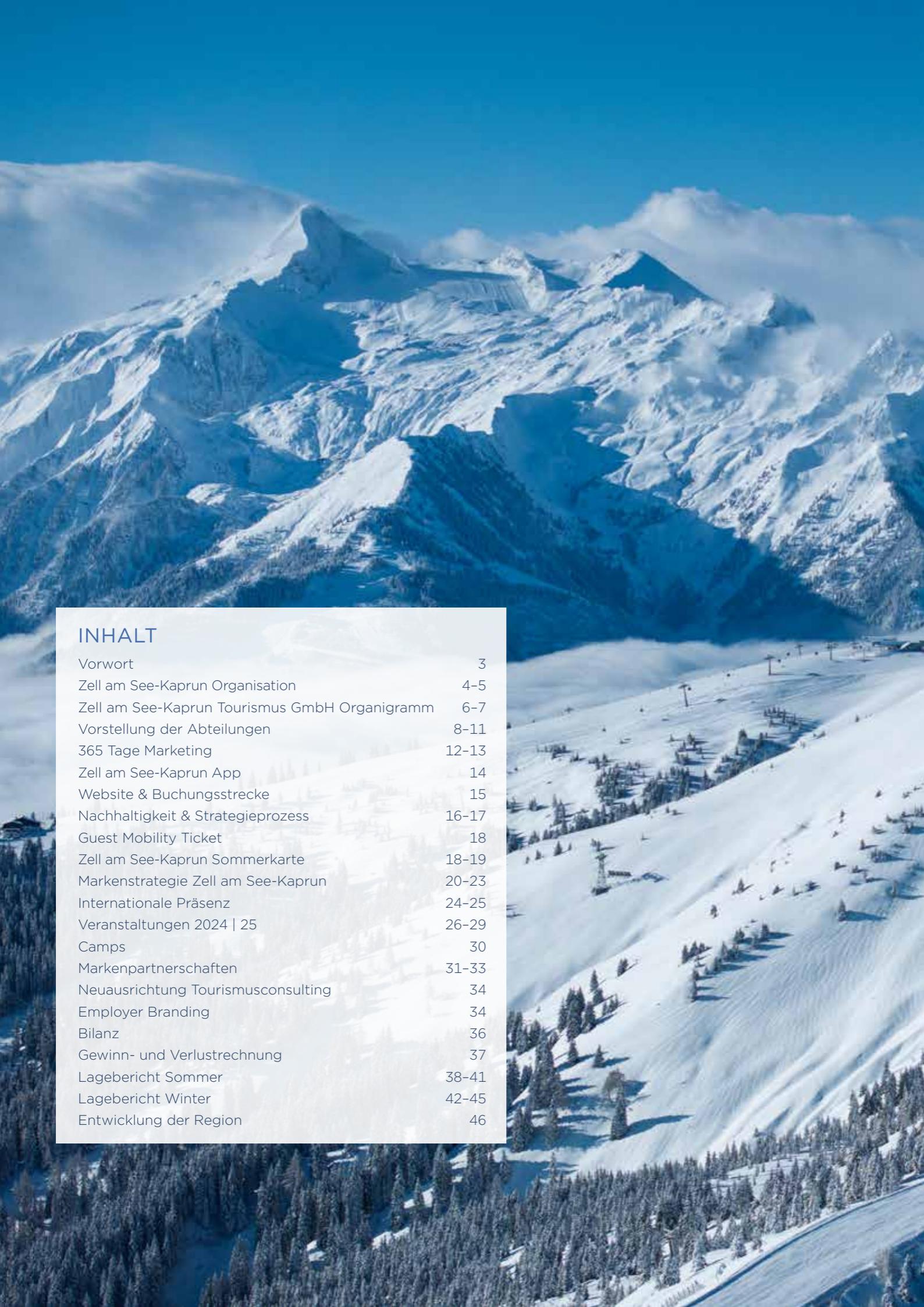


GESCHÄFTS BERICHT

2024 | 2025





INHALT

- Vorwort
- Zell am See-Kaprun Organisation
- Zell am See-Kaprun Tourismus GmbH Organigramm
- Vorstellung der Abteilungen
- 365 Tage Marketing
- Zell am See-Kaprun App
- Website & Buchungsstrecke
- Nachhaltigkeit & Strategieprozess
- Guest Mobility Ticket
- Zell am See-Kaprun Sommerkarte
- Markenstrategie Zell am See-Kaprun
- Internationale Präsenz
- Veranstaltungen 2024 | 25
- Camps
- Markenpartnerschaften
- Neuausrichtung Tourismusconsulting
- Employer Branding
- Bilanz
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Lagebericht Sommer
- Lagebericht Winter
- Entwicklung der Region

LIEBE MITGLIEDER UND VERTRETER DER TOURISMUSVERBÄNDE ZELL AM SEE UND KAPRUN!

Das vergangene Tourismusjahr war geprägt von Entwicklungen, richtungsweisenden Entscheidungen und spannenden Projekten. Mit Leidenschaft und Engagement haben wir gemeinsam daran gearbeitet, Zell am See-Kaprun als Ganzjahres-Premium-Alpen-Destination weiter zu stärken und die Qualität unserer faszinierenden und außergewöhnlichen Erlebnisse zwischen Gletscher, Berg und See stetig zu optimieren. Zell am See-Kaprun begeistert nicht nur im Sommer und Winter, sondern auch in den Monaten dazwischen. Dieser Leitgedanke ist der Motor hinter unseren Marketingaktivitäten. Mit maßgeschneiderten Kampagnen im Rahmen unseres Always-On-Konzepts decken wir in der Kommunikation den gesamten Jahreszyklus ab. Besonders der Herbst steht weiterhin im Fokus unserer Ganzjahresstrategie: Mit einer zielgerichteten Herbstkampagne und der erfolgreichen Veranstaltungsreihe Herbstlaut konnten wir diese Saison weiter profilieren und zusätzliche Gäste gewinnen. So schließen wir konsequent Lücken in den Nebensaisonen und schaffen neue Reiseanlässe für unsere Gäste.

Der Alltag unserer Gesellschaft ist vielfach von Stress und Druck geprägt. Mit unserem Kampagnenthema „Alltag aus. Auszeit an.“ sprechen wir bei unseren Gästen gezielt das Bedürfnis nach Regeneration von Körper und Geist an. Zell am See-Kaprun lädt dazu ein, sich in der alpinen Natur zu erholen, neue Kraft zu tanken und aktiv zu sein.

Das vergangene Jahr war geprägt von zahlreichen großartigen Veranstaltungen, die unserer Region internationale Wertschätzung und Strahlkraft verschafften. Zudem erfolgte die Übernahme des Großglockner

Ultra-Trail (GGUT), eines der bedeutendsten Trailrunning-Events Europas mit Start und Ziel in Kaprun. Ab der 11. Auflage, die von 23. bis 26. Juli 2026 stattfindet, wird Zell am See-Kaprun somit als offizieller Veranstalter auftreten und den GGUT gemeinsam mit altbewährten Partnern und mit SALTY Trailrunning weiterführen. Trailrunning gilt als wachstumsstarker Trendsport, der immer mehr Menschen begeistert und hervorragend zur Positionierung unserer Destination passt.

