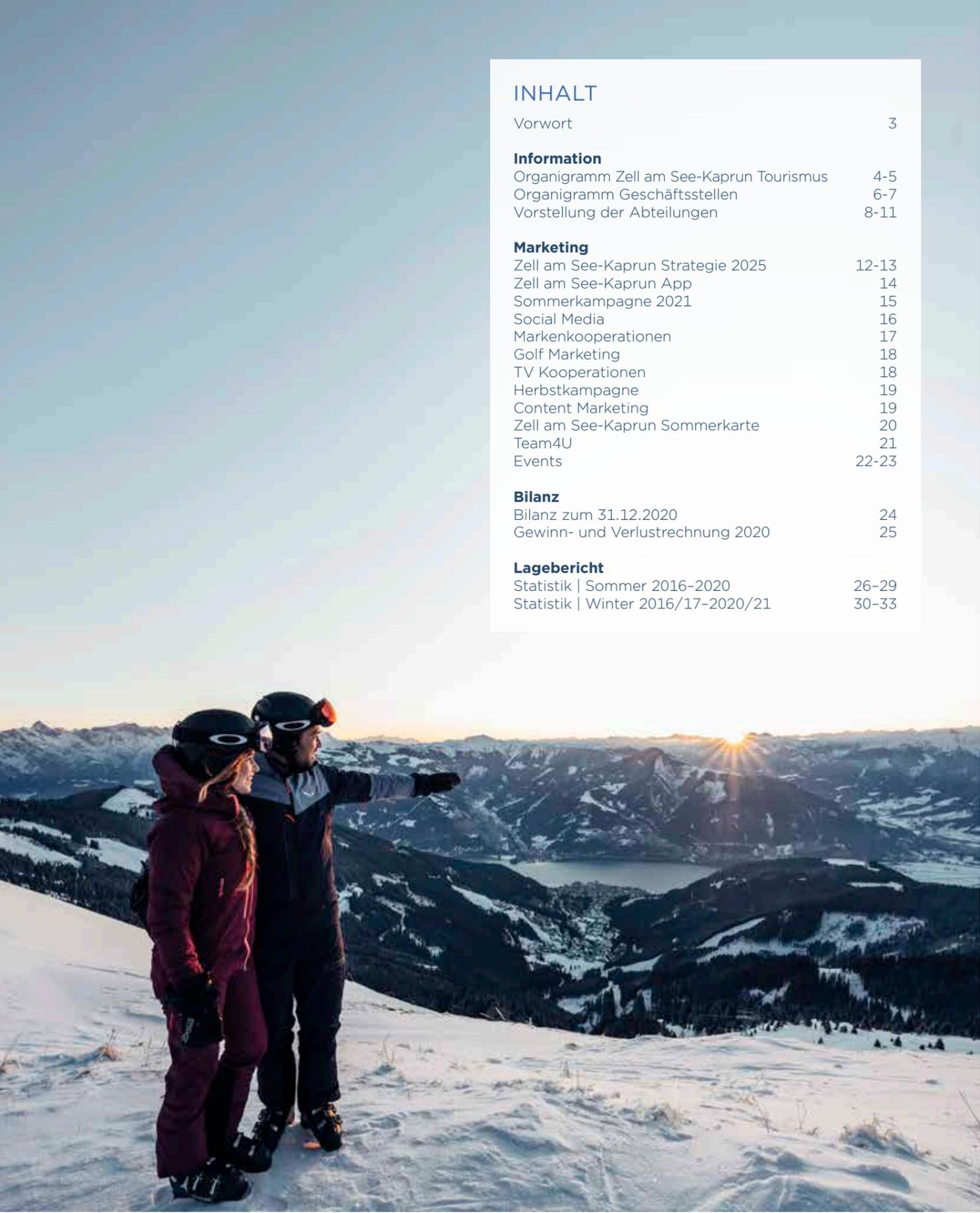


# GESCHÄFTS- BERICHT

2020/2021





## INHALT

Vorwort	3
<b>Information</b>	
Organigramm Zell am See-Kaprun Tourismus	4-5
Organigramm Geschäftsstellen	6-7
Vorstellung der Abteilungen	8-11
<b>Marketing</b>	
Zell am See-Kaprun Strategie 2025	12-13
Zell am See-Kaprun App	14
Sommerkampagne 2021	15
Social Media	16
Markenkooperationen	17
Golf Marketing	18
TV Kooperationen	18
Herbstkampagne	19
Content Marketing	19
Zell am See-Kaprun Sommerkarte	20
Team4U	21
Events	22-23
<b>Bilanz</b>	
Bilanz zum 31.12.2020	24
Gewinn- und Verlustrechnung 2020	25
<b>Lagebericht</b>	
Statistik   Sommer 2016-2020	26-29
Statistik   Winter 2016/17-2020/21	30-33

## Vorwort

# LIEBE MITGLIEDER DER TOURISMUSVERBÄNDE ZELL AM SEE UND KAPRUN!

Wenn wir auf das Tourismusjahr 20/21 zurückblicken, tun wir das sicher mit ein paar sorgenerfüllten Gedanken, aber wir ziehen aus den vergangenen Monaten auch viele positive Dinge, die den Blick auf den Tourismus und das Reisen in ein anderes Licht rücken und gleichzeitig auch Zuversicht und Kraft für die Zukunft geben. Die Wertschätzung für den Tourismus ist ein positiver Faktor, den wir mitnehmen, aber auch die Bereitschaft der Menschen, gemeinsam nach vorne zu schauen und in eine Verbesserung der Qualität zu setzen.

Mit 19. Mai 2021 war der offizielle Restart des Tourismus in Österreich eingeläutet. Die Sehnsucht nach Urlaub war und ist so groß wie noch nie zuvor. Speziell Bewegung in der Natur und in den Bergen sind es, die den Wünschen der zahlreichen europäischen Gäste entsprachen und die sie immer mehr entdecken und lieben lernen. Wir alle wissen, dass Zell am See-Kaprun mit seinen erstklassigen Angeboten zwischen Gletscher, Berg und See genau diese tiefen Bedürfnisse perfekt erfüllt und so haben wir insbesondere nach der langen Zeit des Lockdowns und des kompletten Ausfalls des Winters diese Themen aufgegriffen. Das Er-

gebnis war die reichweitenstarke flexible Sommerkampagne unter dem Motto: „Mehr Sommer passt in keinen Urlaub.“

Als verantwortungsvolle Gastgeber setzen wir mutige Maßnahmen in unsere touristische Zukunft. Einige dieser Schritte wurden mit der Initiative der KEM, der Klima- und Energiemodellregion Zell am See-Kaprun getätigt. Entschlossene Aktionen setzen wir auch im Bereich der digitalen Services für den Gast. Wir wollen hier unsere Führungsposition ausbauen und launchten im Juni 2021 die neue Zell am See-Kaprun App als unser erstes Projekt der großen Big Data Initiative. Dank dieser App hat unser Gast zukünftig ganz einfach und schnell alle wichtigsten Informationen zu Öffnungszeiten, Ausflugszielen der Region sowie eine digitale Tourenplanung aber auch das Wetter und die Mobilitätskarte direkt auf dem Handy zur Verfügung.

Mutige Schritte führen uns auch die nächsten Jahre an. Mit der neuen Strategie 2025 Zell am See-Kaprun, die seit August 2020 aus einem umfangreichen Prozess von Bestands-screening, Marktforschung, Befragungen und Expertengesprächen

sowie Gästebefragungen entstanden ist, fördern wir unser Naturparadies und werden die Region nachhaltig erfolgreich entwickeln. Unsere Vision ist, zu den Top 3 Ganzjahres-Premium-Alpen-Destinationen zu zählen und unseren Gästen faszinierende, herausragende, nachhaltige und ganzjährige Erlebnisse zwischen Gletscher, Berg und See zu bieten. Unsere gemeinsame Mission zielt darauf ab, Sehnsucht und Begeisterung für die Marke und die Destination zu erzeugen, Wertschöpfung, Qualität sowie die Auslastung der Partner zu steigern und Gäste, Betriebe und Bevölkerung zu Multiplikatoren zu machen.

Unser großer Dank und höchste Wertschätzung gelten allen Leistungsträgern, Beherbergern, Partnern, Gemeinden, Stake-Holdern und den Einheimischen sowie Grundeigentümern. Gemeinsam mit Ihnen allen starten wir in eine positive Zukunft. Denn die Zukunft des alpinen Tourismus und unserer Region ist für uns größer denn je und beginnt jeden Tag aufs Neue. Gehen wir weiterhin mit mutigen Schritten voran und freuen wir uns auf das kommende Tourismusjahr und eine sichere und gute Wintersaison 2021/22.



Mag. Renate Ecker  
Tourismusdirektorin  
Zell am See-Kaprun



Maximilian Posch  
Vorsitzender  
Tourismusverband  
Zell am See



Christoph Bründl  
Vorsitzender  
Tourismusverband  
Kaprun

## ZELL AM SEE-KAPRUN TOURISMUS GMBH

DIREKTORIUM

Vorsitzender Zell am See	Maximilian Posch	jährlich
Vorsitzender Kaprun	Christoph Bründl	rotierend
Geschäftsführung	Mag. Renate Ecker	

EIGENTÜMER

Stadtgemeinde Zell am See	Bgm. Andreas Wimmreuter	Gemeinde Kaprun	Bgm. Manfred Gaßner
Schmittenhöhebahn AG	Dr. Erich Egger	Gletscherbahnen Kaprun	Ing. Norbert Karlsböck
TVB Zell am See	Maximilian Posch und Mag. Georg Daxer	TVB Kaprun	Christoph Bründl und Michaela Muxel-Rexeisen



## TOURISMUSVERBAND ZELL AM SEE

VORSTAND

Vorsitzender	Maximilian Posch, Obmann
Geschäftsführung	Mag. Renate Ecker
Vorsitzender Stv.	Mag. Christoph Berner
Finanzreferent	Mag. Georg Daxer
	Dr. Erich Egger Mag. Georg Hörl
Kooptiert	Mag. Georg Segl



