

# 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

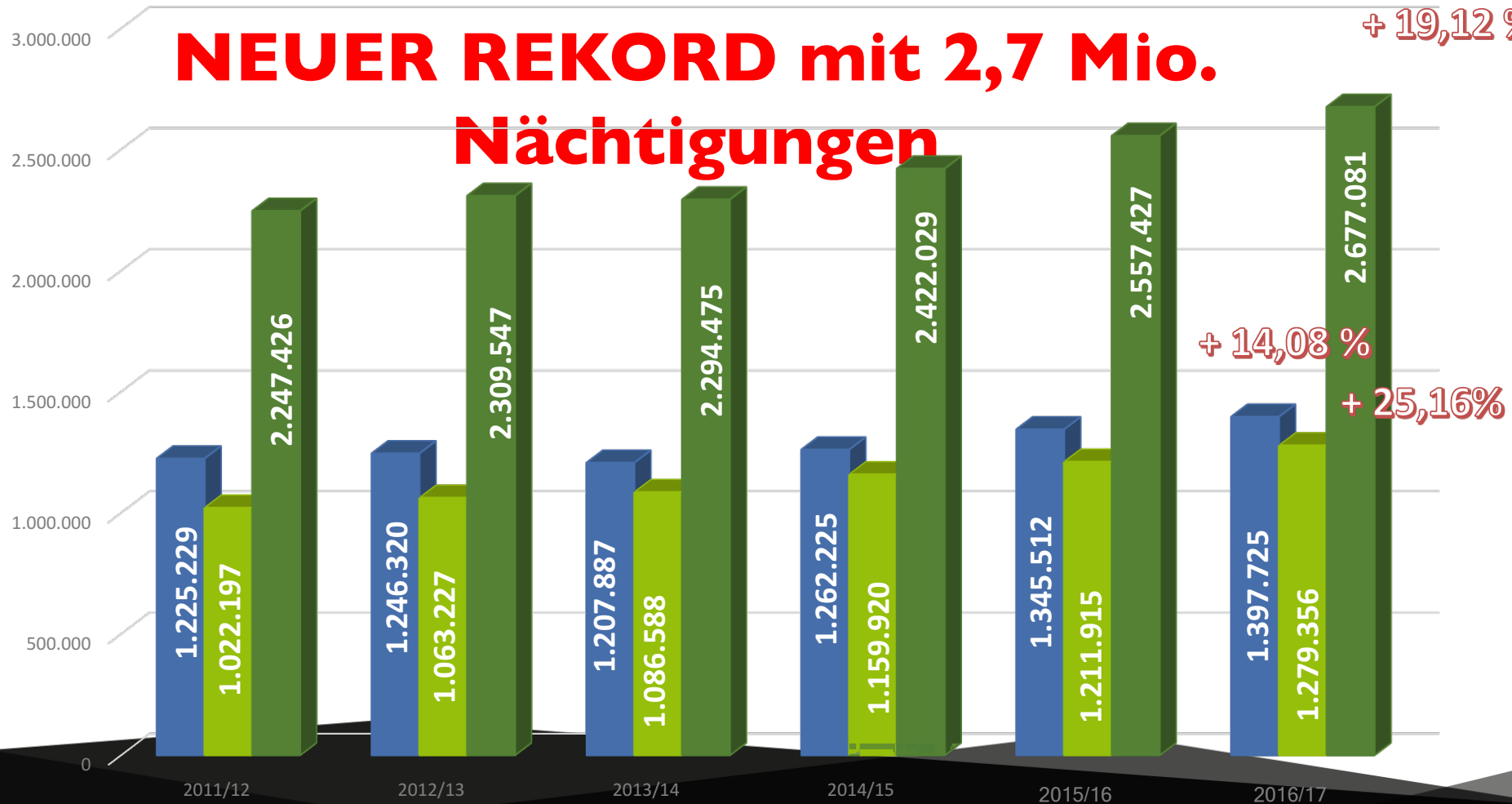
Entwicklung ÜN Sommer-Winter-Tourismusjahr Region