Zell am See-Kaprun lebt vom Tourismus - wirtschaftlich, gesellschaftlich und kulturell. Unsere Region fasziniert Menschen aus aller Welt mit beeindruckender Natur, gelebter Gastfreundschaft und hoher Lebensqualität. Daraus erwächst eine große Verantwortung: Was wir heute gestalten, entscheidet über die Zukunft dieses besonderen Lebensraums. Aktuell befinden wir uns in der Schlussphase der Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen, die im Herbst 2025 abgeschlossen wird. Dieses ist das bekannteste und etablierteste Umweltlabel im österreichischen Tourismus und zeichnet sich insbesondere durch umfassende, transparente sowie unabhängig geprüfte Kriterien aus. Ein wichtiger Meilenstein, der unser Engagement für eine langfristig klimabewusste Tourismusentwicklung hervorhebt und zugleich die Richtung für ein ganzheitliches Lebensraummanagement vorgibt.

Von Alpen das Beste - das ist Zell am See-Kaprun für seine Gäste, dank der Leidenschaft vieler Menschen, die Erholung in Lebensgefühl verwandeln. Sie sind die Motoren hinter einer beeindruckenden wirtschaftlichen Wertschöpfung, die im Herbst 2024 mithilfe einer Wertschöpfungs-

studie vom Institut economixs dargestellt und gemessen wurde. Dieser Public Value Report untersuchte ökonomische Impulse und bewertete diese finanziell in verschiedenen Qualitätsdimensionen. Die gelebte Gastfreundschaft in der Region bringt somit insgesamt einen jährlichen Nachfrageimpuls für die ganze Wirtschaft aus dem Tourismus von über 1 Milliarde Euro sowie eine direkte Wertschöpfung von 307 Millionen Euro. Weiters sichert der Tourismus jährlich über 12.000 Jobs in Zell am See-Kaprun, davon 5.910 direkt und 6.224 indirekt.

Parallel dazu widmen wir uns intensiv dem Strategieprozess. In ersten Workshops und Arbeitsgruppen, die von Tourismus-Experten begleitet wird, erarbeiten wir aktuell die zentralen Leitlinien für die touristische Weiterentwicklung der kommenden Jahre. Unser Ziel ist es, die Erfolgsgeschichte von Zell am See-Kaprun fortzuschreiben, neue Chancen zu nutzen und die Attraktivität unserer Destination nachhaltig zu steigern. Dabei liegt unser Fokus auf einer engen Zusammenarbeit mit Stakeholdern und Bürgerinnen und Bürgern – getragen von einer offenen, gestärkten und vertrauensvollen Kommunikation.

Unser großer Dank gilt allen, die diesen Weg mit uns gehen – unseren Mitarbeitern, Vermietern, Leistungsträgern, Partnern, den Gemeinden, Grundeigentümern, Stakeholdern sowie der geschätzten einheimischen Bevölkerung. Als Team von Zell am See-Kaprun Tourismus sind wir stolz auf ein erfolgreiches Tourismusjahr 2024 | 25 und richten unseren Blick gemeinsam auf eine starke Zukunft unserer Region sowie auf neue Visionen für das kommende Jahr!



*Manuel Resch
Geschäftsführer
Zell am See-Kaprun
Tourismus GmbH*



Maximilian Posch
Vorsitzender
Tourismusverband
Zell am See



*Christoph Bründl
Vorsitzender
Tourismusverband
Kaprun*

GESELLSCHAFTER, VORSTANDS- UND AUSSCHUSSMITGLIEDER

ZELL AM SEE-KAPRUN TOURISMUS GMBH

DIREKTORIUM	Vorsitzender Zell am See	Maximilian Posch	
	Vorsitzender Kaprun	Christoph Bründl	
	Geschäftsführung	Manuel Resch	

EIGENTÜMER	Stadtgemeinde Zell am See	Bgm. Andreas Wimmreuter	Gemeinde Kaprun	Bgm. Domenik David
	Schmittenhöhebahn AG	Dr. Erich Egger	Gletscherbahnen Kaprun AG	MMag. Thomas Maierhofer
	TVB Zell am See	Maximilian Posch Mag. Georg Daxer	TVB Kaprun	Christoph Bründl Michaela Muxel-Rexeisen

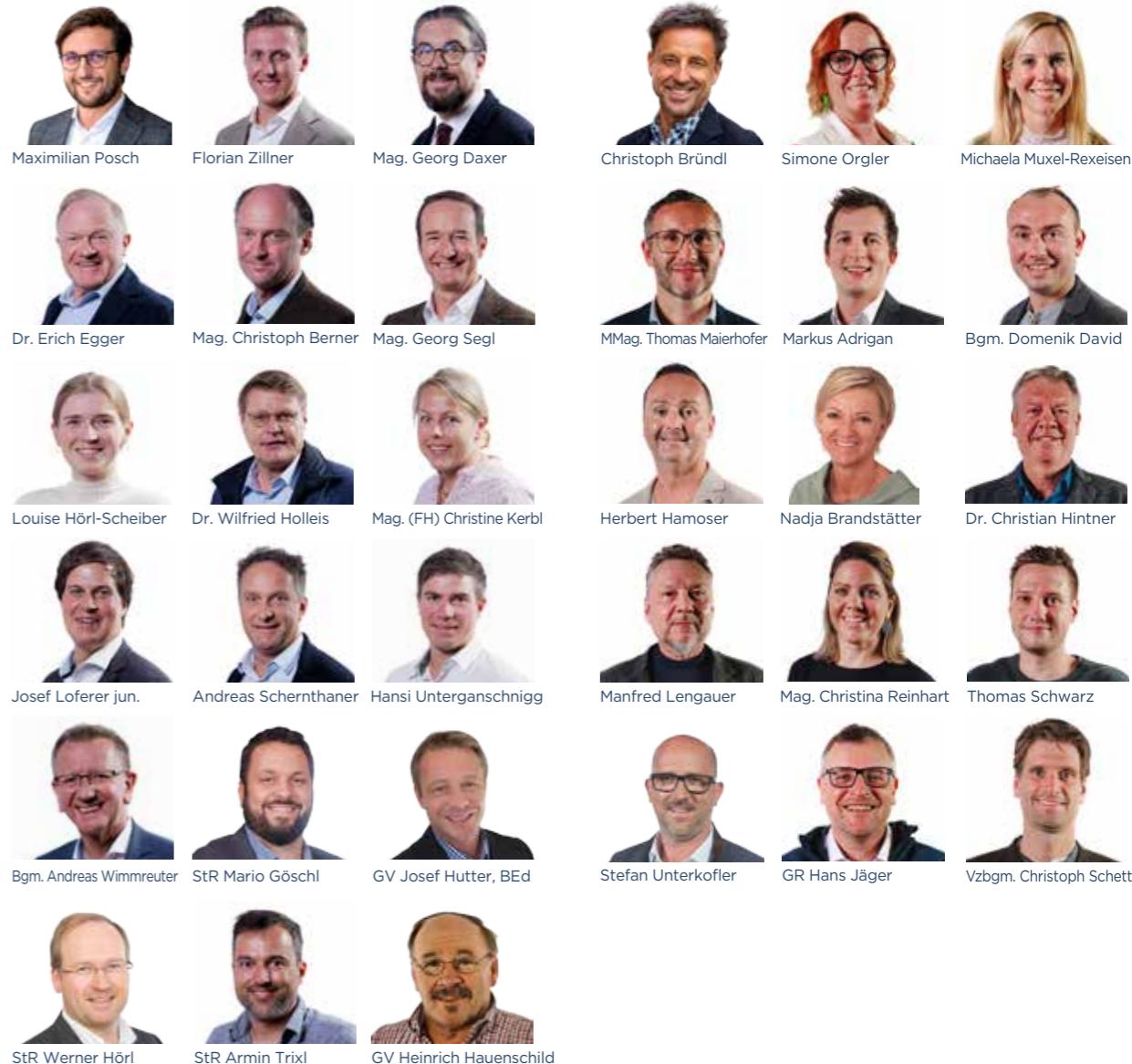
TOURISMUSVERBAND ZELL AM SEE

VORSTAND	Vorsitzender	Maximilian Posch
	Geschäftsführung	Manuel Resch
	Vorsitzender Stv.	Florian Zillner
	Finanzreferent	Mag. Georg Daxer
		Dr. Erich Egger Mag. Christoph Berner
	Kooptiert	Mag. Georg Segl