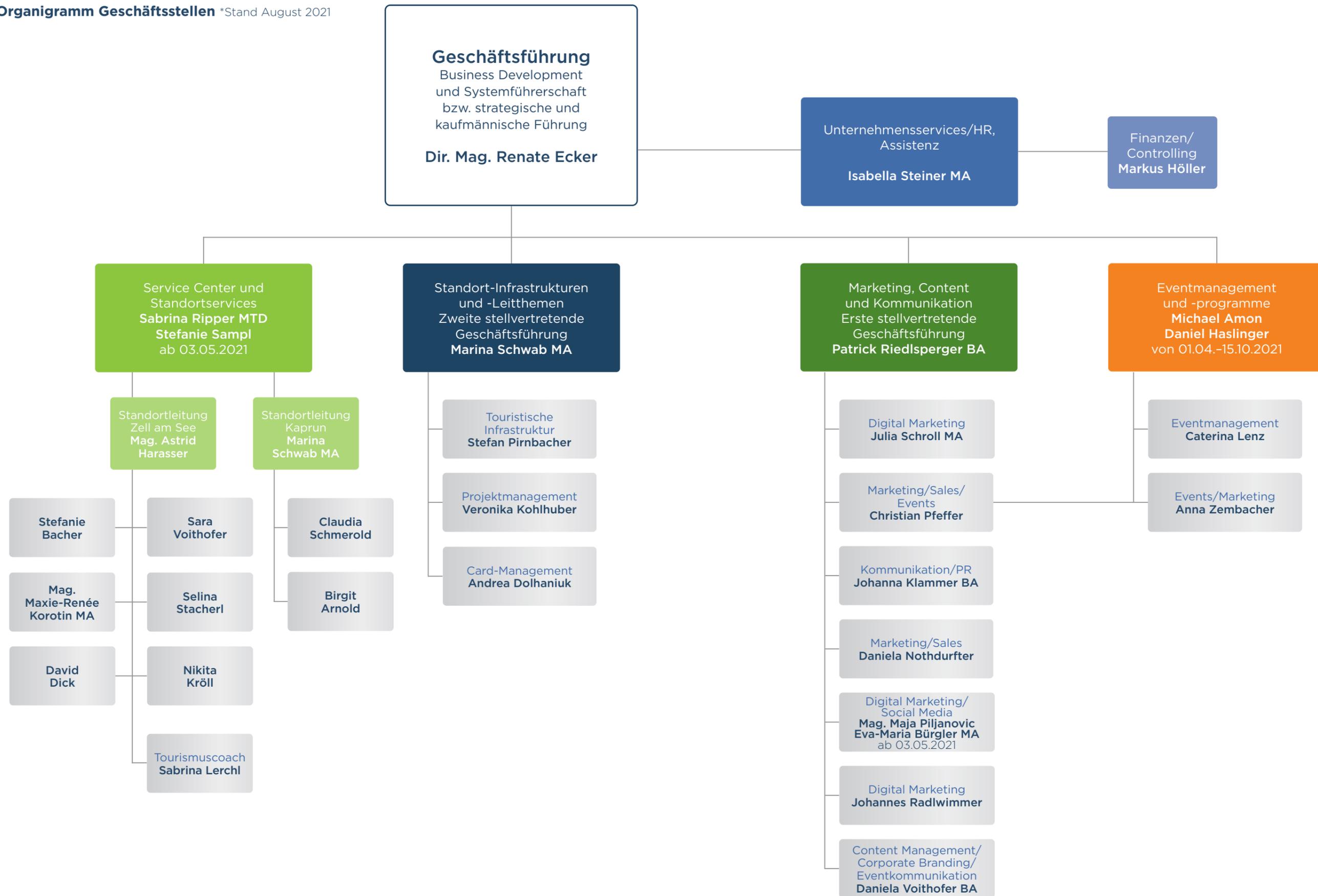
<b>KOOPTIERTE MITGLIEDER:</b>	Michael Scholz Dr. Lorenz Reitstätter Uwe Edlinger Hansi Unterganschnigg
-------------------------------	---

## TOURISMUSVERBAND KAPRUN

AUSSCHUSS

Vorsitzender	Christoph Bründl, Obmann
Geschäftsführung	Mag. Renate Ecker
Vorsitzender Stv.	Stefan Unterkofler
Finanzreferentin	Michaela Muxel-Rexeisen
	Simone Orgler Ing. Norbert Karlsböck
Kooptiert	Bgm. Manfred Gaßner Herbert Hamoser





## Vorstellung der Abteilungen

# SERVICE CENTER UND STANDORT SERVICES

### Aufgabenprofil

- Gästeberatung und -betreuung in sämtlichen Berührungspunkten und Kanälen: Direktkontakt/Urlaubsberatung und Verkauf am Schalter, via Telefon, E-Mail Gästeanfragen, Gastkontakt via Intercom (Chat und Facebook Messenger) und WhatsApp sowie Angebotslegung
- Ansprechpartner für Mitglieder, Leistungsträger und Partner
- Erstellung und Verwaltung von Drucksorten
- Content- und Datenmanagement in diversen Programmen und Portalen

Head of  
Service Center  
und Standort-  
services

Sabrina Ripper  
MTD



ab 03.05.2021

Stefanie  
Sampl

Leitung  
Standort  
Zell am See

Mag. Astrid  
Harasser



Leitung  
Standort  
Kaprun

Marina  
Schwab MA

### Zell am See



Stefanie Bacher



Mag. Maxie-Renée  
Korotin MA



Selina Stacherl  
32 h / Woche



Sara Voithofer



David Dick



Nikita Kröll



Sabrina Lerchl  
Tourismuscoach

### Kaprun



Claudia Schmerold



Birgit Arnold

## Vorstellung der Abteilungen

# STANDORT-INFRASTRUKTUREN UND -LEITTHEMEN

### Aufgabenprofil

- Umsetzung von infrastrukturellen Innovationen und/oder deren qualitativen Weiterentwicklung aus den „Erfolgsprojekten Zell am See“ und „Kaprun 4.0“
- Entwicklung sowie aktive Weiterentwicklung touristischer Infrastrukturprojekte
- Erstellung touristischer Angebote und Produkte zur Steigerung der Wertschöpfung und Imagestärkung der Region Zell am See-Kaprun
- Card Management: Projektmanagement und laufender Service- und Support für Leistungspartner und Partnerbetriebe der Zell am See-Kaprun Sommercard und der Mobilitätskarte Pinzgau

Head of  
Standort-  
Infrastrukturen  
und -Leitthemen  
2. stellvertretende  
Geschäftsführung

Marina  
Schwab MA



Stefan Pirnbacher



Veronika Kohlhuber  
10 h / Woche



Andrea Dolhaniuk  
20 h / Woche

# EVENTMANAGEMENT

### Aufgabenprofil

- Organisation, Koordination und Abwicklung von Veranstaltungen
- Neue Veranstaltungen entwickeln und Evaluierung bestehender Veranstaltungen in Hinsicht auf die aktuelle Regionsstrategie
- Qualitätssicherung und -steigerung von Veranstaltungen
- Vertretung der Region nach außen

Head of Event-  
management

Michael Amon



von 01.04.2021  
bis 15.10.2021

Daniel Haslinger



Caterina Lenz



Anna Zembacher

## Vorstellung der Abteilungen

# MARKETING

### Aufgabenprofil

- Markenstrategie der Destination
- Mediaplanung und Kommunikationsstrategie
- Digital Marketing und Innovation
- E-Commerce und CRM
- Social Media Management und Influencer Marketing
- Sales- und Kampagnenmanagement
- Public Relations und Content Strategie
- Marktforschung und Marketingcontrolling
- Markenpartnerschaften und Kooperationen

*Head of Marketing  
1. stellvertretende  
Geschäftsführung*

*Patrick  
Riedlsperger BA*



*Johanna Klammer BA*



*Christian Pfeffer*



*Daniela Nothdurfter  
20 h / Woche*



*Daniela Voithofer BA*



*Julia Schroll MA*



*Mag. Maja Piljanovic*



*Eva Maria Bürgler  
ab 03.05.2021*



*Johannes Radlwimmer  
25 h / Woche*

## Vorstellung der Abteilungen

# UNTERNEHMENSSERVICES/HR UND KOMMUNIKATIONSSISTENZ

### Aufgabenprofil

- Büroorganisation
- Personalwesen/Recruiting
- Organisation und Abwicklung von Sitzungen der Mitglieder
- Datenschutzbeauftragte des Unternehmens



*Assistenz der Geschäftsführung  
Isabella Steiner MA*

# FINANZABTEILUNG

### Aufgabenprofil

- Buchhaltung
- Controlling
- Reporting
- Zahlungsverkehr



*Head of Finance  
Markus Höller  
30 h / Woche*



# MIT REFLEXION UND WEITSICHT IN EINE ERFOLGREICHE ZUKUNFT

Bereits im August 2020 begann in Zell am See-Kaprun mit einem umfangreichen Strategieprozess die Bestimmung der zukünftigen Ausrichtung der Tourismusregion. Gemeinsam im Team und mit über 200 Meinungen vom Markt und 2.500 Gästebefragungen wurde schließlich eine neue Strategie bis 2025 entwickelt, die die langfristige Ausrichtung von Zell am See-Kaprun weisen und die Ziele der Region verwirklichen soll.

Zell am See-Kaprun ist ein Urlaubsparadies par excellence, das sich vor allem durch seine faszinierenden Erlebnisse zwischen Gletscher, Berg und See auszeichnet und von anderen Destinationen abhebt. Und genau auf diese Stärken der landschaftlichen Einzigartigkeit und des breiten Angebots fokussiert sich die Region in ihrer zukünftigen Ausrichtung.

So wird Zell am See-Kaprun als wiedererkennbare Marke mit einem klaren Image national und international vermarktet. Der Inhalt der neuen Strategie 2025 mit neuen Zielen, Werten, Zielgrup-

pen und strategischen Handlungsfeldern wurde am 7. Juni 2021 offiziell im Rahmen einer großen Veranstaltung mit allen Partnern im Ferry Porsche Congress Center präsentiert.



## STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER

### MIT WEITSICHT UND INNOVATIONSKRAFT ZUR VORZEIGEREGION

Aus dem Markenkern Gletscher, Berg und See ergeben sich strategische Handlungsfelder mit einzelnen Angebots- und Produktbereichen. Gänzlich neu ist hier das wichtige Thema Nachhaltigkeit und Mobilität, das eine zentrale Rolle in der Strategie spielt. Zell am See-Kaprun möchte mutige Schritte setzen und mit Weitsicht und Innovationskraft zur Vorzeigeregion werden.

Neben der großen Vielfalt an Attraktionen und Veranstaltungen, Sportmöglichkeiten und einem umfangreichen Aktivangebot gehören auch die top Kulinarikadressen und Angebote zur Entspannung von Körper und Geist zum Angebotsbereich von Zell am See-Kaprun, der darüber hinaus noch um den Bereich der digitalen Services ergänzt wurde.



## VISION UND MISSION

### ERLEBNISSE ZWISCHEN GLETSCHER, BERG UND SEE

Der neue Weg ist eine konsequente Fortsetzung des Markenkerns von Gletscher, Berg und See. Mit der Vision, zu den Top 3 Ganzjahres-Premium-Alpen-Destinationen zu zählen, möchte Zell am See-Kaprun seinen Gästen faszinierende, herausragende, nachhaltige und ganzjährige Erlebnisse zwischen Gletscher, Berg und See bieten. Qualität und Niveau führen als neue Werte die künftige Arbeit an. Im Fokus für die Zukunft stehen die Steigerung der Wertschöpfung und Auslastung der Partner sowie die Ganzjährigkeit. Teil der Mission ist es auch, Gäste, Betriebe sowie die Bevölkerung zu begeisterten Werbeträgern der Marke Zell am See-Kaprun zu machen.