**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

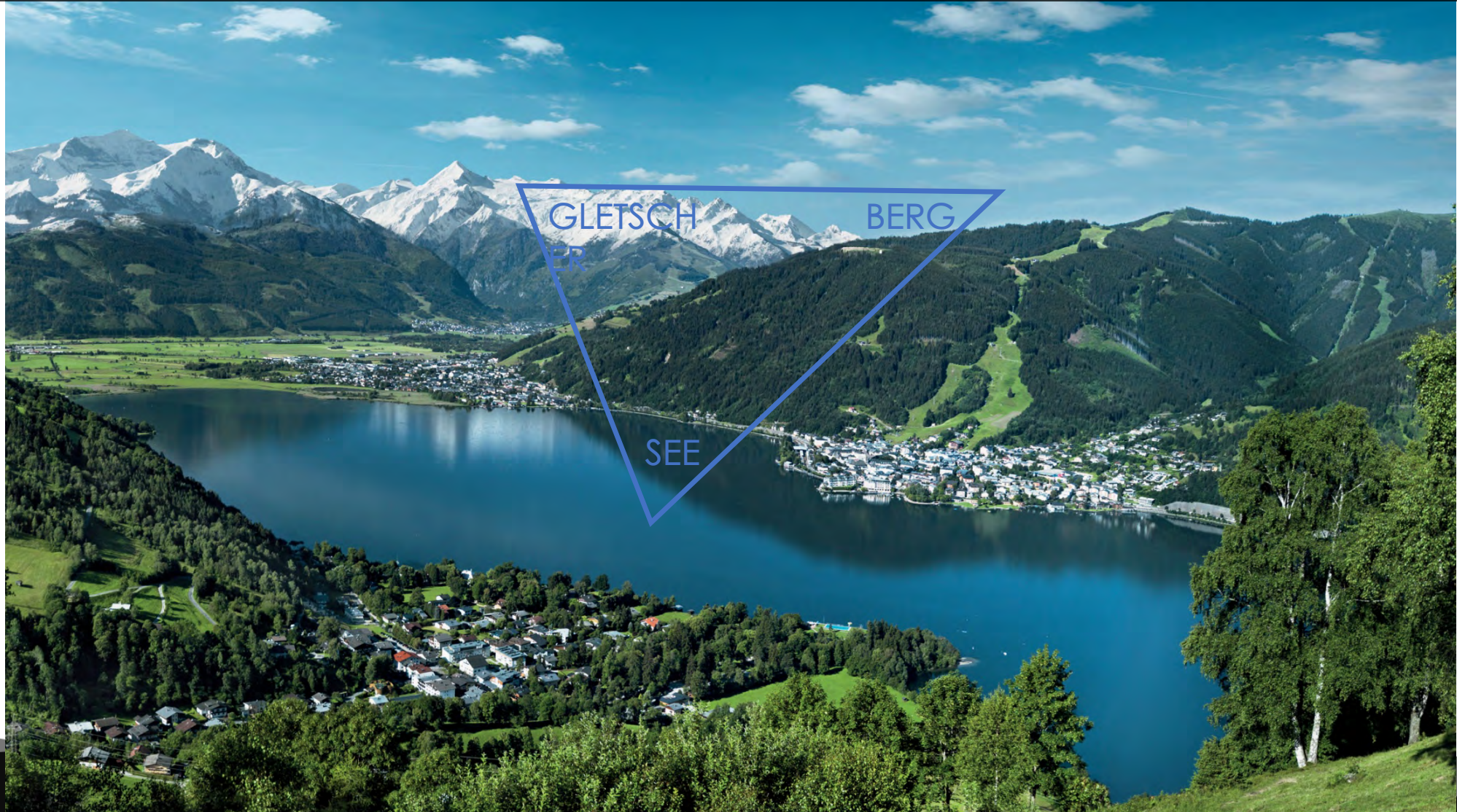
## 3. Professionelles Marketing

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





# GLETSCHER-BERG-SEE









# Markenkern





# Zielgruppen

	Testimonial	Kernsegment		„Must-Do“ Segment
	(Outdoor) Sportler & Abenteurer	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