TOURISMUSVERBAND KAPRUN

VORSTAND	Vorsitzender	Christoph Bründl
	Geschäftsführung	Manuel Resch
	Vorsitzender Stv.	Simone Orgler
	Finanzreferent	Michaela Muxel-Rexeisen
		MMag. Thomas Maierhofer Markus Adrigan
	Kooptiert	Bgm. Domenik David Herbert Hamoser

TOURISMUSVERBAND ZELL AM SEE

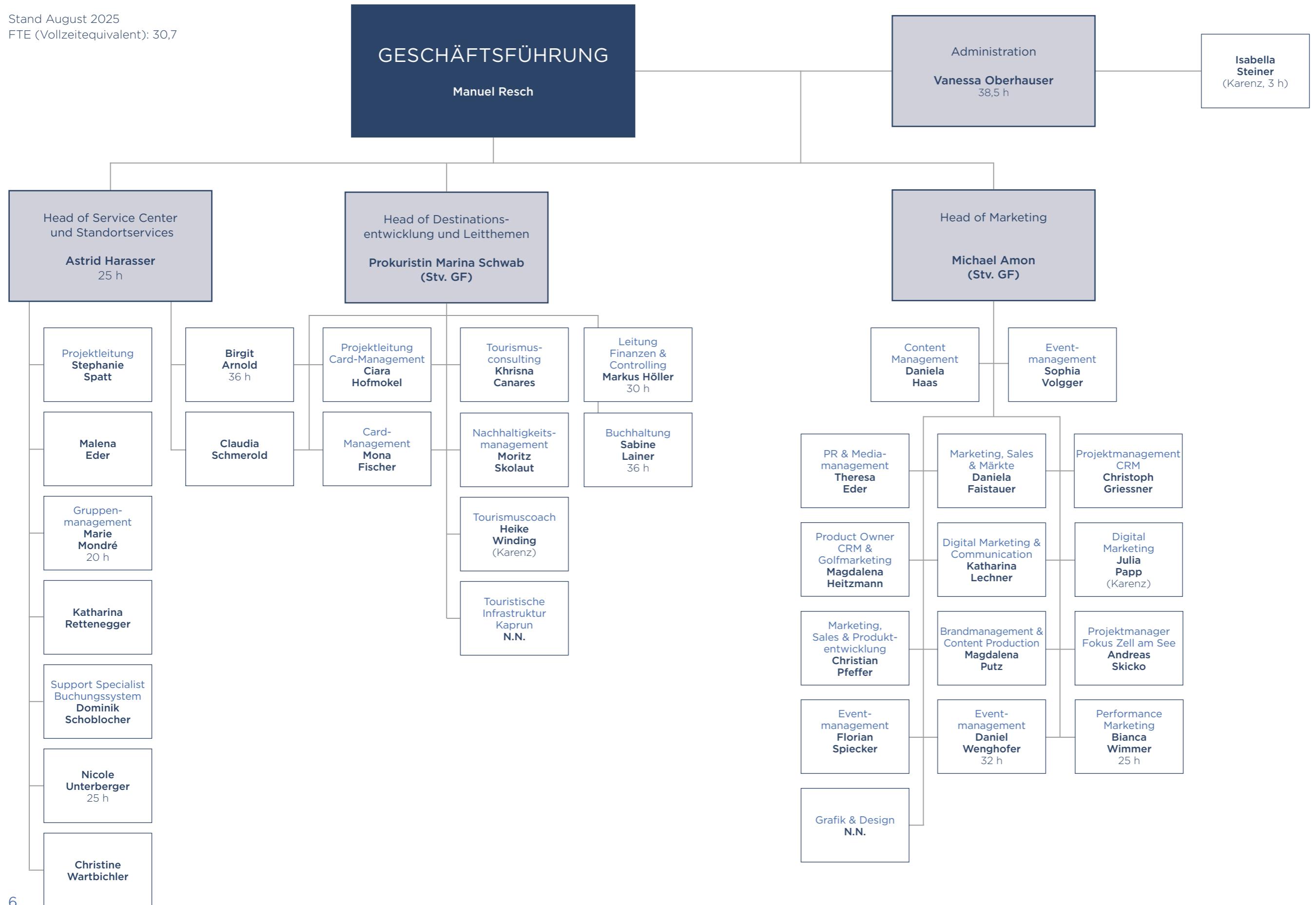


KOOPTIERTE MITGLIEDER:
Nadia Bruckner, Rudi Eder, Karl Halbmayr, Sebastian Hörl, Maximilian Kamolz, Valentin Klien, Nikolaus Lang, Thomas Mosshammer, Anton Oberschneider, Katharina Pfeffer, Dr. Lorenz Reitstätter, Balthasar Sauper, Roland Thiess

ZELL AM SEE-KAPRUN TOURISMUS GMBH

ORGANIGRAMM

Stand August 2025
FTE (Vollzeitequivalent): 30,7



VORSTELLUNG DER ABTEILUNGEN



SERVICE CENTER UND STANDORTSERVICES

Aufgabenprofil

- Beratung und Betreuung von Gästen bei allen Anliegen rund um den Aufenthalt in der Region
- Persönliche Beratung vor Ort am Schalter, telefonische Auskünfte sowie die Bearbeitung von Anfragen per E-Mail und über digitale Kanäle
- Unterstützung bei der Planung und Buchung des Aufenthaltes
- Zimmerbuchungen
- Ticketverkauf für Veranstaltungen
- Organisation, Gestaltung und Aktualisierung von Broschüren und Kartenmaterial
- Pflege und Aktualisierung von Datenbanken (Unterkünfte, Infrastruktur)

Zell am See



Head of Service Center &
Standortservices
Astrid Harasser



Stephanie
Spatt



Malena
Eder



Marie
Mondré



Katharina
Rettenegger



Dominik
Schoblocher



Nicole
Unterberger



Christine
Wartbichler

Kaprun



Standortleitung
Marina Schwab



Birgit
Arnold



Claudia
Schmerold

DESTINATIONSENTWICKLUNG & LEITTHEMEN

Aufgabenprofil

- Projektmanagement sowie laufender Service und Support für Leistungspartner und Partnerbetriebe der Zell am See-Kaprun Sommerkarte und des Guest Mobility Tickets
- Entwicklung und Weiterentwicklung von Infrastrukturprojekten sowie Konzeption neuer Angebote und Produkte zur Steigerung der Wertschöpfung und Imagestärkung der Region
- Tourismusconsulting: Unterstützung und Coaching der Betriebe in operativen und strategischen Fragestellungen
- Revenue Management: Analyse von Buchungs- und Marktdaten, Entwicklung dynamischer Preismodelle sowie Ableitung von Strategien zur optimalen Preispositionierung
- Business Development: Analyse und Optimierung bestehender Vertriebskanäle sowie Stärkung der Regionswebsite als provisionsfreien Vertriebskanal
- Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Stärkung der ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Nachhaltigkeit in der Region, Zertifizierung österreichisches Umweltzeichen