### VISION

- zu den Top 3 Ganzjahres-Premium-Alpen-Destinationen zählen
- faszinierende, herausragende, nachhaltige und ganzjährige Erlebnisse bieten
- Kraft, Lebensenergie und Freude erfahren und von der Region begeistert sein

### MISSION

- Sehnsucht und Begeisterung für Marke und Destination erzeugen
- Impulse und Projekte zur Steigerung von Wertschöpfung und Auslastung der Partner
- Gäste, Betriebe und Bevölkerung zu leidenschaftlichen Marken- und Regions-Multiplikatoren machen

### WAS IST NEU UND ZENTRAL IN DER STRATEGIE 2025?

- Markenstrategie „Gletscher, Berg und See“
- Wertschöpfung, Auslastung und Ganzjährigkeit
- Nachhaltigkeit und Mobilität
- Qualität und Niveau
- Fokus auf 3 Zielgruppen
- qualitative und quantitative Ziele

## NAHMÄRKTE UND ZIELGRUPPEN

### NEU-AUFSTELLUNG DER MÄRKTE-MATRIX

In Zell am See-Kaprun verbringen mehr als 60 verschiedene Nationen ihre schönste Zeit im Jahr. Umso wichtiger war es, in der neuen Strategie 2025 auch die Märkte zu priorisieren, um einzelne Marktanteile zu sichern und auszubauen. In der

Neu-Aufstellung der Märkte-Matrix der Zukunft haben die europäischen Nahmärkte und Nachbarländer an Relevanz zugenommen und wurden daher entsprechend höher priorisiert.

Eine klare Definition und Differenzierung der Zielgruppen war ebenso Teil der neuen Produktentwicklung und Markt-Ansprache. So wurden drei wesentliche Zielgruppen von

Zell am See-Kaprun festgelegt: Der Outdoor-Sportler und Abenteurer, der genussvolle Aktivurlauber und die Cool Families.

Mit den definierten neuen quantitativen und qualitativen Zielen der Strategie 2025 wird es Zell am See-Kaprun gelingen, langfristig Gäste zu begeistern und ebenso das Naturparadies durch höchste Ansprüche an die Nachhaltigkeit zu erhalten.

Zielgruppe	(OUTDOOR) SPORTLER UND ABENTEURER	GENUSSVOLLE AKTIVURLAUBER	COOL FAMILIES
SOMMER			
WINTER			

# DIGITALISIERUNGSPROZESS – STRATEGIE 2025 BIG DATA GROSSPROJEKT

Digitale Innovation stellt den Gast in den Mittelpunkt – Zell Am See-Kaprun App

**Die ganze Region in einer App: Pünktlich zum Start der Sommerhauptreisezeit Anfang Juli launchte Zell am See-Kaprun die neue App der Destination. Mit diesem ersten Teilprojekt eines großen Digitalisierungsprozesses wird die gesamte Region kompakt und von unterwegs praktisch und bequem am Smartphone erlebbar gemacht. Mit der App haben alle Nutzer damit einfach und schnell alle wichtigsten Informationen zu Öffnungszeiten, Ausflugszielen sowie eine digitale Tourenplanung, Restaurantinfos aber auch das Wetter zur Verfügung.**

## EINFACHE HANDHABUNG UND GROSSE MEHRWERTE

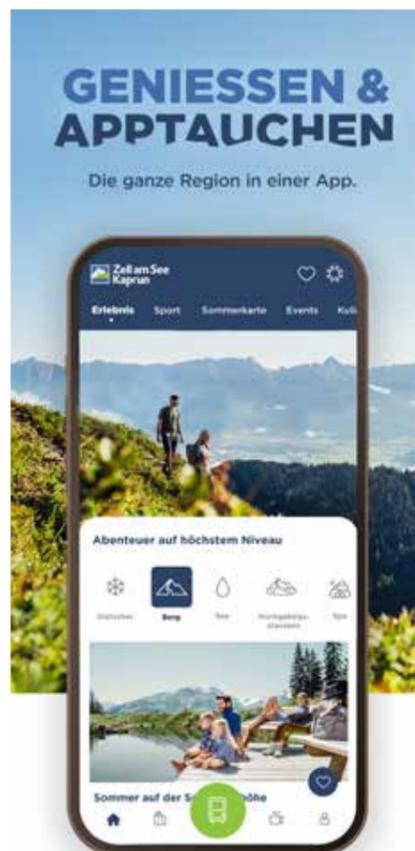
Höchste Ansprüche an ein wertiges Design und eine einfache sowie übersichtliche Userführung zeichnen die neue Zell am See-Kaprun App aus. Seit Anfang Juli 2021 ist sie der ideale Begleiter für einen Urlaub in der Region zwischen Gletscher, Berg und See. In dem neuen digitalen Urlaubsbegleiter finden sich alle Erlebnisse, Sportangebote, Shopping und Verleihmöglichkeiten, alle Infos zur Zell am See-Kaprun Sommerkarte und zu den Events in der Region, sowie alle Restaurants, Cafés, Bars wieder und sind auf einen Blick ersichtlich. Alle Wanderungen, Bike-Touren, Trailrunning-Routen können übersichtlich in der App gesucht werden. Dabei findet der Nutzer eine Beschreibung der Tour mit Bildern, erhält tagesaktuelle Infos zu Wetter, die Seetemperatur und wann er mit der letzten Bergbahn ins Tal fahren kann. In der übersichtlichen Karte von Zell am See-Kaprun hat der Gast die Möglichkeit, direkt zum jeweiligen Ausflugsziel oder Spot mit Google Maps hinzunavigieren. Die

App enthält außerdem eine digitale Mobilitätskarte, die Gäste zur kostenfreien Benützung aller öffentlichen Verkehrsmittel der Region berechtigt. Diese digitale Mobilitätskarte ist integriert in ein Zell am See-Kaprun Userkonto, welches in Zukunft die Basis der gastzentrierten sowie individualisierten Kommunikation der Destination sein wird.

## 30.000 NUTZUNGEN SEIT LAUNCH

Die Zell am See-Kaprun App ist seit Anfang Juli im Google PlayStore für Android und im AppStore für Apple zum Download zur Verfügung. Seit dem Launch vor 2 Monaten verzeichnet die App bereits rund 30.000

aktive Nutzungen. Die Qualität der Anwendung wurde von den Usern bestätigt und ist aktuell mit 5 Sternen im AppStore von Apple bewertet. Mit der neuen Zell am See-Kaprun App konnte der digitale Service am Gast deutlich erweitert werden und so ein großer Mehrwert für die Nutzer geschaffen werden. Der Gast steht zu 100 % im Fokus: Mit jeder Interaktion werden verhaltensbasierte Vorschläge und Informationen im digitalen Urlaubsbegleiter präziser. Gemeinsam mit der Dialogschmiede aus Wien als strategischem Partner wurde dieses innovative, ganzheitlich digitale Service-Konzept für die Region entwickelt.



Patrick Riedlsperger, BA, Head of Marketing Zell am See-Kaprun:

**„Die Zell am See-Kaprun App ist der Beginn eines großen Digitalisierungsprojekts in der Destination, in der wir das Thema digitale Services in Zukunft weiter fokussieren werden. Basierend auf dem Zell am See-Kaprun Nutzerkonto, in dem wir aktuell die Mobilitätskarte und zukünftig weitere Mehrwerte anbieten werden, können wir noch individualisierter und damit relevanter und effizienter mit unseren Gästen kommunizieren. Aktuell arbeiten wir gemeinsam mit unseren Partnern bereits an der weiteren Verbesserung sowie neuen Funktionalitäten für die kommende Wintersaison.“**



## SOMMERKAMPAGNE 2021

Von Alpen das Beste – „Mehr Sommer passt in keinen Urlaub“

Das Startsignal für den Restart des Tourismus in Österreich fiel am 19. Mai 2021. Mit 3. Mai 2021 wurde wieder aktiv Urlaub in Zell am See-Kaprun beworben und die Sommerkampagne, dieses Jahr mit einem neuen Konzept unter dem Motto „Mehr Sommer passt in keinen Urlaub“, gestartet.

Die Sehnsucht nach „richtigem Urlaub“ war und ist so groß wie noch nie zuvor. Und auf genau diese Bedürfnisse ging Zell am See-Kaprun mit der umfangreichen Sommerkampagne 2021 ein. Fokus lag erneut auf den wichtigen Nahmärkten. So starteten mit Anfang Mai die Aktivitäten in Österreich sowie Deutschland und wurde danach in Märkte wie Tschechien oder die Niederlande erweitert. Der Schwerpunkt der Kampagne lag im digitalen Bereich sowie auf reichweitenstarken Offline-Medien, wie Radio, Out of Home und Print. Durch eine agile Mediaplanung konnte stets auf Veränderungen in den Märkten reagiert und das investierte Media-budget effizient eingesetzt werden.

Die vielfältigen Möglichkeiten der Region wurden wieder über ein Splitscreen Konzept präsentiert und kommuniziert. Damit konnte das besondere Format und die Logik der erfolgreichen letzten Kampagnen

erneut fortgesetzt werden. Zentral für den Erfolg der Kampagne ist die Kombination von reichweitenstarken offline Maßnahmen und zielgerichteten Digital Marketing Aktivitäten.

## MEDIA HIGHLIGHTS

- Out of Home Werbung in AT  
Digitale Screens und Rolltreppe U-Bahn Station Karlsplatz und Mariahilfer-Straße am Karlsplatz kommen U1, U2 und U4 zusammen täglich 227.000 Bruttokontakte
- Social Media und Online Marketing  
Über Facebook, Instagram, Google und Youtube wurde neu geschaffener Content reichweitenstark und zielgerichtet über Ads und Posts ausgespielt
- Online-Advertorials über „Content Garden“  
Auspielung der Sommerhighlights über das Tool an Top-Medien in Österreich und Deutschland sowie Schweiz
- Radio-Werbung in AT  
Neuer Radiospot mit Fokus auf Sommerkarte mit „Relaxa“ auf Ö3 und FM4  
Zweiwöchiger Zeitraum im Mai zu den besten Hörerzeiten

- Sicherer Urlaub  
Um den Sommerurlaub so flexibel wie möglich zu gestalten, wurde auch dieses Jahr wieder das Angebot „Sorgenfrei buchen“ beworben und für die Gäste umgesetzt. Neben höchsten Hygienestandards und Sicherheitsmaßnahmen, laufender Information auf der Website und an die Partner, konnten die wichtigen Inhalte verständlich und transparent kommuniziert werden. Die Relevanz einer möglichen Stornierung oder Umbuchung hat nach wie vor höchste Priorität bei den Gästen. So bieten zahlreiche Betriebe in Zell am See-Kaprun wieder bis 48 Stunden vor Anreise eine kostenlose Stornierung oder Umbuchung an und sorgen damit für Sicherheit.
- PR Innovation:  
virtuelle Pressekonferenz  
Getreu dem Kampagnenmotto „Gletscher, Berg und See: Mehr Sommer passt in keinen Urlaub“ veranstaltete Zell am See-Kaprun am 9. Juni 2021 die erste digitale Pressekonferenz. Mit eigens kreierten, inspirierenden Videos wurden die teilnehmenden Journalisten auf eine Reise auf Gletscher, Berg und See mitgenommen und ein Vorgeschmack gegeben, wie sich „VON ALPEN DAS BESTE“ anfühlt.

