

Die erfolgreiche Region Zell am See-Kaprun

Strategische Ausrichtung & Produktentwicklungen
in der innovativen Region mit 2,7 Mio. Nächtigungen

Mag. Renate Ecker
Zell am See-Kaprun Tourismus GmbH

06.04.2018

- USP: Gletscher, Berg, See
- Ganzjahresdestination
- 2,7 Mio. Nächtigungen/652.000 Gäste
- Hoher Internationalisierungsgrad
- 790 Betriebe/ 17.700 Gästebetten
- 47/53% Sommer/Winter

Fakten zur Region



Mehrjahresentwicklung Nächtigungen Region

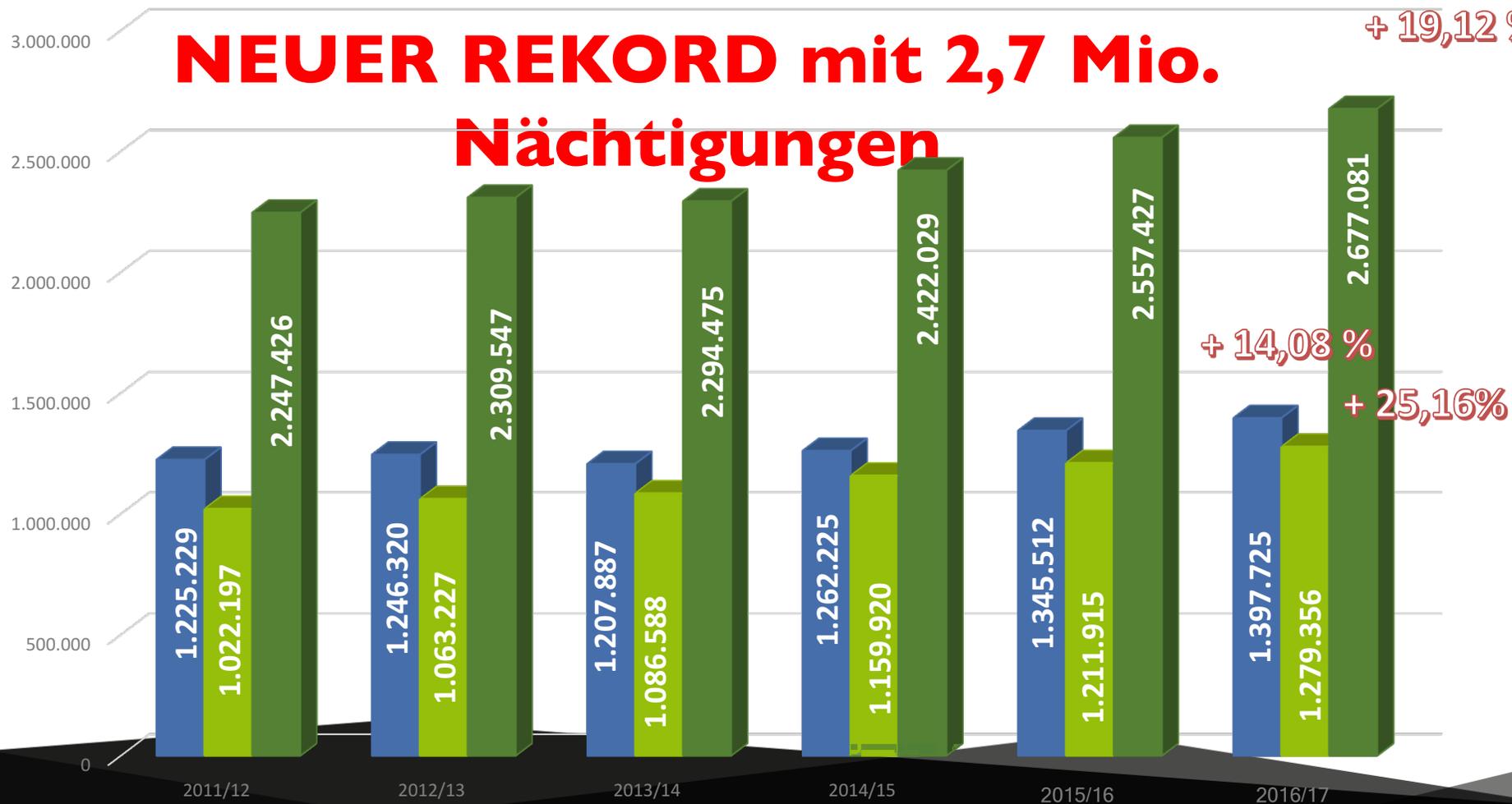
Entwicklung ÜN Sommer-Winter-Tourismusjahr Region

**positive Entwicklung
von 2011/12 zu 2016/17**

+ 19,12 %

NEUER REKORD mit 2,7 Mio.