Head of Destinationentwicklung & Leitthemen, Prokuristin, Stellv. Geschäftsführung
Marina Schwab



Ciara Hofmokel



Mona Fischer



Khrisna Canares



Moritz Skolaut



Heike Winding (Karenz)

MARKETING

Aufgabenprofil

- Brand- & Marketingstrategie
- Produkt- & Destinationsentwicklung
- Medioplanung und Kommunikationsstrategie
- Digital Marketing und Innovation
- E-Commerce und CRM
- Social Media und Content Management
- Kampagnenmanagement
 - Public Relations und Content Strategie
 - Marktforschung und Marketingcontrolling
 - Markenpartnerschaften und Kooperationen
- Eventmanagement
 - Marketing
 - Abwicklung Regionsevents
 - Sponsoring und Durchführung ortsbezogener Veranstaltungen



Head of Marketing, Stellv. Geschäftsführung
Michael Amon



Daniela Haas



Sophia Volgger



Theresa Eder



Daniela Faistauer



Christoph Griessner



Magdalena Heitzmann



Katharina Lechner



Christian Pfeffer



Magdalena Putz



Andreas Skicko



Florian Spiecker



Daniel Wenghofer



Bianca Wimmer



Julia Papp (Karenz)

FINANZEN & CONTROLLING

Aufgabenprofil

- Buchhaltung
- Controlling
- Reporting
- Zahlungsverkehr



Leitung Finanzen & Controlling
Markus Höller



Sabine Lainer

ADMINISTRATION

Aufgabenprofil

- Operative und strategische Unterstützung der Geschäftsführung
- Organisation und Abwicklung von Sitzungen der Mitglieder
- Nächtigungsstatistik
- Employer Branding
- Von Alpen das Beste Team



Vanessa Oberhauser

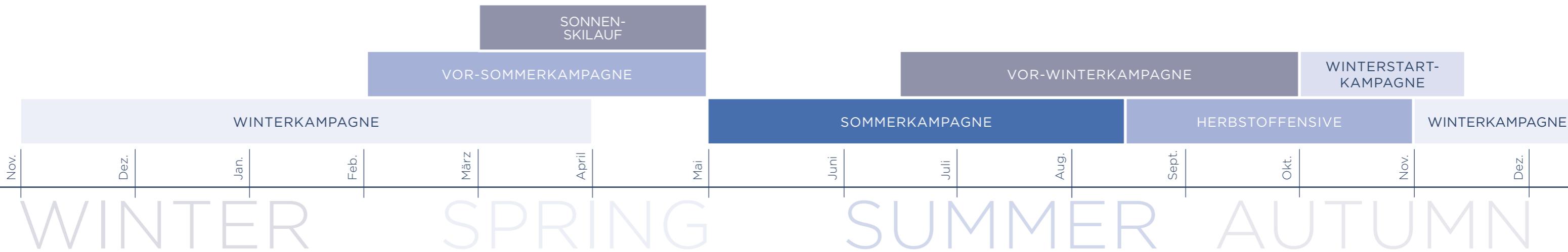


Isabella Steiner (Karenz)

365 TAGE MARKETING ALWAYS ON

In der Strategie von Zell am See-Kaprun haben wir es uns zum großen Ziel gesetzt, die Region als Ganzjahres-Premium-Alpen-Destination zu etablieren.

Diesem Ziel konnten wir uns im vergangenen Jahr mit großen Schritten nähern: Durch die intensive Weiterentwicklung von Angeboten anhand der fünf strategischen Handlungsfelder gelingt es uns, ganzjährig für außergewöhnliche Erlebnisse in der Region zu sorgen. Darauf abgestimmt decken unsere Marketingkampagnen den gesamten Jahreskreis ab und erzeugen so bei unseren Gästen 365 Tage lang Sehnsucht und Begeisterung für Zell am See-Kaprun.



AUSZEICHNUNGEN

WINTERIMAGECLIP 2024 | 25

2025 | International Committee of Tourism Film Festival

- Gewinner beim Terres Travel Festival
- Finalist bei den US International Awards
- Finalist bei den New York Festivals® TV & Film Awards
- Goldener Stern bei den Golden City Gate Awards

WINTERIMAGECLIP 2023 | 24

2024 | International Committee of Tourism Film Festival

- Finalist bei den US International Awards
- 2. Platz beim Silk Fest
- Silber bei den Cannes Corporate Media & TV Awards
- Unter den Top 5 weltweit besten Tourismusfilme

2024 | Internationale Wirtschaftsfilmstage

- Gewinner der silbernen Victoria



PERFORMANCE MARKETING

Im Rahmen unserer strategischen Kommunikationsmaßnahmen verfolgten wir im Berichtszeitraum das übergeordnete Ziel, die Marke Zell am See-Kaprun als führende Tourismusdestination weiter zu stärken und sowohl ihre Bekanntheit als auch ihre emotionale Strahlkraft auszubauen.

Quantitative Zielsetzungen lagen insbesondere in der Steigerung der Markenbekanntheit durch gezielte, wiederkehrende Anzeigenausspielungen über alle relevanten Kanäle, z.B. Google, YouTube und Meta hinweg. Dabei stand die Op-

timierung der Anzeigenansprache für unterschiedliche Zielgruppen – insbesondere „Genussvoller Aktivurlauber“, „Cool Families“ und „Outdoor Sportler & Abenteurer“ – im Fokus. Ergänzend wurde durch verstärkten Einsatz von emotionalen Storytelling in Video- und Bildformaten eine intensivere Markenbindung angestrebt.

Zur Erhöhung der Sichtbarkeit und Effizienz wurden insbesondere die Wiedergabezeiten von YouTube-Videos durch eine gezielte Platzierung verbessert. Parallel dazu wurde das Stimmungsbild zur

Marke Zell am See-Kaprun positiv beeinflusst – ein wesentlicher Beitrag zur Stärkung der Markenidentität sowohl bei Gästen als auch in der Region. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Förderung von Conversions und Direktbuchungen, insbesondere über die eigene Buchungsstrecke. Durch die gezielte Verbindung von Markenkommunikation und performance-orientierter Ausspielung wurde die Grundlage geschaffen, um die Zahl der Direktbuchungen nachhaltig zu steigern und den wirtschaftlichen Erfolg der Kampagnen direkt messbar zu machen.

ECKDATEN

- Verschiedene bewegte und statische Creatives
 - Allgemein + Zielgruppen („Genussvoller Aktivurlauber“, „Cool Families“ und „Outdoor Sportler & Abenteurer“)
 - In vier verschiedenen Sprachen (Winter)
 - In drei verschiedenen Sprachen (Sommer)
- 13 Märkte (Winter) | 12 Märkte (Sommer)
- Plattformen: Google, YouTube, Meta und im Sommer Teads
- Ganzjährige Laufzeit (Winter: November-April | Sommer: Mai-September)

KENNZAHLEN (01.05.2024-30.04.2025)

	Impressionen	Klicks	Reichweite
Meta	72.978.565	1.218.082	16.968.941
Google	52.511.380	756.993	27.134.705
Total	125.489.945	1.975.075	44.103.646

ZELL AM SEE-KAPRUN APP

GUEST MOBILITY TICKET

Mit dem Guest Mobility Ticket wird nachhaltige Mobilität in der Region Zell am See-Kaprun noch einfacher und komfortabler. Gäste, die sich mit derselben E-Mail-Adresse sowohl für die Gästmeldung als auch

für ihr SSO-Konto in der Zell am See-Kaprun App registrieren, erhalten das Ticket automatisch digital auf ihr Smartphone - direkt in die Zell am See-Kaprun Wallet.