## NEUE KANÄLE, HOHE REICHWEITEN UND NEUES BRAND-AMBASSADOR-KONZEPT

### BEGEISTERTE FANS ÜBER SOCIAL MEDIA

Social Media steht für Zell am See-Kaprun weiterhin im Zentrum der Kommunikationsstrategie der Marke. Besonders im vergangenen Jahr war es hier wichtig, mit klarem Fokus die Kanäle weiter auszubauen und die Community zu fördern. Gerade in den Phasen von Reiserestriktionen oder Lock-Downs nutzten wir die Chance weiterhin aktiv zu kommunizieren und unsere Gäste zu Fans zu machen. Diese Arbeit spiegelt sich auch weiterhin in der Performance der Kanäle wider. So konnten allein auf Facebook über 10 Mio. Personen organisch von uns erreicht werden.

### NEUE ZIELGRUPPEN AUF TIKTOK

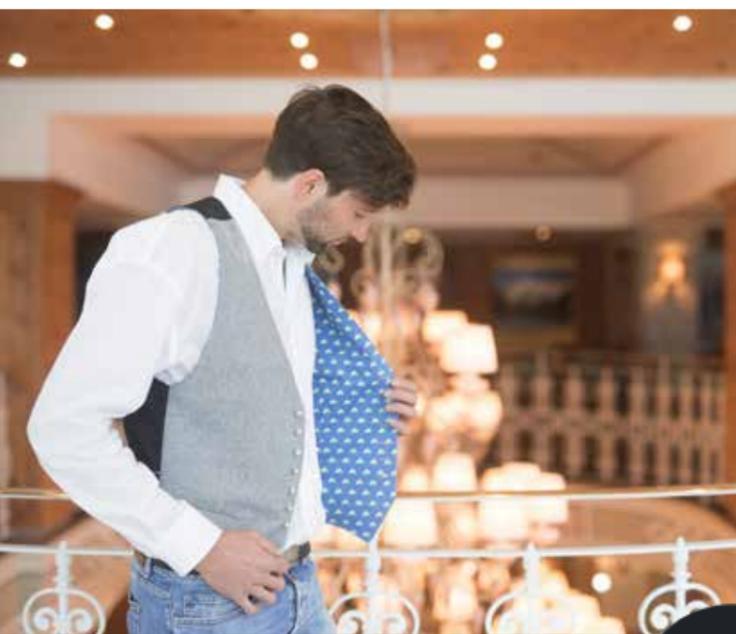
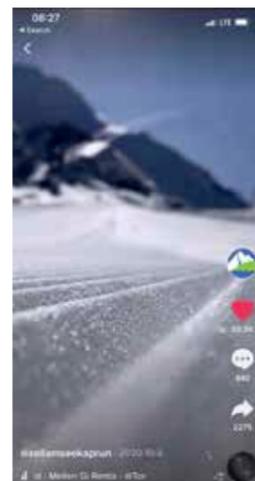
Die Video-App TikTok hat bereits über 100 Mio. Nutzer in Europa mit dynamischem Wachstum. Hier möch-

te Zell am See-Kaprun die Chancen nutzen. Außerdem kann eine neue, junge Zielgruppe für die Region angesprochen werden. Bei TikTok ist Zell am See-Kaprun bereits einer der größten Kanäle im Bereich Reisen in Österreich. Ein Wintervideo erreichte hier auf dem offiziellen Kanal mehr als eine halbe Million Views.

### ZELL AM SEE-KAPRUN AMBASSADORS

Mit diesem Sommer 2021 ging Zell am See-Kaprun neue Wege im Influencer Marketing und initiierte eine Zusammenarbeit mit Social Media Markenbotschaftern aus Österreich und Deutschland. Ziel der langfristigen Zusammenarbeit ist eine Steigerung der Bekanntheit der Marke Zell am See-Kaprun durch die Ambassadors und die Nutzung der Reichweiten, um die Region exklusiv zu promoten. Mit Be-

suchen vier Mal im Jahr – zwei Mal zu Events und zwei Mal für Individualreisen – zum Teil auch verbunden mit Workshops oder Camps, werden Bilder und Videos produziert und mit den vielen Anhängern der Influencer geteilt.



Im Kristallblau des neuen, speziell für die Region Zell am See-Kaprun entworfenen Regionaldirndls spiegelt sich der Zeller See wider. Es wird von einer feinen Voralberger Spitze eingefasst.



**Kleidermanufaktur  
Wienerroither**

Echte Silberknöpfe veredeln das Dirndl. Es ist ein sportlicher Look entstanden, der unverkennbar optimal in die Region passt. Auch der Stoff wurde exklusiv designt.

[www.wienerroither-tracht.at](http://www.wienerroither-tracht.at)

## KOOPERATIONEN MIT STARKEN MARKENPARTNERN



### SALOMON WMNS DAYS

WMN ist eine neue, unkonventionelle Kampagne von Salomon, welche ohne Klischees Frauen bei verschiedenen Outdoor-Sportarten zeigt und die entsprechenden Produkte des Herstellers präsentiert.

Im Rahmen unserer langjährigen Markenkooperation mit Salomon war Zell am See-Kaprun ein wichtiger Teil dieser Kampagne, indem sie mit einem Event erlebbar wurde. Im Juni 2021 fand in der Region hier ein Outdoor-Event exklusiv für Frauen statt, welches vorher umfangreich auf Social Media sowie in den Salomon Stores beworben wurde.



### KAMPAGNE MIT RAUCH

Für die kommende Wintersaison startete Zell am See-Kaprun mit Rauch eine neue Kampagne. Von November bis Februar wurde auf den reichweitenstarken Kanälen des Fruchtsaftherstellers das Gewinnspiel für einen Aufenthalt in der Region beworben mit dem Kommunikationsschwerpunkt „sich wohl fühlen, sich etwas Gutes tun“, der perfekt in die Post-Covid-Zeiten passt.

Verbreitung war in den europäischen Nahmärkten: Deutschland, Österreich, Ungarn, Tschechien, Slowakei und Slowenien.



### JULIUS MEINL KOOPERATION

Im Juni 2021 startete zusätzlich die exklusive Markenkooperation mit Julius Meinl. Mit der neuen Produkteinführung der Julius Meinl Mokka-Kanne und dem Mokka-Kaffee möchte der beliebte und weltbekannte Kaffeeröster den fortlaufenden Trend „Urlaub in Österreich“ aufgreifen. Die Mokka-Kanne ist der ideale „Reisepartner“ für die Outdoorsaison 2021 und für einen Urlaub mit bester Aussicht in Zell am See-Kaprun. Die Region profitiert wiederum von der Aufmerksamkeit und Reichweite der groß angelegten Digital Kampagne mittels Newsletter, Website, Facebook und Instagram.



## LEADING KAMPAGNEN FÜR DAS LEADING GOLF ANGEBOT

Das größte Golfzentrum mit den schönsten 36 Grüns zwischen Gletscher, Berg und See

In Kooperation mit dem Golfclub Zell am See-Kaprun wurden in 2021 gleich mehrere Kampagnen umgesetzt. Zum einem wurde eine allgemeine, intensive Kampagne mit Golfmedien sowie auf Facebook, Google, Instagram sowie YouTube zur Bewerbung des Leading Golfangebots in der Region erstellt. Weiters gab es spezielle Formate zur Kommunikation der neuen Herbstgolfwoche sowie des Golf-unlimited-Packages auf den Kanälen von Zell am See-Kaprun. Dies ist eine wichtige Initiative zur Förderung der Top-Golf-Infrastruktur und des Qualitätstourismus in der Destination.



#zellamseekaprun  
Herbstgolfwoche 2021 in Zell am See-Kaprun  
13.886 Aufrufe · 28.06.2021

**Zell am See-Kaprun** Sponsored · 3

👉 Lust auf eine Auszeit im Herbst?  
Zwischen 🏔️ Gletscher 🏔️ Berg und 🌊 See!

- ✅ Wanderparadies
- ✅ Top of Salzburg: 3.029m
- ✅ N... [See more](#)



## HERBSTKAMPAGNE – HERBSTLICHER GENUSS

Bewerbung der Nachsaison

Neben der Sommerkampagne wurde auch besonderer Wert auf die Bewerbung der Nachsaison gelegt, um hier weiter Nachfrage für die Region zu generieren. Hier führten wir eine umfangreiche Kampagne für den „Herbstlicher Genuss“ in Zell am See-Kaprun durch. Fokussiert auf Bayern und Österreich, wurden hier speziell die Themen alpine Kulinarik, Wandern, Golf, Biken sowie die einzigartige Dichte an alpinen Ausflugszielen in den Vordergrund gestellt. Medial wurde hier auf einen Mix aus Print-Maßnahmen und Digitalen Medien gesetzt.



## TV KOOPERATIONEN

Redaktionelle Integration der Region mit Top-Reichweiten

Neben Digitalen Medien sichern TV-Formate in allen Märkten weiterhin qualitative Reichweiten für Zell am See-Kaprun und die Angebote der Marke. So konnten wir zum Beispiel in Österreich im April 2021 gemeinsam mit ServusTV im Format „Heimatleuchten“ eine Produktion zum Thema Alpine Küche veröffentlichen. Weiters gab es Kooperationen mit der Pro Sieben-Sat 1-PULS 4-Gruppe, welche intensiv den Restart des Tourismus in Zell am See-Kaprun auf mehreren Sendern der Marke begleitete.

## CONTENT MARKETING

Bewegte Bilder bewegen Menschen

Die visuelle Kommunikation unserer Region ist entscheidend für die Auswahl der nächsten Urlaubsregion bei unseren Gästen. Noch nie hat Zell am See-Kaprun so viel Bewegtbild produziert und veröffentlicht wie im letzten Jahr, ohne dabei Kompromisse bei der Qualität der Produktionen zu machen. Für die Wintersaison 2021/22 wurden viele neue Inhalte kreiert. In der Sommersaison wurden Themenproduktionen für zahlreiche Angebote der Region umgesetzt. Dazu zählt zum Beispiel Wandern am Maiskogel, Yoga am SUP, Paragliding von der Schmittenhöhe, Klettersteige bei den Hochgebirgsstauseen oder E-Biken und Gravel Bike.