Nächtigungen



3 ERFOLGSFAKTOREN FÜR DESTINATIONEN

AUFBRUCH IN DIE TOPLIGA



3 ERFOLGSFAKTOREN FÜR DESTINATIONEN



1. Strategische Ausrichtung

Gemeinsam den Markenkern stärken

2. Exzellentes Produkt

hohe Qualität bei Hotels, Infrastruktur, Partnern, Angeboten, Inszenierung der Erlebnisräume

3. Professionelles Marketing

- ✓ Internationalisierung - intensive, gezielte und internat. Marktbearbeitung
- ✓ Neue Wege der Marktbearbeitung
- ✓ Ganzjahrestourismus
- ✓ Eventtourismus



3 ERFOLGSFAKTOREN FÜR DESTINATIONEN



1. Strategische Ausrichtung

Gemeinsam den Markenkern stärken

2. Exzellentes Produkt

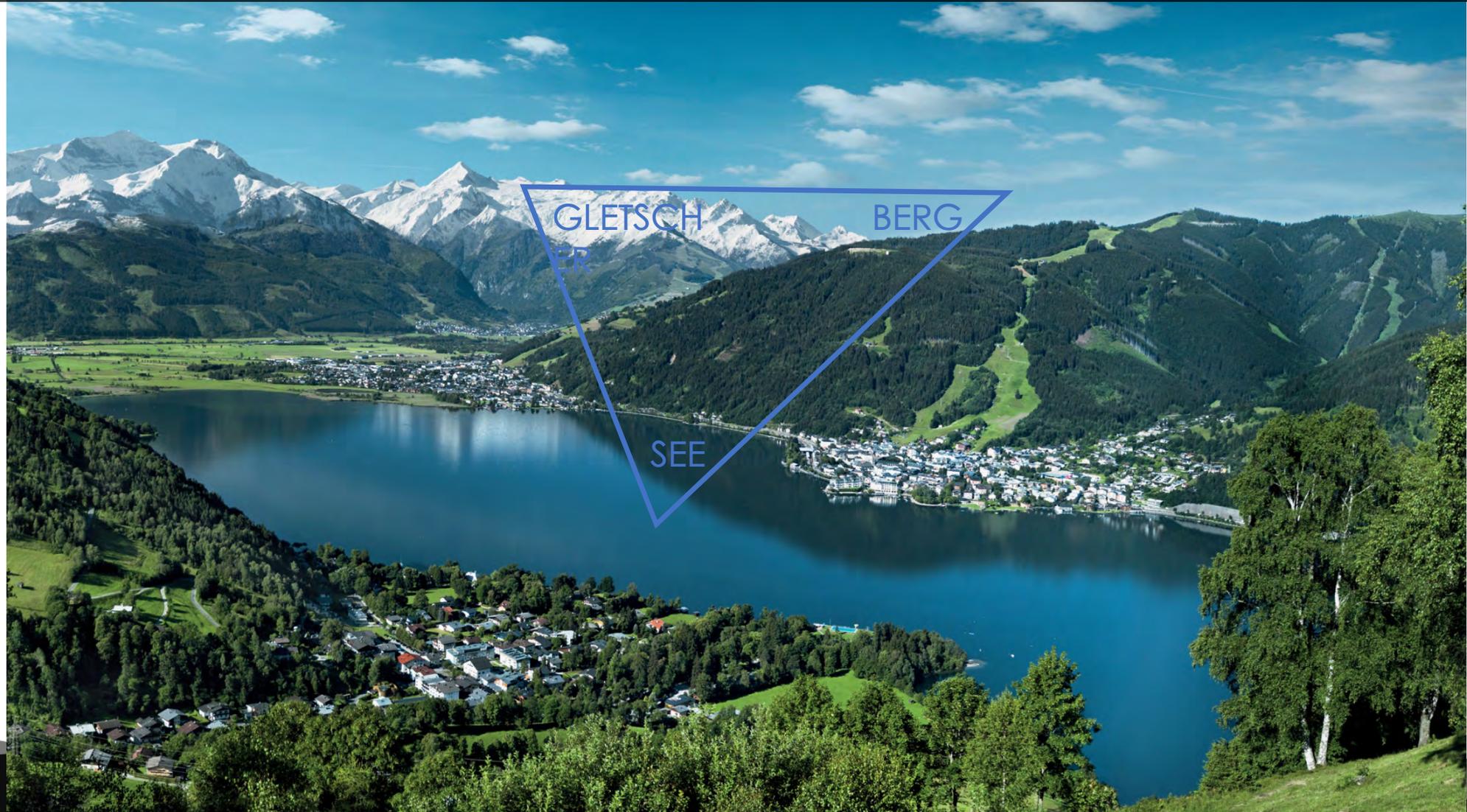
hohe Qualität bei Hotels, Infrastruktur, Partnern, Angeboten, Inszenierung der Erlebnisräume