GEPLANTE MEILENSTEINE

SIMTPHONE TICKET

Unter dem Motto „Von Alpen das Beste - direkt aufs Handy“ wird in der Zell am See-Kaprun App ein innovatives Feature eingeführt: das Smartphone Ticket. Ab der Wintersaison 2025 | 26 können Besucher ihre Skipässe bequem digital in der App kaufen und ihr eigenes

Smartphone als Ticket nutzen - ganz ohne es aus der Jacken- oder Hosentasche nehmen zu müssen. Die Grundlage dafür wurde bereits im vergangenen Winter gelegt: Erste Tests mit unseren Partnern Schmittenhöhe und Kitzsteinhorn über die Key2Ski App verliefen er-

folgreich. Nun wird diese moderne Technologie direkt in unseren Multivendor-Shop integriert und steht bald allen Gästen in der Zell am See-Kaprun App zur Verfügung.

Geplante Umsetzung:
Wintersaison 2025 | 26

GANZJAHRESAPP

Mit der neuen Ganzjahres-App bietet Zell am See-Kaprun den Gästen ein digitales Erlebnis, das weit über den aktuellen Aufenthalt hinausgeht. Im Gegensatz zu saisonalen Lösungen ermöglicht die App Zugriff auf Inhalte und Angebote aus allen vier

Jahreszeiten - Sommer wie Winter, Frühling wie Herbst. Gäste können so bereits vor Reiseantritt auf Informationen zu Wanderungen, Skigebieten, Veranstaltungen oder Mobilitätsangeboten zugreifen und ihren Aufenthalt optimal planen.

Diese ganzjährige Verfügbarkeit macht die App zum zentralen Urlaubsbegleiter, der Inspiration, Planung und Orientierung in einer einzigen Plattform vereint - zu jeder Zeit und für jede Saison.

Geplante Umsetzung: Frühjahr 2026

CHATBOT INTEGRATION IN DIE APP

Was auf der Website von Zell am See-Kaprun bereits erfolgreich im Einsatz ist, wird bald auch Teil der App: ein intelligenter Chatbot, der Gäste schnell und unkompliziert weiterhilft. Der Chatbot beantwortet Fragen zu aktuellen Veranstaltun-

gen, Wetter, Öffnungszeiten, Mobilität oder Ausflugstipps - rund um die Uhr und in Echtzeit. Durch die Integration in die Zell am See-Kaprun App wird der digitale Urlaubsbegleiter noch smarter und bietet Gästen auch unterwegs direkte Un-

terstützung - ohne langes Suchen. Mit der Erweiterung um dieses zentrale Serviceelement kann die digitale Gästebetreuung nachhaltig verbessert werden.

Geplante Umsetzung: Frühjahr 2026

DATEN ZUR ENTWICKLUNG

SSO Registrierungen (Single-Sign-on)		
Zeitraum	Anzahl	Entwicklung zum Vorjahr
Mai 21 bis April 22	15.437	—
Mai 22 bis April 23	31.721	+ 105 %
Mai 23 bis April 24	45.813	+ 44 %
Mai 24 bis April 25	53.433	+ 17 %

App Downloads		
Zeitraum	Anzahl	Entwicklung zum Vorjahr
Mai 21 bis April 22	35.366	—
Mai 22 bis April 23	67.509	+ 91 %
Mai 23 bis April 24	88.756	+ 31 %
Mai 24 bis April 25	104.840	+ 18 %

WEBSITE & BUCHUNGSSTRECKE

DIGITALE BARRIEREFREIHEIT

Seit Juni 2025 müssen Websites und mobile Anwendungen barrierefrei gestaltet werden, sodass sie für alle Nutzerinnen und Nutzer zugänglich sind, unabhängig von möglichen Einschränkungen. Basierend auf einem Prüfbericht, der die Startseite unserer Website sowie repräsentative Unterseiten über verschiedene Betriebssysteme und Devices mit Screenreadern testete, wurden Optimierun-

gen durchgeführt. So soll die Zugänglichkeit für eine breitere Zielgruppe ermöglicht und die Benutzerfreundlichkeit für alle User gesteigert werden, was die Sichtbarkeit sowie die Nutzerzahlen und die Aufenthaltsdauer auf der Webseite erhöhen kann.

Alternativtexte bei Bildern verbessern die Barrierefreiheit, indem sie Nutzern mit Sehbehinderungen

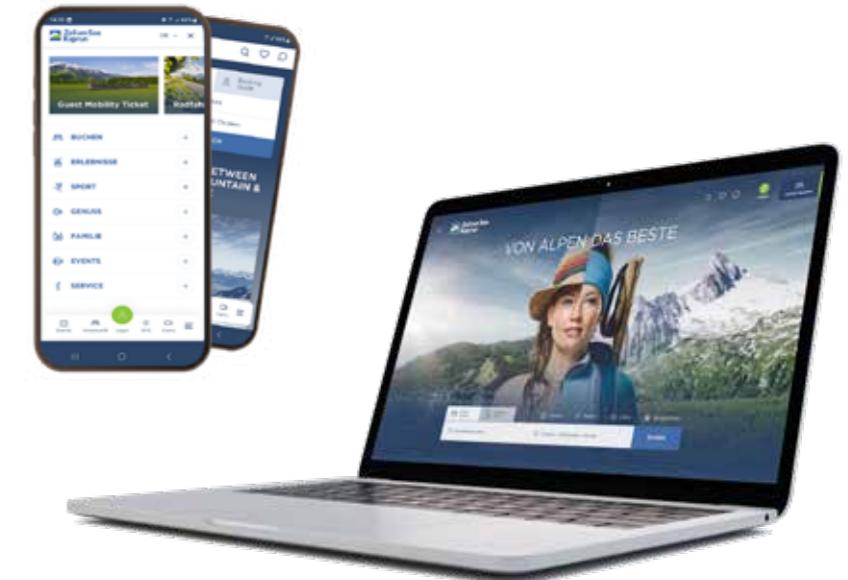
den Inhalt zugänglich machen und tragen zur Suchmaschinenoptimierung bei, da sie von Suchmaschinen gelesen werden können. Um die Vielzahl an Bildern in unseren Webanwendungen mit Alternativtexten zu füllen und das verpflichtende Vorhandensein von Alt-Texten zu garantieren, wird seit Mitte 2025 ein KI-Tool verwendet.

Einige umgesetzte Maßnahmen sind:

- Eine benutzerfreundliche Navigation (Tab-Reihenfolge, etc.)
- Einfache, barrierefreie Bedienbarkeit (wie Slider, Suchfilter, Tastaturbedienbarkeit (bei Formularen, in Kalendern, in der Überschriftenstruktur), Drop-Down-Menüs, Optimierungen für Screenreader, etc.)
- Alternativen für Menschen mit Seh- oder Hörbeeinträchtigungen (wie Alternativ-Texte bei Bildern, Untertitel bei Videos, etc.)