**GLACIER PARK 2900m**

**KITZSTEINHORN 3203m**

**SUMMIT STATION 3023m**

**CENTRAL PARK 2500m**

**EASY PARK 2550m**

**ALPINCENTER 2450m**

**ICE CAMP**

**SONNENKARBAHN 6er**

**SONNENKARBAHN 2er**

**SCHMIEDINGERBAHN**

**GLETSCHERJET 4**

**GLETSCHERJET 3+4**

**KITZLIFTE**

**MAURERLIFT**

**SCHNEEHASEN-LIFT**

**ENTRY MEDIUM LINE**

**ENTRY EASY LINE**

**SUPERPIPE**

**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



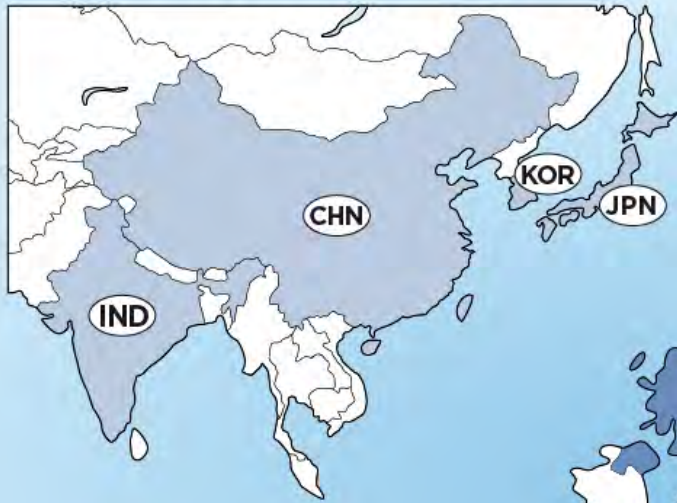


Nach Wien, Innsbruck und der Stadt Salzburg  
zählt **Zell am See-Kaprun** zu den  
**internationalsten** Destinationen in Österreich