3. Professionelles Marketing

- ✓ Internationalisierung - intensive, gezielte und internat. Marktbearbeitung
- ✓ Neue Wege der Marktbearbeitung
- ✓ Ganzjahrestourismus
- ✓ Eventtourismus



GLETSCHER-BERG-SEE



Markenkern



Zielgruppen

	Testimonial	Kernsegment		„Must-Do“ Segment
	(Outdoor) Sportler & Abenteuer	Aktive Genussurlauber	Cool Families	(Austrian) Classics/ Sightseeing
Sommer				
Winter				

3 ERFOLGSFAKTOREN FÜR DESTINATIONEN



1. Strategische Ausrichtung

Gemeinsam den Markenkern stärken

2. Exzellentes Produkt

hohe Qualität bei Hotels, Infrastruktur, Partnern, Angeboten, Inszenierung der Erlebnisräume

3. Professionelles Marketing

- ✓ Internationalisierung - intensive, gezielte und internat. Marktbearbeitung
- ✓ Neue Wege der Marktbearbeitung
- ✓ Ganzjahrestourismus
- ✓ Eventtourismus



Skigebiet Zell am See-Kaprun



138 km Pisten
 49 Seilbahnen und Lifte
 100% Schneegarantie

K-ONNECTION

Kaprun – Maiskogel – Kitzsteinhorn

KITZSTEINHORN

● TOP OF SALZBURG 3.029 m



3K

MK Bergstation
3K Talstation
(1.570 m)

3K Bergstation
(Langwied 1.975 m)

MAISKOGEL

MK Talstation
Kaprun-Center
(768 m)

MK Mittelstation
(1.137 m)

KAPRUN

MK

Eröffnung **MK**
Dezember 2018

Eröffnung **3K**
Dezember 2019

FREERIDE XXL ROUTEN



- X1** ICE AGE
- X2** WESTSIDE STORY
- X3** LEFT WING
- X4** JUMP RUN
- X5** PIPE LINE

PARKMAP KITZSTEINHORN

KITZSTEINHORN 3203m
SUMMIT STATION 3023m
GLACIER PARK 2900m
CENTRAL PARK 2500m
EASY PARK 2550m
ALPINCENTER 2450m

KITZSTEINHORN ZELL AM SEE · KAPRUN

VOLCOM **NITRO SNOWBOARD CO.**

areitXpress


SCHMITTEN
Zell am See - Kaprun





SCHMITTEN

Zell am See - Kaprun

ZELL AM SEE XPRESS

Bergstation

Bergstation
Schmittenhöhebahn



SEKTION 2
(ab Winter 2016/17)

Skiroute

Skipiste

Winkelstation (1.120 m)

SEKTION 1 (in Planung
für Winter 2018/19)