LAYOUT-REFRESH

Nach dem Relaunch unseres Webauftritts im September 2022 wurden nun kleine Maßnahmen zur Modernisierung des Designs umgesetzt. Ein Layout-Refresh und eine optische Auffrischung der Startseite sowie diverser Website-Elemente sollen das Nutzererlebnis verbessern. Produktempfehlungen werden prominent im Menü platziert, um die Sichtbarkeit zu erhöhen und den Verkauf zu steigern. Auch bei unseren Microsites zu diversen Veranstaltungen wurden Modernisierungen im Design durchgeführt. Dies betrifft unter anderem die Domains www.skigolfworldcup.com, www.genuss-skitage.at und team.zellamsee-kaprun.com.



ALTERNATIVE UNTERKUNFTSMÖGLICHKEITEN AUF DETAILSEITEN

Um den Nutzern eine größere Auswahl an Unterkünften zu bieten, sodass sie leichter eine passende Übernachtungsmöglichkeit in der Region finden, wurde die Anzeige alternativer Unterkünfte implementiert. Für die Anzeige von ähnlichen Unterkünften werden die Verfügbarkeiten im Suchzeitraum sowie die Unterkunftskategorie und weitere vom Guest vorausgewählte Filter herangezogen. Relevante

Vorschläge verbessern die Benutzererfahrung sowie das Vertrauen in unsere Plattform und steigern die Conversion-Rate, da zusätzliche Optionen die Buchungswahrscheinlichkeit erhöhen.

NACHHALTIGKEIT

DAS ÖSTERREICHISCHE UMWELTZEICHEN FÜR TOURISMUSDESTINATIONEN



Zell am See-Kaprun geht nach dem innovativen Leuchtturmprojekt der KEM-Tourismus Zell am See-Kaprun einen weiteren bedeutenden Schritt in Richtung nachhaltiger Entwicklung: Die Region befindet sich in der finalen Phase des Zertifizierungsprozess für das Österreichische Umweltzeichen für Tourismusdestinationen. Dieser spannende und vielschichtige Prozess ermöglicht einen umfassenden Blick auf die gesamte Region – von Infrastruktur über Mobilität und Naturschutz bis hin zu regionalen Akteuren. Ziel ist

es, nachhaltige Maßnahmen weiter zu stärken, Ziele festzulegen und damit eine zukunftsorientierte Entwicklung für Bevölkerung, Gäste und Natur gleichermaßen sicherzustellen.

Das Österreichische Umweltzeichen ist das renommierteste Umweltlabel im österreichischen Tourismus. Es steht für transparent nachvollziehbare, unabhängig geprüfte Kriterien und orientiert sich unter anderem an der nationalen Tourismusstrategie PLAN T sowie der Tourismusstrategie Salzburg 2030.

Doch nicht nur auf der Regionsebene

ist die Transformation in vollem Gange – so sind bereits rund 20 Betriebe in Zell am See-Kaprun mit dem Österreichischen Umweltzeichen für ihre Nachhaltigkeitsbestrebungen ausgezeichnet – Tendenz steigend. Die Zertifizierung als Umweltzeichen-Destination stärkt nicht nur die Positionierung der Region sondern schafft auch wichtige Rahmenbedingungen für ein langfristig wirksames Lebensraummanagement – mit dem Ziel, Zell am See-Kaprun als lebenswerte Region für zukünftige Generationen weiterzuentwickeln.

WARUM NACHHALTIGER TOURISMUS?

Zell am See-Kaprun lebt vom Tourismus – wirtschaftlich, gesellschaftlich und kulturell. Unsere Region ist ein Sehnsuchtsort, der Menschen aus der ganzen Welt mit atemberaubender Natur, gelebter Gastfreundschaft und hoher Lebensqualität begeistert. Was wir heute tun, entscheidet darüber, ob diese besondere Lebenswelt auch morgen noch in dieser Form existiert.

Nachhaltigkeit ist für mich kein Trend, sondern ein Auftrag. Der Tourismus hat die Kraft, positive Entwicklungen anzustoßen: im Umgang

mit Ressourcen, in der Mobilität, in der sozialen Verantwortung gegenüber den Menschen, die hier leben und arbeiten.

Ich bin überzeugt, dass Zell am See-Kaprun die Chance hat, Vorreiter zu sein. Wenn wir es schaffen, ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit in Einklang zu bringen, stärken wir nicht nur unsere Marke, sondern sichern auch den echten Mehrwert für kommende Generationen.

Jetzt ist der Moment, in dem wir handeln müssen – mutig, verlässlich und gemeinsam.

MIT STARKEN PARTNERSCHAFTEN NACHHALTIG IN DIE REGION REISEN

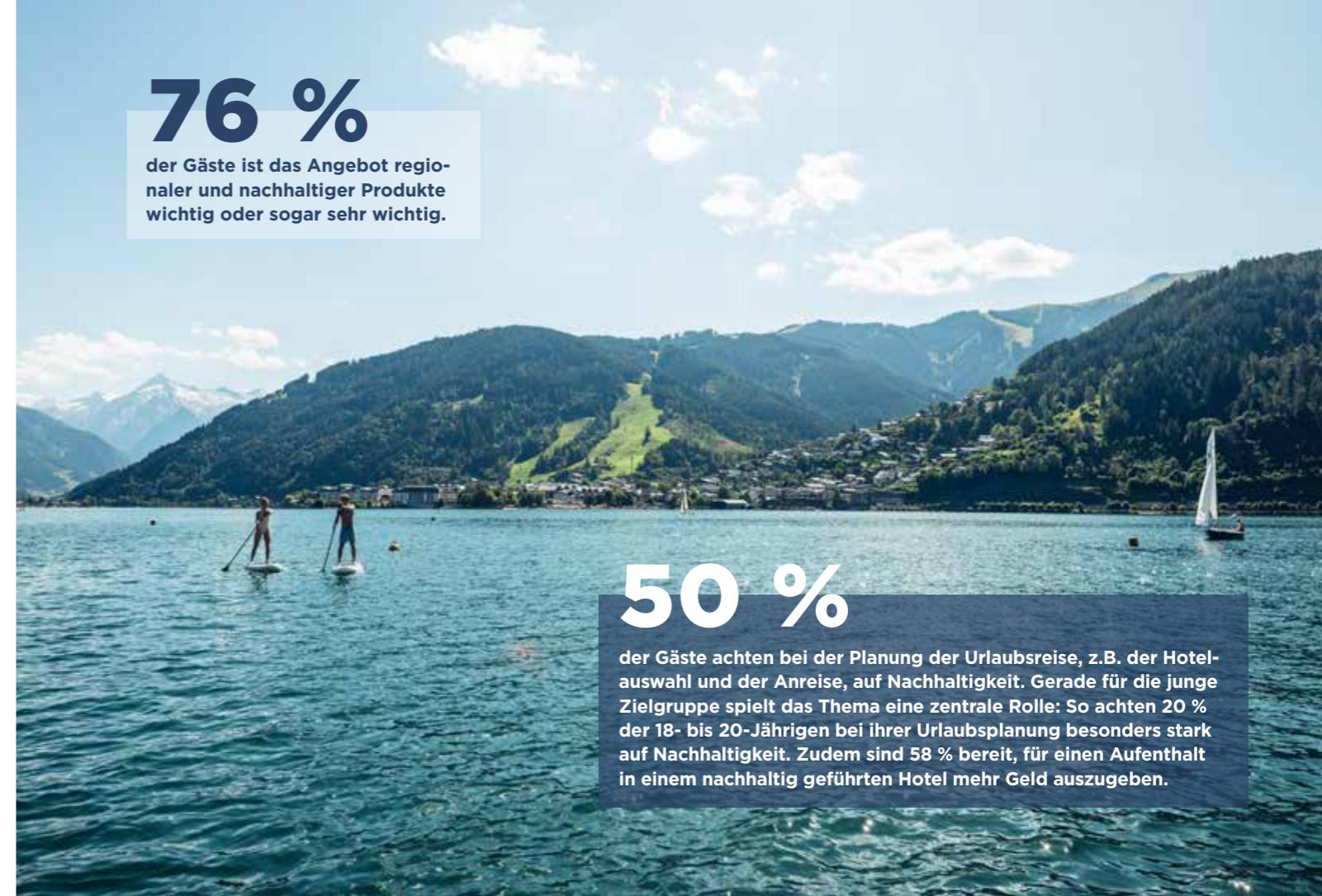
Im Rahmen der gemeinsamen Mobilitätskampagne mit SalzburgerLand Tourismus, der ÖBB und DB sowie mit dem schwedischen Zugbetreiber Snälltåget bewerben wir die hervorragenden Direktverbindungen aus europäischen Ballungszentren sowie die zentrale Lage des Bahnhofs Zell am See. Ziel ist es, das Image der Region zu steigern, Gäste zu inspirieren und die nachhaltige Anreise zu bewerben. Zudem besteht eine Kooperation mit Snälltåget, diese ergänzt