# ZELL AM SEE-KAPRUN SOMMERKARTE

von 19. Mai bis 31. Oktober 2021

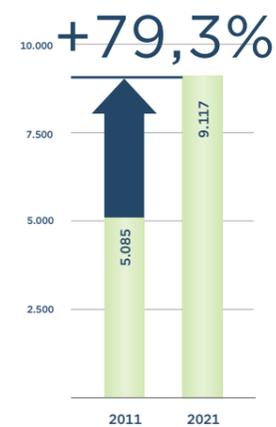


Die Zell am See-Kaprun Sommerkarte gehört zu den Leitprodukten der Region und umfasst bis zu 40 Attraktionen. Die kontinuierliche Weiterentwicklung und Positionierung als Premiumprodukt wird forciert. Hierzu wurden auch für die Saison 2021 maßgebliche Schritte in die Qualitätssteigerung gesetzt. Aktuell sind 278 (2021) Betriebe Partner der Sommerkarten-Kooperation, das entspricht einem Anteil von 47,95 % der Gesamtbetten in der Region.

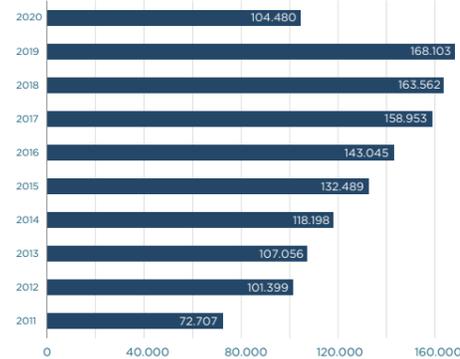
Die neue Zell am See-Kaprun App (ersetzt ab heuer die Sommerkarten App) stellt ein wichtiges Tool für alle Sommerkarten-Gäste dar. Die inhaltlich und visuell professionelle Darstellung

finden großen Anklang und das positive Feedback spricht für sich.

## ENTWICKLUNG BETTEN 2011-2021



## AUSGESTELLTE SOMMERCARDS 2011-2021



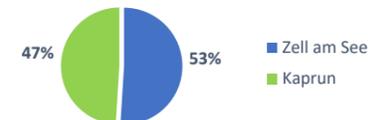
## AKTUELLER STAND DER PARTNERBETRIEBE AUGUST 2021

Jahr 2021	Betriebe	Betten	Betten der Kartenbetriebe in Relation zu den Gesamtbetten in der Region
Zell am See	135	4.873	25,63 %
Kaprun	143	4.244	22,32 %
<b>Gesamt</b>	<b>278</b> (2010/11 = 133)	<b>9.117</b> (2010/11 = 5.085)	<b>47,95 %</b> (2010/11 = 33 %)

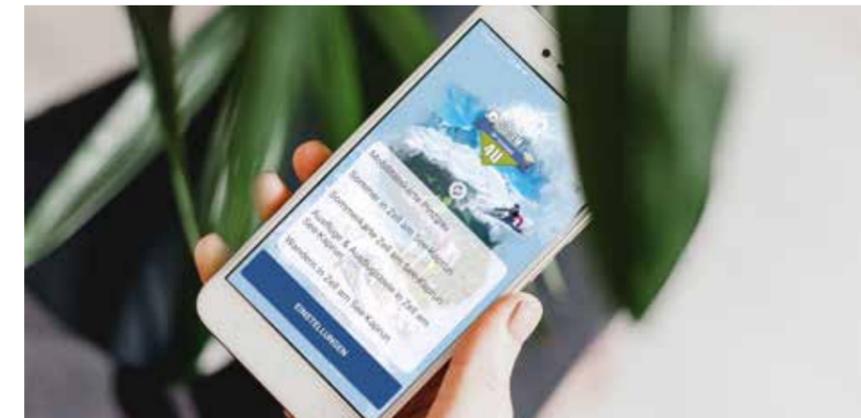
## VERTEILUNG PARTNERBETRIEBE



## VERTEILUNG BETTEN



# DAS EMPLOYER BRANDING PROGRAMM VON ZELL AM SEE-KAPRUN



Team4U umfasst folgende Säulen:

### INFO4U

stellt auf [www.team4u.at](http://www.team4u.at) die Informationsplattform von Team4U dar, mit allgemeinen Informationen zu Zell am See-Kaprun selbst und zum Leben in der Region.



Die Jobplattform macht tagesaktuell auf Jobs in der Region Zell am See-Kaprun aufmerksam.



Die Benefits4U-Karte berechtigt mehrere hundert MitarbeiterInnen zur Nutzung von **rund 100 Rabattmöglichkeiten bei 50 Partnern**.



Förderung der überbetrieblichen Zusammengehörigkeit der MitarbeiterInnen, Aufbau eines sozialen Netzwerkes mit sportlichen und gesellschaftlichen Veranstaltungen. **Über 600 Facebook-Follower** werden permanent mit interessanten Postings versorgt.

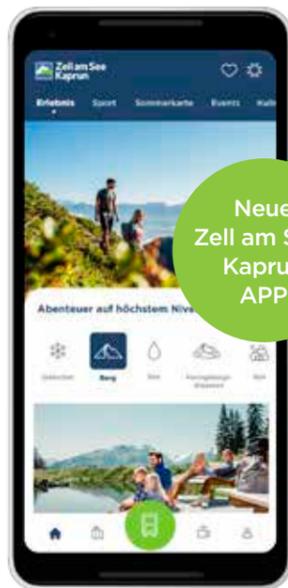
Team4U - unser Mitarbeitergewinnungs- und Bindungsprogramm darf 2021 sein 3-jähriges Bestehen feiern. 38 Betriebe der Region zählen zu den Partnerbetrieben, welche bereits 1.200 Karten an knapp 1.000 MitarbeiterInnen ausgaben.

### Team4U in Zahlen:

- 5 Projektsäulen
- 38 Partnerbetriebe, deren MitarbeiterInnen die Benefits4U-Card bekommen
- 100 Rabattmöglichkeiten
- Knapp 1.000 MitarbeiterInnen erhielten seit der Team4U-Gründung die Benefits4U-Card
- 210 Personen nutzen die Microlearning-App
- Monatlich Schulungen der Academy4U offline sowie auch als Webinar



bietet **Seminare** zur persönlichen und fachlichen Weiterentwicklung sowie die dazugehörige **App4U mit aktuell 11 Wissensgebieten**, welche unkompliziert Regionswissen vermittelt. **211 Personen nutzen die App** bereits!



Neue Zell am See-Kaprun APP

**VON ALPEN DAS BESTE**  
DAS PURE URLAUBSERLEBNIS MIT DER ZELL AM SEE-KAPRUN SOMMERKARTE 2021

**TÄGLICH MEHR ERLEBEN ZWISCHEN GLETSCHER, BERG UND SEE**  
Von den Ufern des kristallenen Zeller Sees über die abwechslungsreichen Wandwege der Schmetzhöhe bis hin zur Aussichtsplattform „Top of Salzburg“ am Gletscher des Kitzbühner Horns: Zell am See-Kaprun eröffnet Urlaubern eine in Österreich einzigartige Erlebnisvielfalt zwischen Gletscher, Berg und See.

**100 % MEHRWERT MIT DEN PREMIUMPARTNERN**  
Alle Attraktionen der Premiumpartner sind in der Zell am See-Kaprun Sommerkarte inkludiert. Dazu zählen etwa die **Natur der Bergbahnen auf der Haseberg** (z.B. Bergbahn Schmetzhöhe, Kitzbühner Horn und Haseberg), **die Schiffler** am Zeller See sowie die Besichtigung der **Kaprun Hochgebirgsbahnen**, der **Sigmund Thun Klamm** oder der **Königer Wasserfälle** (Tagesausnahmen SK-Konzeption und Skifli).

**BONUSPARTNER MIT ZUSÄTZLICHEN VORTEILEN UND VERGÜNSTIGUNGEN**  
Die Bonuspartner der Zell am See-Kaprun Sommerkarte mit der **SK-Konzeption** und **Kitzbühner Horn** sowie die **Teilnehmer am beliebten Cool Kids Fun Kinderprogramm** in Zell am See-Kaprun.

**ALLE VORTEILE AUF EINEN BLICK**  
• Entdecken Sie vom Anreis und bis zum Abreise jeden Tag etwas Neues  
• Bis zu 40 Attraktionen profitieren eine einzigartige Erlebnisvielfalt  
• Individuelle Nutzung des Angebots durch personalisierte Karten, auch für jedes Kind  
• Sie erhalten die Karte gleich beim Check-in in den teilnehmenden Urlaubsorten  
• Die Sommerkarte ist im Zeitraum von 19. Mai bis 31. Oktober 2021 gültig

**Zell am See Kaprun**

**PREMIUMPARTNER**

- Bergbahn Schmetzhöhe | Zell am See
- Bergbahn Kitzbühner Horn | Kaprun
- Bergbahn Haseberg | Kaprun
- Bergbahn Hochgebirgsbahnen | Kaprun
- Schiffler | Zell am See
- 3 Strandbäder | Zell am See
- Haseberg | Zell am See
- Kaprun Museum | Kaprun
- Sigmund Thun Klamm | Kaprun
- Museum Schloss Stizen | Saalfelden
- Nationalpark Hohe Tauern | Zell am See
- Wild- und Freizeitpark Farietta | Fusch-Ferlach
- Schladinger | Langgögg
- Venedigerklamm | St. Martin
- Sauerbergklamm | Werfing
- Kitzbühner Horn | Zell am See
- Königer Wasserfälle | Könnert
- Öffentliche Verkaufsstellen (Bus und Zug) im Pongau

**BONUSPARTNER**

- Cool Kids Fun Kinderprogramm | Zell am See-Kaprun
- Casino | Zell am See | Zell am See
- Haseberg | Zell am See
- Blumenhof | Zell am See
- Venedigerklamm | Zell am See
- Mergelfel Biwasse-Zufahrt in Schuttsdorf | Zell am See
- Sauerbergklamm | Zell am See
- SK-Konzeption Kitzbühner Horn | Kaprun
- Mein erster SKOBer Kitzbühner Horn | Kaprun
- Stauwasser-Führung Hochgebirgsbahnen | Kaprun
- Stöckl | Fährplatzkaprun | Kaprun
- TALEN SPA | Zell am See-Kaprun - Sunset Ticket | Kaprun
- Staffing Center | Kaprun - Saalbach
- Diesel Kiosk | Bruck a. d. Großglocknerstraße
- Bergbau- und Gedenkverein | Langgögg
- Alpentour „Hingopf“ | Bruck a. d. Großglocknerstraße
- Proseuer Bergsportclub No. 1 | Saalfelden
- Erlebniswelt Holz - Holzwerkstatt | Fusch
- Großglockner Hochalpenstraße | Ferenzen - Heiligendörfel
- Wasser-Wohn Könnert | Könnert
- Wanderweg Proseuer Lokalbahn | Zell am See - Könnert

**ERLEBE DAS SOMMERKARTE = MOBILITÄTSKARTE**  
Innovative Attraktionen im Pongau

**Zell am See-Kaprun Sommerkarte**  
2021 Zell am See, Kaprun - 40 Säulen  
[www.zellamsee-kaprun.com](http://www.zellamsee-kaprun.com)