Viehhofen

Talstation

← Zell am See



Saalbach →

3 ERFOLGSFAKTOREN FÜR DESTINATIONEN



1. Strategische Ausrichtung

Gemeinsam den Markenkern stärken

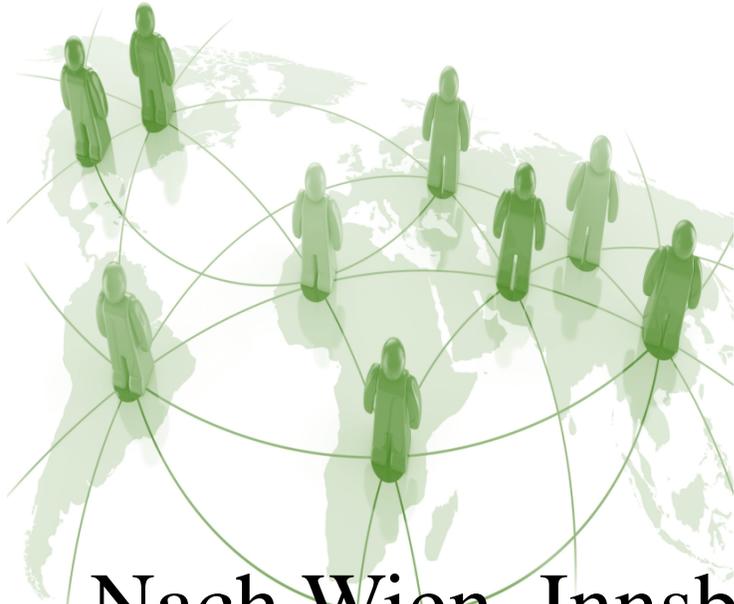
2. Exzellentes Produkt

hohe Qualität bei Hotels, Infrastruktur, Partnern, Angeboten, Inszenierung der Erlebnisräume

3. Professionelles Marketing

- ✓ Internationalisierung - intensive, gezielte und internat. Marktbearbeitung
- ✓ Neue Wege der Marktbearbeitung
- ✓ Ganzjahrestourismus
- ✓ Eventtourismus

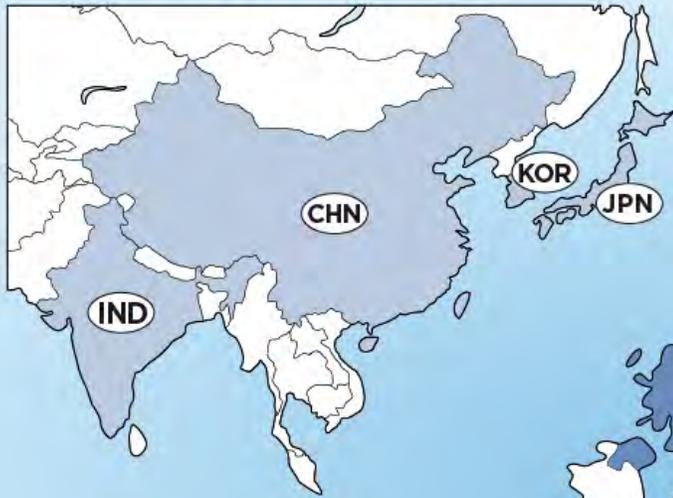




Nach Wien, Innsbruck und der Stadt Salzburg
zählt **Zell am See-Kaprun** zu den
internationalsten Destinationen in Österreich