das Angebot um direkte Nachzugverbindungen aus Skandinavien und unterstreicht damit den Fokus einer klimafreundlichen Anreise.



76 %

der Gäste ist das Angebot regionaler und nachhaltiger Produkte wichtig oder sogar sehr wichtig.



50 %

der Gäste achten bei der Planung der Urlaubsreise, z.B. der Hotelauswahl und der Anreise, auf Nachhaltigkeit. Gerade für die junge Zielgruppe spielt das Thema eine zentrale Rolle: So achten 20 % der 18- bis 20-Jährigen bei ihrer Urlaubsplanung besonders stark auf Nachhaltigkeit. Zudem sind 58 % bereit, für einen Aufenthalt in einem nachhaltig geführten Hotel mehr Geld auszugeben.

STRATEGIEPROZESS ZELL AM SEE-KAPRUN

Nach einem sorgfältigen Auswahlverfahren freuen wir uns, mit Hagen & Partner eine Agentur gefunden zu haben, die mit einem frischen Blick und einem methodisch neuen Ansatz unseren Strategieprozess begleitet. Alle bisherigen Unterlagen und Analysen wurden übergeben, sodass das Team nun bis Jahresende 2025 in die Analysephase startet, um die Region Zell am See-Kaprun umfassend zu verstehen und zu bewerten. Besonders wertvoll sind die persönlichen Begegnungen und Eindrücke, die sie während ihres Aufenthalts in der Region sammeln.

Unser gemeinsames Ziel ist es, die Region Zell am See-Kaprun für die Zukunft klar auszurichten und nachhaltig zu stärken.

Dazu wird es im Prozess Denkwerkstätten zu unterschiedlichen Interessensgruppen geben, bei denen sich alle Mitglieder aktiv einbringen können. Darüber hinaus besteht jederzeit die Möglichkeit, Feedback zu geben und Ideen einzubringen.

Wir zählen auf die aktive Mitwirkung aller Beteiligten. Nur gemeinsam schaffen wir die Grundlage für eine erfolgreiche und zukunftsorientierte Entwicklung unserer Region.



GUEST MOBILITY TICKET SALZBURG

seit 1. Mai 2025 – ganzjährig nachhaltig reisen

Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel im gesamten Land Salzburg während des Aufenthalts

Im Rahmen der gesetzlichen Mobilitätsabgabe wurde das Guest Mobility Ticket mit 1. Mai 2025 für Nächtigungsgäste im Land Salzburg eingeführt, um das umweltfreundliche Mobilitätsangebot zu fördern. Das Guest Mobility Ticket ermöglicht Übernachtungsgästen im Bundesland Salzburg die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel innerhalb des gesamten Salzburger Landes, um während des Aufenthalts oder sogar bereits bei der Anreise, komfortabel und nachhaltig zu reisen. So reduziert sich der Individualverkehr und das Bewusstsein für umweltgerechtes Reisen wird gestärkt. Zudem ergeben sich wertvolle Synergien zwischen nachhaltiger Mobilität und unserer regionalen

Tourismusstrategie. Die Einnahmen aus der Mobilitätsabgabe fließen in die Verbesserung und den Ausbau des öffentlichen Verkehrsnetzes. Auch wir in Zell am See-Kaprun setzen uns aktiv dafür ein, innovative und effiziente Mobilitätslösungen zu entwickeln, von denen sowohl unsere Gäste als auch unsere Region und die Einheimischen profitieren.



Das digitale Guest Mobility Ticket ist direkt in der Zell am See-Kaprun App verfügbar!



ZELL AM SEE-KAPRUN SOMMERKARTE

von 15. Mai bis 31. Oktober 2025

Die Zell am See-Kaprun Sommerkarte, ein Leitprodukt der Region, umfasst bis zu 40 Attraktionen.

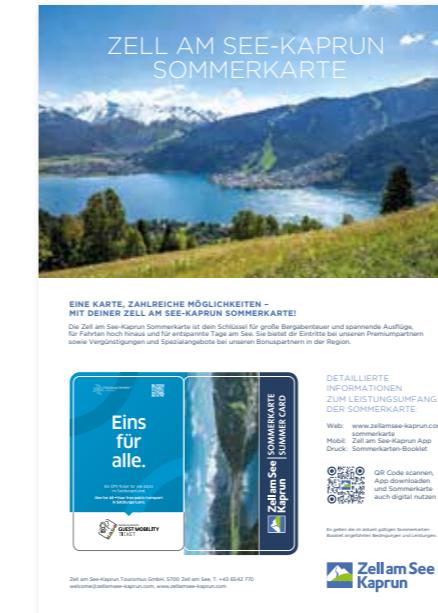
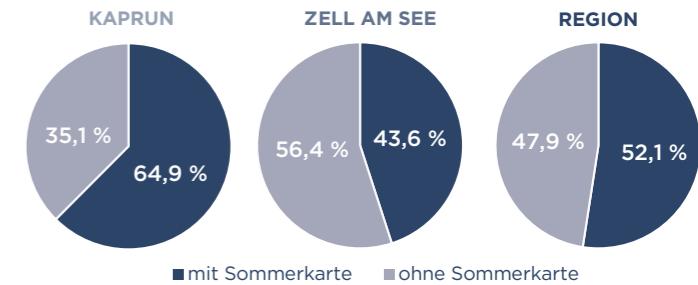
AUSGESTELLTE SOMMERKARTEN 2010-2024