Golfcamp mit Felix Gottwald



Klammlichter



Gipfel Klänge Kitzsteinhorn



Alpiner Genuss



Trail Fitness Test



IRONMAN 70.3



Silent Cinema



Alpiner Genussmarkt am Kirchbichl Kaprun



Red Bull X-Alps



Großglockner Ultra Trail



Zeller Seezauber



GP Ice Race Cold Start

## Top-Events

# GANZJAHRES-ÜBERBLICK DER VERANSTALTUNGSHIGHLIGHTS IN ZELL AM SEE-KAPRUN

### WINTER 2020/21

- 25.-26.01. FIS Europacuprennen
- Februar 2021 GP Ice Race - Cold Start

### SOMMER & HERBST 2021

- 29.05. Karate Eurocup
- 12.06., 03.07., 07.08., 04.09. Nostalgie Märkte
- 18.-20.06. Golf- & Inspirationscamp mit Felix Gottwald
- 20.06.-02.07. Red Bull X-Alps
- 24.-27.06. Yoga Camp „Body, Mind & Soul Weekend“
- 02.-04.07. Dance Star Austria
- 04.07. Gipfel Klänge Kitzsteinhorn
- 16.-23.07. Bayer 04 Leverkusen Trainingslager
- 24.07. NostalRad
- 27.07.-16.08. ZellArt
- 30.07.-01.08. Großglockner Ultra-Trail
- 30.07.-02.08. Sportalpen Triathloncamp
- 13.-22.08. Eishockey World Tournament
- 20.08. Silent Cinema
- 29.08. IRONMAN 70.3 Zell am See-Kaprun
- 02.-05.09. Internationale Porsche Tage
- 05.-14.09. Vespa Alp Days
- 10.09.-26.09. Genusswochen „Alpiner Genuss“
- 11.09. Schmitten Downhillgolf
- 12.09. Bauernherbstfest Kaprun
- 24.-26.09. Women's Trail
- 29.09.-03.10. Austrian Icehockey Classic

### Wöchentlich:

- Stadtmarkt Zell am See
- Stadtführung Zell am See
- Zeller Seezauber
- Klammlichter
- Sagenhafte Nacht des Wassers
- Heimatabend auf der Burg Kaprun
- Burgführung
- Zeller Sommerkonzerte
- Kinderprogramm
- Sommerkonzerte Bürgermusik
- Trail Fitness Test
- Alpiner Genussmarkt am Kirchbichl Kaprun
- Sommerkonzert der Musikkapelle Kaprun
- Erlebnistag am Bauernhof
- Waldspielgruppe Bergkind
- Trekking mit Lamas & Alpakas
- Gletschertag
- Piraten Ahoi am Zeller See
- Klettern
- Kinderprogramm mit dem Nationalpark Ranger
- Schmidolins Feuertaufe

## Bilanz zum 31.12.2020

	Werte 2020	Werte 2019
<b>AKTIVA</b>		
<b>A. ANLAGEVERMÖGEN</b>		
Immaterielle Vermögensgegenstände	5.659,69	12.500,02
Sachanlagen	46.633,22	48.443,23
Finanzanlagen	0,03	0,03
<b>SUMME ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>52.292,94</b>	<b>60.946,28</b>
<b>B. UMLAUFVERMÖGEN</b>		
Vorräte	0,00	10.178,92
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	867.704,42	585.487,17
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	405.732,62	903.522,79
<b>SUMME UMLAUFVERMÖGEN</b>	<b>1.273.437,04</b>	<b>1.499.188,88</b>
<b>C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>		
	18.670,15	11.753,20
<b>SUMME RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	<b>18.670,15</b>	<b>11.753,20</b>
<b>SUMME AKTIVA</b>	<b>1.344.400,13</b>	<b>1.571.885,36</b>

	Werte 2020	Werte 2019
<b>PASSIVA</b>		
<b>A. EIGENKAPITAL</b>		
Eingefordertes Stammkapital	270.000,00	270.000,00
übernommenes Stammkapital	270.000,00	270.000,00
einbezahltes Stammkapital	270.000,00	270.000,00
Gewinnrücklagen	150.000,00	150.000,00
Bilanzgewinn	66.573,86	85.598,03
davon Gewinnvortrag	85.598,03	84.169,63
<b>SUMME EIGENKAPITAL</b>	<b>486.573,86</b>	<b>505.598,03</b>
<b>B. RÜCKSTELLUNGEN</b>	160.297,95	183.210,36
<b>C. VERBINDLICHKEITEN</b>	697.528,32	863.156,97
davon mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr	697.528,32	863.156,97
<b>D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	0,00	19.920,00
<b>SUMME PASSIVA</b>	<b>1.344.400,13</b>	<b>1.571.885,36</b>

## Gewinn- und Verlustrechnung 2020

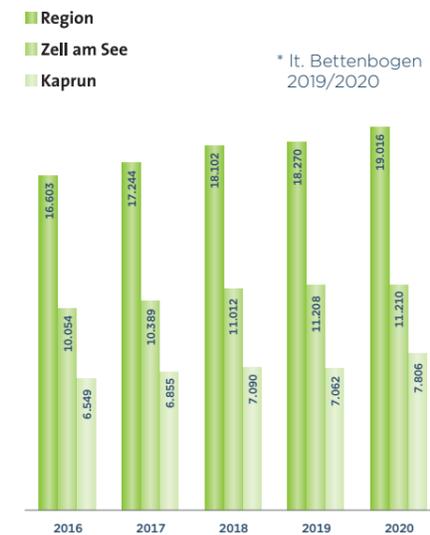
	Werte 2020	Werte 2019
<b>1. UMSATZERLÖSE</b>	<b>5.369.278,04</b>	<b>7.600.182,42</b>
<b>2. SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE</b>	<b>223.401,47</b>	<b>17.597,82</b>
<b>3. MARKETINGAUFWAND</b>		
operatives Marketing	2.687.008,14	3.900.465,45
Eventmarketing	478.654,36	1.191.208,16
Handelswaren	176.290,32	218.885,57
<b>SUMME MARKETINGAUFWAND</b>	<b>-3.341.952,82</b>	<b>-5.310.559,18</b>
<b>4. PERSONALAUFWAND</b>		
Löhne und Gehälter	1.038.274,18	1.109.521,24
Sozial Aufwendungen	339.353,58	343.743,45
<b>SUMME PERSONALAUFWAND</b>	<b>-1.377.627,76</b>	<b>-1.453.264,69</b>
<b>5. ABSCHREIBUNGEN</b>		
auf immaterielle Gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlage	-29.511,24	-29.838,27
<b>6. ADMINISTRATION</b>	<b>-860.750,85</b>	<b>-820.698,78</b>
<b>7. BETRIEBSERGEBNIS (Summe aus 1-6)</b>	<b>-17.163,16</b>	<b>3.419,32</b>
<b>8. SONSTIGE ZINSEN UND ÄHNLICHE ERTRÄGE</b>	<b>12,99</b>	<b>92,30</b>
<b>9. AUFWENDUNGEN AUS FINANZANLAGEN</b>	<b>0,00</b>	<b>-128,85</b>
<b>10. ZINSEN UND ÄHNLICHE AUFWENDUNGEN</b>	<b>-124,00</b>	<b>-204,37</b>
<b>11. FINANZERGEBNIS (Summe aus 8-10)</b>	<b>-111,01</b>	<b>-240,92</b>
<b>12. ERGEBNIS VOR STEUERN (Summe aus 7+11)</b>	<b>-17.274,17</b>	<b>3.178,40</b>
<b>13. STEUERN VOM EINKOMMEN</b>	<b>-1.750,00</b>	<b>-1.750,00</b>
<b>14. ERGEBNIS NACH STEUERN</b>	<b>-19.024,17</b>	<b>1.428,40</b>
<b>15. JAHRESÜBERSCHUSS</b>	<b>-19.024,17</b>	<b>1.428,40</b>
<b>16. GEWINNVORTRAG AUS DEM VORJAHR</b>	<b>85.598,03</b>	<b>84.169,63</b>
<b>17. BILANZGEWINN</b>	<b>66.573,86</b>	<b>85.598,03</b>

# LAGEBERICHT SOMMER



## Statistik der Region

### Bettenentwicklung Sommer 2016–2020\*



### Ankünfte und Auslastung | Sommer 2016–2020

Kaprun	2016	2017	2018	2019	2020
Gesamtankünfte	117.676	128.346	132.983	129.487	86.907
Auslastung in %	35,77	37,17	37,53	36,85	21,68
Aufenthalt in Tagen	3,70	3,70	3,70	3,70	3,60

Zell am See	2016	2017	2018	2019	2020
Gesamtankünfte	206.618	218.186	223.112	224.334	156.621
Auslastung in %	42,21	42,40	40,86	40,10	28,83
Aufenthalt in Tagen	3,80	3,70	3,70	3,70	3,80

Region Zell am See-Kaprun	2016	2017	2018	2019	2020
Gesamtankünfte	324.294	346.532	356.095	353.821	243.528
Auslastung in %	39,67	40,32	39,55	38,84	25,89
Aufenthalt in Tagen	3,70	3,70	3,70	3,70	3,70

### Nächtigungen Kaprun | Sommer 2016–2020

	2016	2017	2018	2019	2020
Hotel	254.543	282.718	268.850	261.175	181.943
Appartement	149.776	155.744	186.916	190.379	109.869
Privat	6.244	6.195	9.472	5.221	4.764
Jugendheim + Camping	20.496	24.233	24.356	22.115	14.821
<b>Gesamt</b>	<b>431.059</b>	<b>468.890</b>	<b>489.594</b>	<b>478.890</b>	<b>311.397</b>

Abweichung 2020 zu 2019	
absolut	in %
-79.232	-30,34
-80.510	-42,29
-457	-8,75
-7.294	-47,26
<b>-167.493</b>	<b>-34,98</b>

### Nächtigungen Zell am See | Sommer 2016–2020

	2016	2017	2018	2019	2020
Hotel	478.662	494.534	499.558	481.588	344.049
Appartement	207.578	216.172	221.020	235.707	172.375
Privat	17.262	18.218	16.584	16.370	10.992
Jugendheim + Camping	77.354	81.542	90.664	93.253	67.181
<b>Gesamt</b>	<b>780.856</b>	<b>810.466</b>	<b>827.826</b>	<b>826.918</b>	<b>594.547</b>