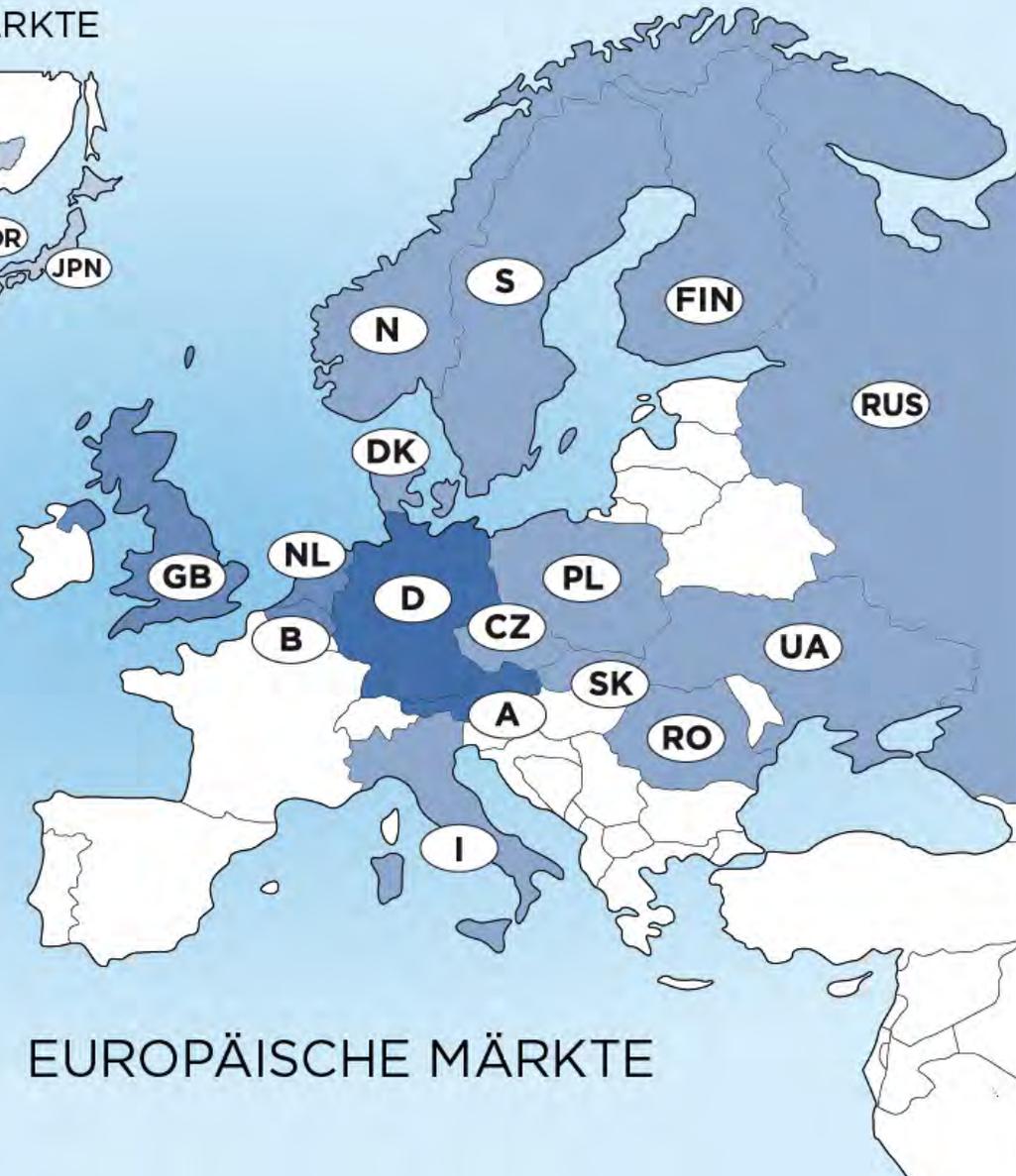
Platz 1 ÖHV Studie 2015/16

AUSSCHNITT ASIATISCHE MÄRKTE



Werbung in 25 Ländern!

EUROPÄISCHE MÄRKTE



Winter

Nationalität	Winter	Priorität WI
 Deutschland	→	A
 Österreich	→	A
 Niederlande	→	B
 Verein. Königreich	→	B
 Russland	→	C
 Schweden	↗	C
 Slowakei	↗	C
 Ukraine	→	C
 Belgien	↗	C
 Dänemark	↗	C
 Polen	↗	C
 Rumänien	↘	C
 Tschechien	↗	C

Die wichtigsten Märkte im Überblick und nach Priorität der Marktbearbeitung gereiht.

Sommer

Nationalität	Sommer	Priorität SO
 Deutschland	→	A
 Österreich	→	A
 Belgien	↗	B
 Niederlande	→	B
 Verein. Königreich	→	B
 Dänemark	↗	C
 Schweden	↗	C
 Polen	→	C
 Rumänien	↘	C
 Italien	→	C
 Tschechien	↗	C
Arabische Länder	→	D
 China	→	D
 Indien	→	D
 Japan	→	D

En oförglömlig semester i Zell am See-Kaprun

Nezapomenutelná dovolená v Zell am See – Kaprunu

Vacanze da sogno in Austria a Zell am See-Kaprun

نورباک-یس مآ لیزی ف ی سن ت ال طع

Nezabudnutelná dovolenka v Zell am See-Kaprun

Незабываемый отдых в Цель ам Зее / Капрун

Onvergetelijke vakantie in Zell am See-Kaprun.

