubikmetern umgeben. Pro Person werden rund 0,5 Kubikmeter Luft pro Stunde ein- und ausgeatmet, also insgesamt 2 Kubikmeter. „Der Durst UVC-R entkeimt das 12,5-Fache dieses Volumens oder 25 Kubikmeter in 15 Minuten und das 50-Fache des Atemvolumens von 4 Personen oder 100 Kubikmeter, in einer Stunde.“ Steht der UVC-R in einem größeren Raum, erfolge eine konstante Durchmischung der Raumluft rund um das Entkeimungszentrum, womit durch permanente Abgabe gereinigter Luft auch außerhalb der zentralen Zone eine Reduktion der Keime erfolge, so Gamper.

„Ein externes Labor für Medizintechnik und Desinfektionsmittel in Deutschland ist gerade dabei, unsere Ergebnisse zu verifizieren“, so der Durst-Chef. Zugleich werde die Effizienz des Durst UVC-R mit „Pseudoviren“ oder sogenannten Bakteriophagen, im Realmodus erprobt. ©

BILDER auf abo.dolomiten.it

WIFI

Mit dem WIFI auf Erfolgskurs!



SPECIAL Professional Business English
International communication and presentation skills
20. und 21. Oktober 2020

Import von Waren
Zoll- und steuertechnische Aspekte und Auflagen
30. Oktober 2020 vormittags

InDesign für Fortgeschrittene
05. und 06. November 2020

Marketing – Grundlagen für die Praxis
11. November 2020

Kosten im Griff!
Praxiswissen Kostenrechnung und Kalkulation
12. und 13. November 2020

13. Intervalltraining: Spitze im Verkauf!
Die bewährte Fortbildung für Profi-Verkäufer/innen
12. November 2020 – 25. März 2021 (5 Module)

Facebook – Einführung
Social Network für kommerzielle Anwender/innen
13. November 2020

Smart Working Et Co
Arbeitsrechtliche Aspekte, die es zu berücksichtigen gilt
17. November 2020 vormittags

Leistungsorientierte Vergütung
Zielvereinbarungen und Prämien erfolgreich gestalten
25. und 26. November 2020



WIFI – Weiterbildung der Handelskammer Bozen
39100 Bozen | Südtiroler Straße 60
Tel. 0471 945 666 | wifi@handelskammer.bz.it
www.wifi.bz.it

Alperia erwirbt Mehrheit an Hydrodata

UNTERNEHMEN: Alperia kauft 50,51 Prozent der Anteile an Beratungsunternehmen – 2,2 Millionen Euro

BOZEN. Gestern wurde der Vertrag zwischen Intecno S.p.A. und dem Südtiroler Energiekonzern Alperia AG über den Verkauf von 50,51 Prozent der Anteile an Hydrodata S.p.A. unterzeichnet.

Hydrodata ist ein auf italienischer Ebene führendes technisches Beratungsunternehmen, das in der Entwicklung und dem Angebot von Ingenieurdienstleistungen, technisch-wirtschaftlicher Beratung und angewandter Forschung im Bereich der Wasserwirtschaft tätig ist.

Der Ankauf sei Teil der Initiativen zur Erreichung der Unternehmensziele, die im Strategieplan 2020 bis 2024 der Alperia-

Gruppe festgelegt sind, heißt es vom Unternehmen.

Hydrodata, gegründet in Turin im Jahr 1976, erwarb in Italien in ihrer mehr als 40-jährigen Geschichte eine Führungsposition in Ingenieurdienstleistungen der Wasserwirtschaft mit zahlreichen Erfahrungen auch im internationalen Bereich. Der Wert des Unternehmens liege nicht nur in seinem konsolidierten Netzwerk auf staatlicher Ebene, sondern auch in der Kompetenz und Produktionskapazität seines Teams von Fachleuten, die im Laufe der Jahre für Institutionen, Versorgungsunternehmen und Privatpersonen mehr als

3500 Projekte, hauptsächlich in der Wasserwirtschaft, entwickelt und umgesetzt haben, heißt es von Alperia.

„Mit dieser Übernahme von strategischer Bedeutung macht Alperia einen wichtigen Schritt in die Zukunft und stärkt seine interne Struktur und sein Know-how im Bereich der technischen Dienstleistungen“, so der Südtiroler Energiekonzern. Mit Hydropower würden sich vielfältige Möglichkeiten zur Zusammenarbeit und Nutzung der Synergien ergeben – sowohl im Hinblick auf die Entwicklung der Wasserkraftanlagen in Südtirol als auch der Lancierung eines neuen

Innovations- und Forschungsprojekts im Bereich Wasserkraft.