**Platz 1** ÖHV Studie 2015/16

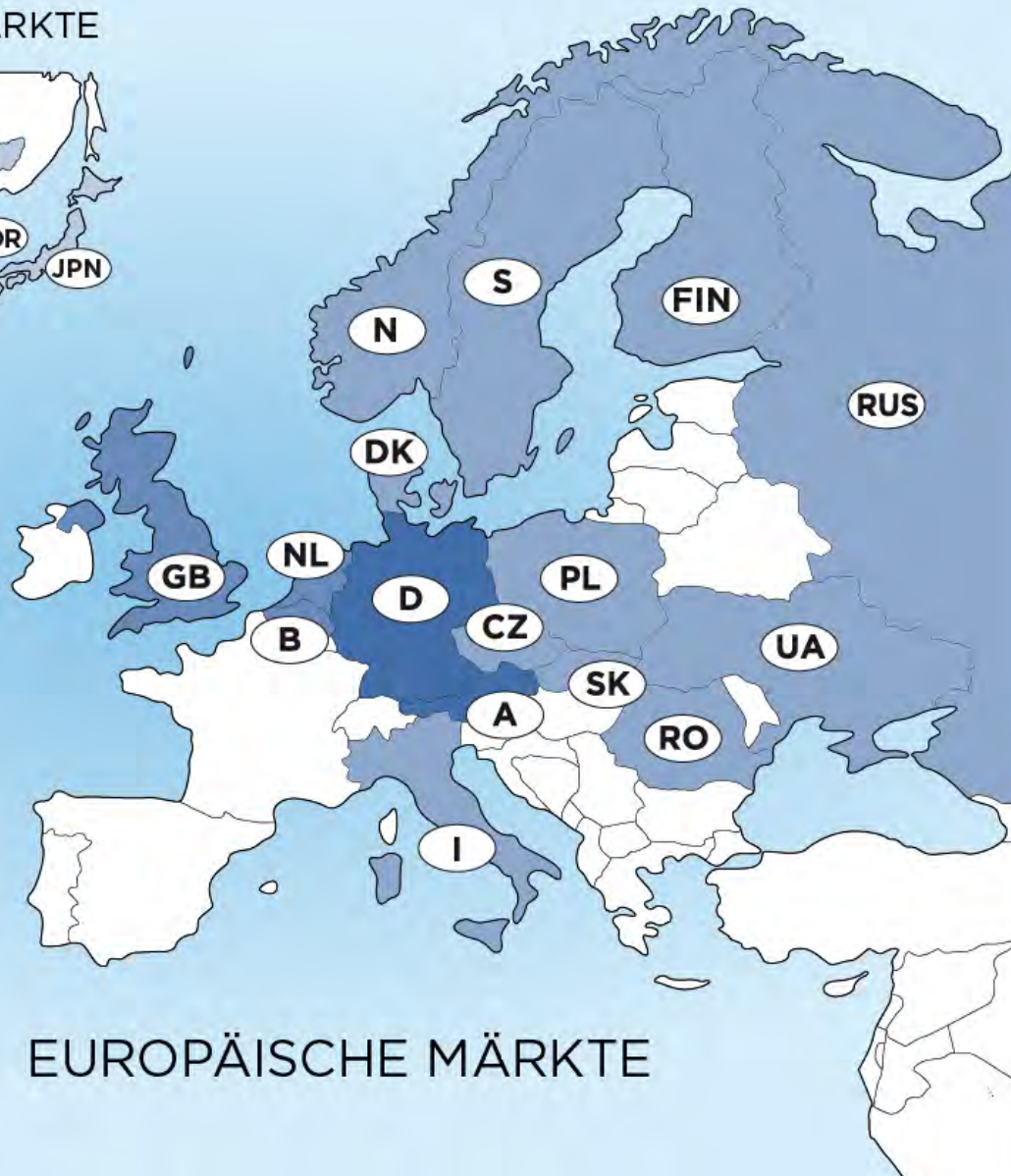


AUSSCHNITT ASIATISCHE MÄRKTE





**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 فی سننات الطاع

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

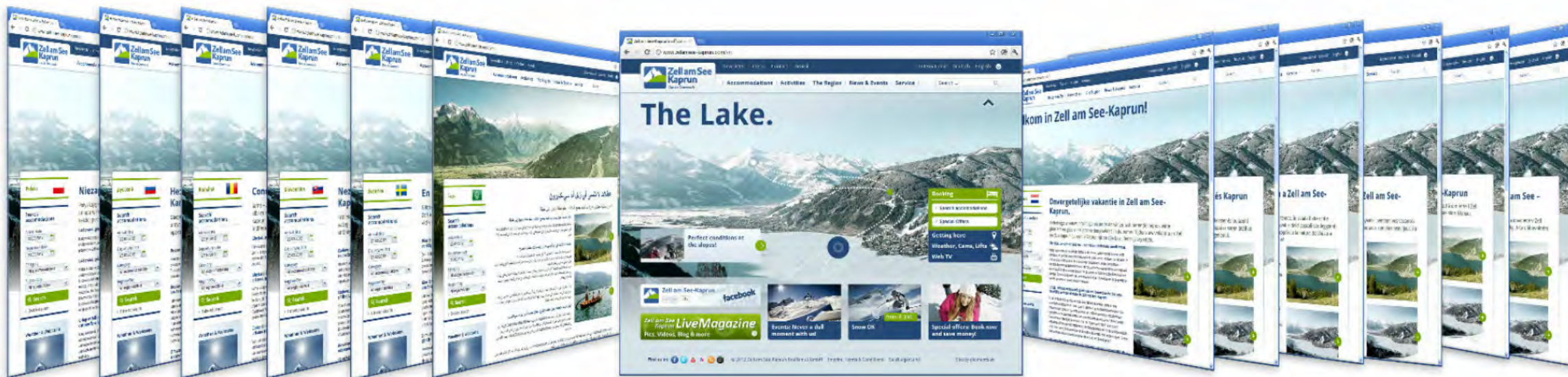
Uforglemmelig ferie i Zell am See-Kaprun

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<sup>®</sup> 70.3<sup>®</sup>**  
**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