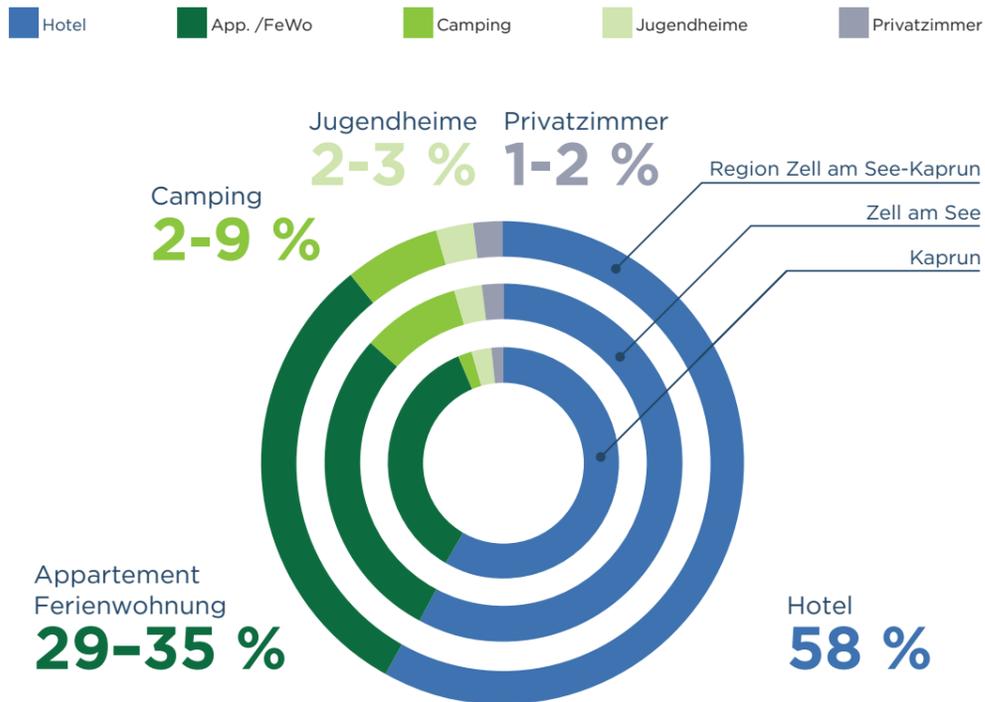
Abweichung 2020 zu 2019	
absolut	in %
-137.539	-28,56
-63.332	-26,87
-5.378	-66,36
-26.072	-2,86
<b>-232.321</b>	<b>-28,09</b>

### Nächtigungen Region | Sommer 2016–2020

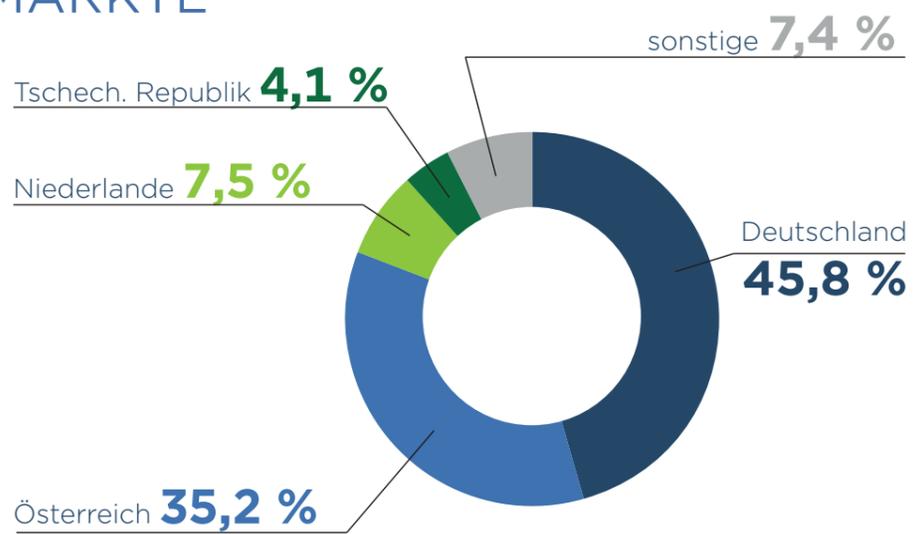
	2016	2017	2018	2019	2020
Hotel	733.205	777.252	768.408	742.763	525.992
Appartement	357.354	371.916	407.936	426.086	282.244
Privat	23.506	24.413	26.056	21.591	15.756
Jugendheim + Camping	97.850	105.772	115.020	115.368	82.002
<b>Gesamt</b>	<b>1.211.915</b>	<b>1.279.356</b>	<b>1.317.420</b>	<b>1.305.808</b>	<b>905.994</b>

Abweichung 2020 zu 2019	
absolut	in %
-216.771	-29,18
-143.842	-33,76
-5.835	-27,03
-33.366	-61,35
<b>-399.814</b>	<b>-30,62</b>

# UNTERKUNFTSARTEN



# TOP MÄRKTE

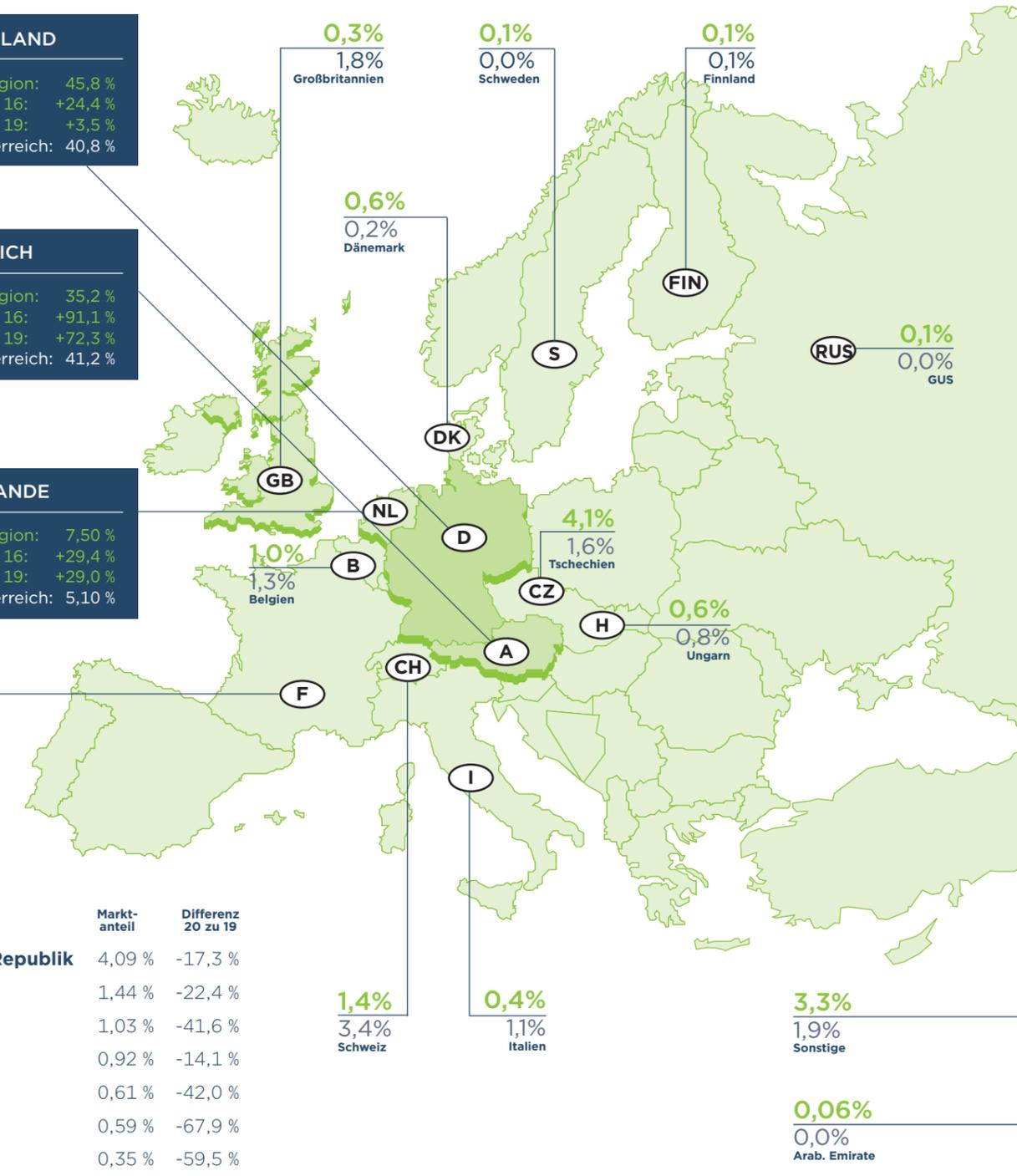


# MÄRKTE

Region  
Österreich

- 1 | DEUTSCHLAND**  
 Marktanteil Region: 45,8 %  
 Sommer 20 zu 16: +24,4 %  
 Sommer 20 zu 19: +3,5 %  
 Marktanteil Österreich: 40,8 %
- 2 | ÖSTERREICH**  
 Marktanteil Region: 35,2 %  
 Sommer 20 zu 16: +91,1 %  
 Sommer 20 zu 19: +72,3 %  
 Marktanteil Österreich: 41,2 %
- 3 | NIEDERLANDE**  
 Marktanteil Region: 7,50 %  
 Sommer 20 zu 16: +29,4 %  
 Sommer 20 zu 19: +29,0 %  
 Marktanteil Österreich: 5,10 %

- 4 | Tschech. Republik** 4,09 % -17,3 %
- 5 | Schweiz** 1,44 % -22,4 %
- 6 | Belgien** 1,03 % -41,6 %
- 7 | Polen** 0,92 % -14,1 %
- 8 | Ungarn** 0,61 % -42,0 %
- 9 | Dänemark** 0,59 % -67,9 %
- 10 | Italien** 0,35 % -59,5 %



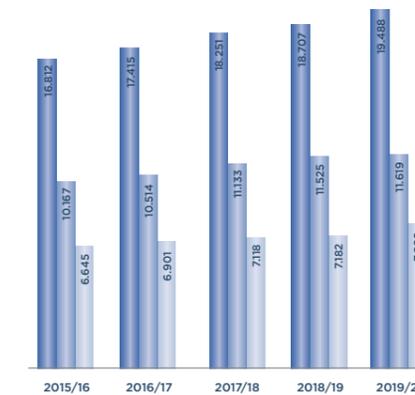
# LAGEBERICHT WINTER



## Statistik der Region

### Bettenentwicklung Winter 2015/16-2019/20

- Region
- Zell am See
- Kaprun



### Ankünfte und Auslastung | Winter 2016/17-2020/21

Kaprun	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Gesamtankünfte	138.232	156.730	156.157	126.008	1.756
Auslastung in %	47,08	52,26	51,03	38,39	0,70
Aufenthalt in Tagen	4,30	4,30	4,20	4,30	5,70

Zell am See	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Gesamtankünfte	167.105	172.916	179.065	148.343	2.133
Auslastung in %	42,14	41,36	40,69	35,09	0,40
Aufenthalt in Tagen	4,80	4,80	4,70	5,00	4,00

Region Zell am See-Kaprun	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Gesamtankünfte	305.337	329.646	335.222	274.351	3.889
Auslastung in %	44,10	45,61	44,66	36,42	0,52
Aufenthalt in Tagen	4,60	4,60	4,50	4,70	4,80