Das Abkommen zwischen Alperia und Hydrodata sieht auch die Einrichtung eines Innovationszentrums in Bozen vor. Das Projekt zielt darauf ab, die von Alperia im Rahmen des Konzepts „Smart Region“ begonnenen Aktivitäten umzusetzen.

Im Jahr 2019 verzeichnete Hydrodata einen Umsatz von über 4,4 Millionen Euro, der Halbjahresumsatz zum 30. Juni 2020 belief sich auf 2,1 Millionen Euro. Die Investition für den Erwerb der Anteile durch Alperia beträgt den Angaben zufolge 2,2 Millionen Euro. © Alle Rechte vorbehalten

Leadership: Herausforderung des Führens im digitalen Zeitalter

VERANSTALTUNG: 9. „Südtiroler Führungs-Forum“ findet am 20. November in Bozen statt

BOZEN. Wer heute ein Unternehmen führt, muss mehr als nur ein Manager sein. „Eine Führungspersönlichkeit muss in der ‚Digital Economy‘ dazu in der Lage sein, mit Risiken umzugehen und trotz aller Unsicherheiten, wie wir sie zum Beispiel zurzeit erleben, Entscheidungen zu treffen. Zudem stellt die Digitalisierung in sehr vielen Branchen die Geschäftsmodelle völlig auf den Kopf“, sagt Mirko Udovich, von Staff & Line Personnel Management aus Kaltern Veranstalter des „Südtiroler Führungs-Forums“. Die 9. Ausgabe der Veranstaltung am 20. November im NOI-Technopark in Bozen ist heuer dem Thema Leadership gewidmet.

Traditionelle Führungsansätze, wie die Kommunikation bleiben auch künftig im Leadership essenziell. Doch was sich grund-



Mirko Udovich

legend geändert hat, ist die Art und Weise der Entscheidungsfindung. Ein linearer Entscheidungsprozess, bei dem man sich auf irgendwelche gelernten Management-Tools verlassen kann,

ist nicht mehr denkbar. Der Anspruch an die neuen Führungskräfte im Kompetenz- und Verantwortungsprofil ist stark gestiegen. Die Schnellebigkeit und Innovation, der wirtschaftliche Druck und das notwendige Wissen in vielen Bereichen machen es nicht gerade leichter, ein Unternehmen erfolgreich zu führen.

„Das Anforderungsprofil der neuen Führungspersönlichkeiten unterscheidet sich fundamental von den vergangenen Generationen. Charisma und Motivationsfähigkeit spielen eine wichtige Rolle“, so Udovich. Der „Digital Leader“ werde zum Antreiber einer neuen Innovationsbewegung, zum Motivator der Mitarbeiter, die er für die Umsetzung braucht, und damit schlussendlich zum Umsetzer einer interdis-

ziplinären, unternehmensweiten Digitalisierungsbewegung.

„Die Qualifikationsprofile der ‚Digital Leader‘ lassen darauf schließen, dass die engere Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitern und Führungskräften dabei maßgeblich wird“, ist Udovich überzeugt. So werden Hierarchien flacher und damit Verantwortungen und Befugnisse breiter auf mehrere Schultern verteilt.

Das bedeutet auch, dass sich alle Führungskräfte und Mitarbeiter auf neue Herausforderungen und Abläufe einstellen müssen. Dies sollte eine Motivation sein, sich neuen Technologien und Arbeitsabläufen positiv gegenüber zu stellen und in der Kombination aus Zuhören, Aufbau und Weitergabe von Wissen seinen Platz im digitalen Zeitalter selbst zu definieren. ©



Kontaktieren Sie uns über ...

WhatsApp „Dolomiten“ - Tel. 345/7605050