Niezapomniany urlop w Zell am See-Kaprun

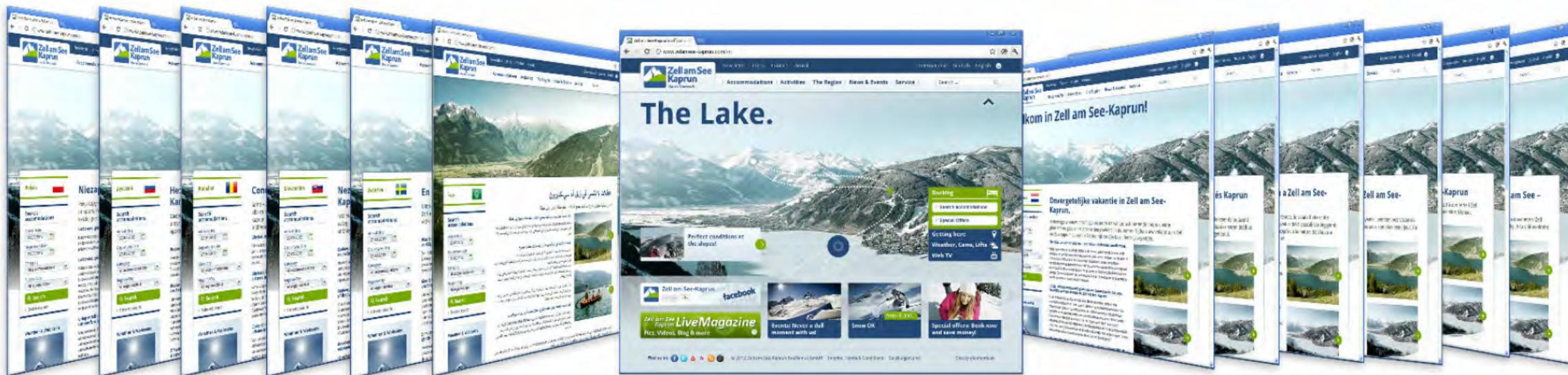
Uforglemmelig ferie i Zell am See-Kaprun

Des vacances inoubliables à Zell am See-Kaprun

Felejtethetlen utazás Zell am See és Kaprun körzetébe

Concediu de neuitat în Zell am See-Kaprun

27 Sprachen



3 ERFOLGSFAKTOREN FÜR DESTINATIONEN



1. Strategische Ausrichtung

Gemeinsam den Markenkern stärken

2. Exzellentes Produkt

hohe Qualität bei Hotels, Infrastruktur, Partnern, Angeboten, Inszenierung der Erlebnisräume

3. Professionelles Marketing

✓ Internationalisierung - intensive, gezielte und internat. Marktbearbeitung

✓ Neue Wege der Marktbearbeitung

✓ Ganzjahrestourismus

✓ **Eventtourismus**



IRONMAN 70.3 Weltmeisterschaft 2015



IRONMAN[®] 70.3[®]
WORLD CHAMPIONSHIP

Zell am See-Kaprun SalzburgerLand | Austria

IRONMAN 70.3 Weltmeisterschaft 2015



2.500

Athleten aus 70 Nationen f.d.Sonntag WM-Rennen

2.500

Athleten für das Samstag Rennen



IRONMAN 70.3 Weltmeisterschaft 2015



€ 8 Mio.

Wertschöpfung

100.000

Nächtigungen



IRONMAN 70.3 Weltmeisterschaft 2015



70.000

Zuseher entlang der 113km langen Strecke

17 Mio

Mediagegenwert

Zeller Seezauber

Wasser, Licht, Musik- & Lasershow



**55.000 Besucher
pro Jahr**

Mitte Mai – Mitte Oktober

3 unterschiedliche Shows:

- DI „HAPPINESS“
- DO „MADE IN AUSTRIA“
- SO „CLASSIC“



Zeller Seezauber



WOW Glacier Love | Winter-Opening



GLACIERLOVE
ZELL AM SEE | KAPRUN

WOW Glacier Love | Winter-Opening

Mega Musik-Festival seit 2014

internationale Top-Acts

20.000 Besucher aus 19 Ländern

Media: Pro7, Sat.1, PULS 4, Welle 1,
Radio Energy, GO TV, Ö24 uvm.



3 ERFOLGSFAKTOREN FÜR DESTINATIONEN



1. Strategische Ausrichtung

Gemeinsam den Markenkern stärken

2. Exzellentes Produkt

hohe Qualität bei Hotels, Infrastruktur, Partnern, Angeboten, Inszenierung der Erlebnisräume

3. Professionelles Marketing

- ✓ Internationalisierung - intensive, gezielte und internat. Marktbearbeitung
- ✓ Neue Wege der Marktbearbeitung
- ✓ Ganzjahrestourismus
- ✓ Eventtourismus



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Mag. Renate Ecker
Zell am See-Kaprun Tourismus GmbH

06.04.2018