\* lt. Bettenbogen 19/20

### Nächtigungen Kaprun | Winter 2016/17-2020/21

	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21	Abweichung 2020/2021 zu 2019/2020 absolut	Abweichung 2020/2021 zu 2019/2020 in %
Hotel	330.628	380.706	335.040	280.687	4.429	-276.258	-98,42
Appartement	224.710	254.487	290.435	235.530	4.424	-231.106	-98,12
Privat	10.831	12.911	11.976	11.075	393	-10.682	-96,45
Jugendheim + Camping	25.164	25.227	25.897	19.497	806	-18.691	-95,86
<b>Gesamt</b>	<b>591.333</b>	<b>673.331</b>	<b>663.348</b>	<b>546.789</b>	<b>10.052</b>	<b>-536.737</b>	<b>-98,16</b>

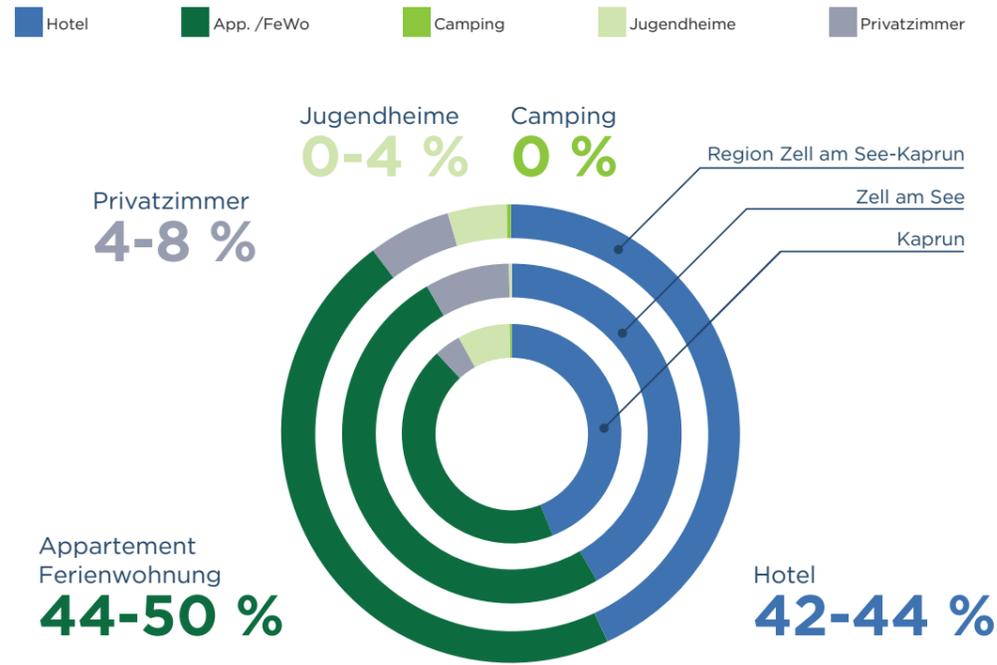
### Nächtigungen Zell am See | Winter 2016/17-2020/21

	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21	Abweichung 2020/2021 zu 2019/2020 absolut	Abweichung 2020/2021 zu 2019/2020 in %
Hotel	483.638	487.524	483.343	401.981	3.557	-398.424	-99,12
Appartement	249.856	273.527	296.886	281.418	4.249	-277.169	-98,49
Privat	15.986	15.967	13.979	13.106	687	-12.419	-94,76
Jugendheim + Camping	56.912	56.349	54.671	41.505	1	-41.504	-100,00
<b>Gesamt</b>	<b>806.392</b>	<b>833.367</b>	<b>848.879</b>	<b>738.010</b>	<b>8.494</b>	<b>-729.516</b>	<b>-98,85</b>

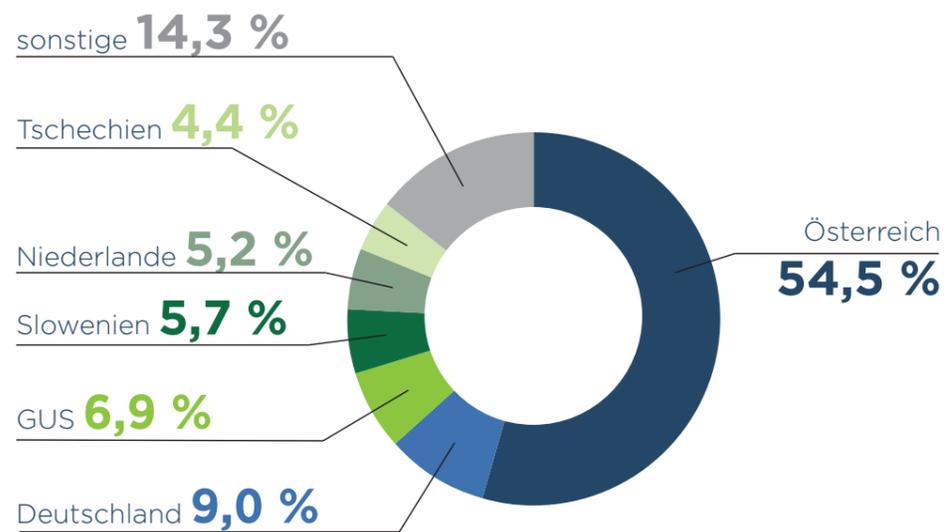
### Nächtigungen Region | Winter 2016/17-2020/21

	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21	Abweichung 2020/2021 zu 2019/2020 absolut	Abweichung 2020/2021 zu 2019/2020 in %
Hotel	814.266	868.230	818.383	682.668	7.986	-674.682	-98,83
Appartement	474.566	528.014	587.321	516.948	8.673	-508.275	-98,32
Privat	26.817	28.878	25.955	24.181	1.080	-23.101	-95,53
Jugendheim + Camping	82.076	81.576	80.568	61.002	807	-60.195	-98,68
<b>Gesamt</b>	<b>1.397.725</b>	<b>1.506.698</b>	<b>1.512.227</b>	<b>1.284.799</b>	<b>18.546</b>	<b>-1.266.253</b>	<b>-98,56</b>

# UNTERKUNFTSARTEN

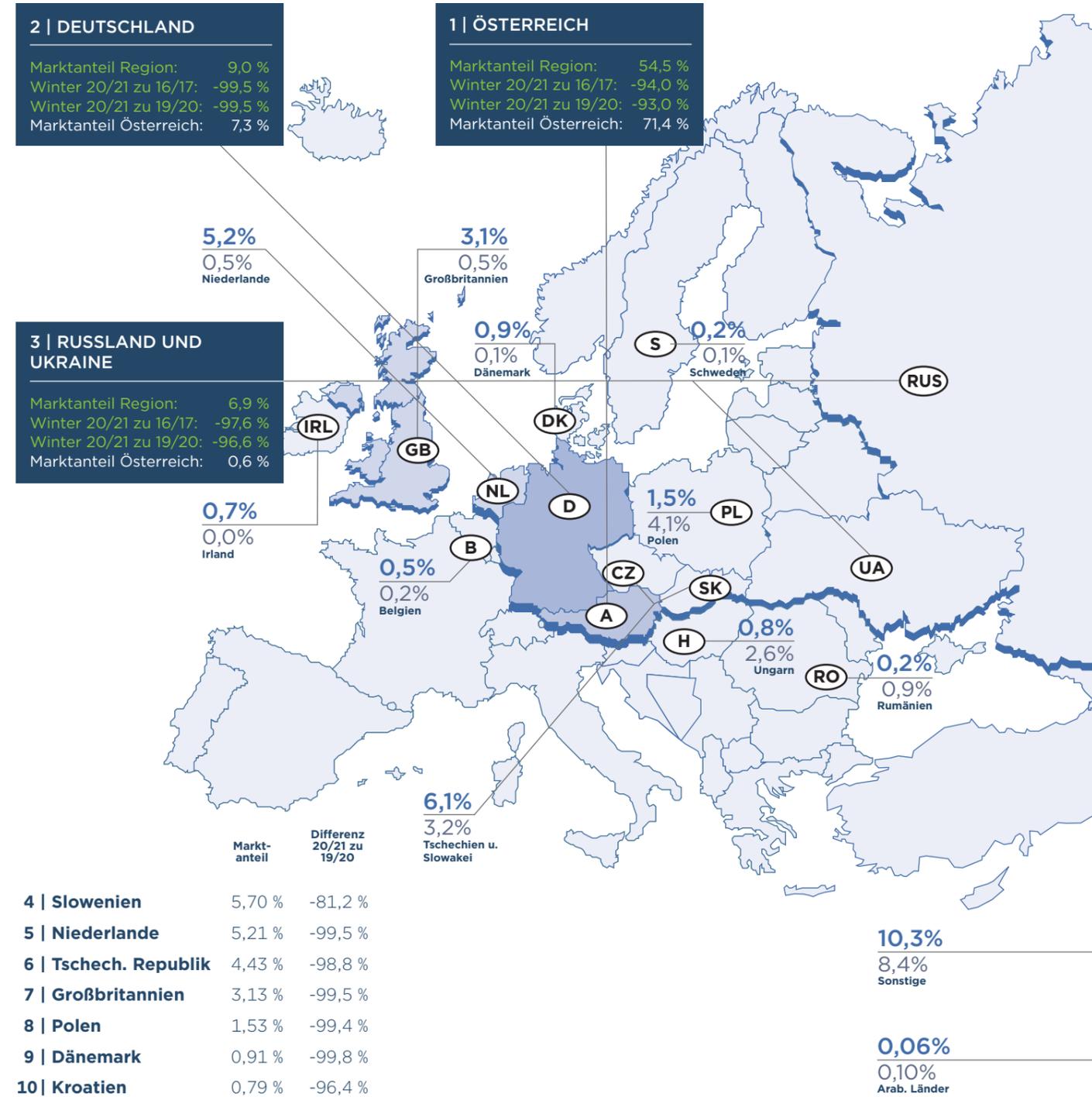


# TOP MÄRKTE



# MÄRKTE

## Region Österreich





Innovative Hygiene.

im Waschraum

Digitale Spenderdaten bringen 25 % weniger Serviceaufwand und 30 % mehr Kundenzufriedenheit.

fürs Gebäude

Reinigungslösungen und VAH-gelistete Desinfektionsmittel exakt dosieren für 30 % mehr Zeit und 30 % weniger Ausgaben.



VERNETZTE DESINFEKTION & HYGIENE



Mit einer Dosieranlage bis zu vier Waschmaschinen versorgen.

Sorgenfrei-sauberes Geschirr, 24/7/365 mit einer App.

für die Wäsche

in der Küche

DIGITALISIERUNG SCHAFFT EFFIZIENZ UND NACHHALTIGKEIT



# Zukunftsansicht.

Erleben Sie eine elektrisierende Wintersaison mit dem Audi RS e-tron GT.

**Future is an attitude**

Mehr erfahren auf [audi.at](https://www.audi.at)

Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 20,6 – 22,5 (WLTP); CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 0. Angaben zu Stromverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen bei Spannbreiten in Abhängigkeit von der gewählten Ausstattung des Fahrzeugs. Stand 09/2021. Symbolfoto.