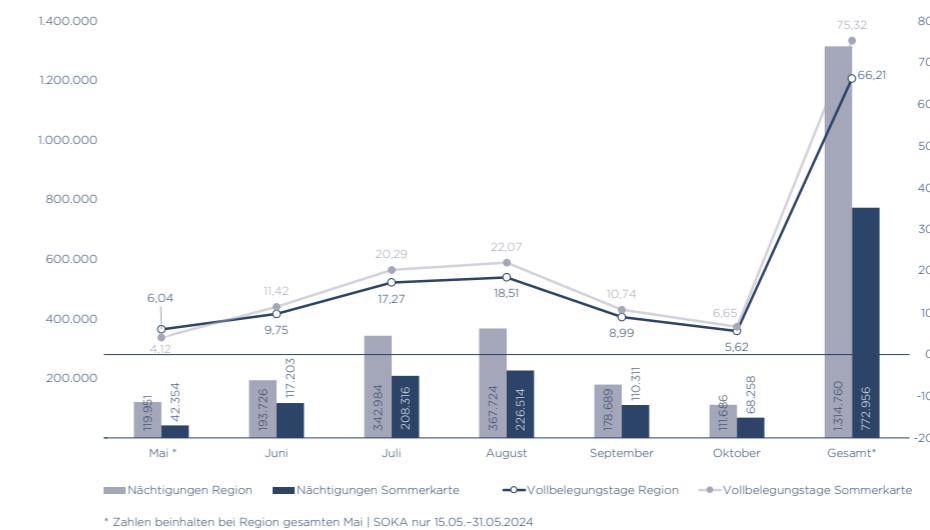
AKTUELLER STAND DER PARTNERBETRIEBE 2025

August 2025	Betriebe	Betten	Betten der Partnerbetriebe in Relation zu den Gesamtbetten je Ort und der Region
Zell am See	181	5.572	47,3 % (von 11.773)
Kaprun	191	5.243	64,9 % (von 8.084)
Region	372 (2010 11 = 133)	10.815 (2010 11 = 5.085)	54,5 % (von 19.857) (2010 11 = 33 %)

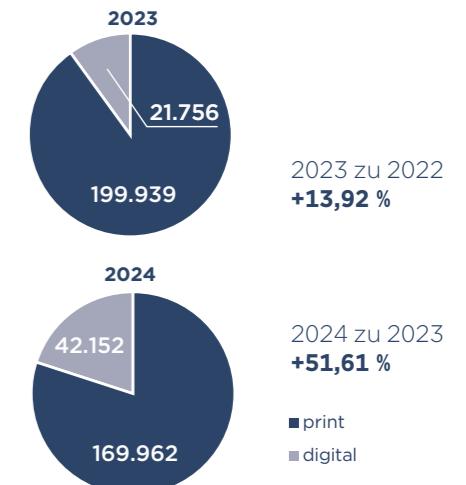
VERTEILUNG DER BETTEN



SOMMERKARTE-PERFORMANCE 2024



VERGLEICH DIGITAL ZU PRINT





VISUELLE INHALTE ALS MARKENBOTSCHAFTER

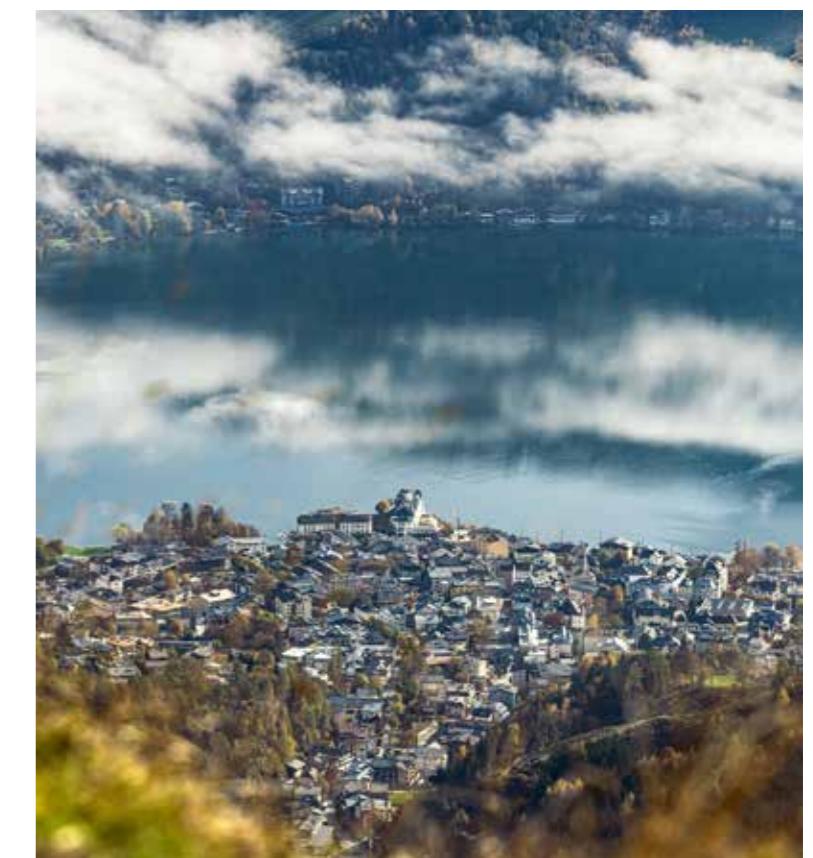
KAMPAGNENENTWICKLUNG: „ALLTAG AUS. AUSZEIT AN.“

Der Claim „Alltag aus. Auszeit an.“ bildet das emotionale und visuelle Rückgrat unserer aktuellen Hauptkampagne und stärkt zugleich die Dachkampagne „Von Alpen das Beste“. Aufbauend auf dieser klaren Positionierung wurde ein umfassender Kreativprozess angestoßen, der Strategie, Storytelling und Bildwelten konsequent miteinander verzahnt. Ziel war es, die Marke Zell am See-Kaprun noch stärker als Sehnsuchtsort für echte Auszeiten zu verankern – fernab des Alltagstrubels, inmitten imposanter Natur.



EINSATZBEREICHE DES PRODUZIERTEN CONTENTS

Die entstandenen Inhalte – über 500 Creatives und Assets in sämtlichen erforderlichen Sprach- und Formatadaptionen – finden kanalübergreifend und ganzjährig Einsatz: auf der Website, in allen Social-Media-Kanälen, im Newsletter, in der Pressearbeit sowie bei sämtlichen contentgestützten Auftritten der Zell am See-Kaprun Tourismus GmbH. Darüber hinaus prägen sie reichweitenstarke Kampagnen sowie Out-of-Home-Platzierungen. So entstehen visuelle Anknüpfungspunkte zur Marke Zell am See-Kaprun, die unser Angebot global erlebbar machen – unabhängig von Ort und Sprache und stets zielgruppengerecht aufbereitet.



WAS WURDE UMGESetzt?

In Kooperation mit unserem Inhouse-Kreativteam, mit Unterstützung der Kreativagentur Hello sowie regionalen und überregionalen Fotografen wurden zahlreiche professionelle Foto- und Videoproduktionen realisiert – von saisonalen Kampagnenmotiven über Eventdokumentationen bis hin zu imagestärkenden Videoformaten und der zentralen Hauptkampagnenproduktion – ganz im Sinne des Premium-Anspruchs der Marke. Im Fokus standen die Emotionalisierung der Marke Zell am See-Kaprun, die Generierung vielseitig einsetzbarer Inhalte sowie eine konsistente Bildsprache über alle Kanäle hinweg.



MEHRWERT UND NUTZEN HOCHWERTIGER CONTENTPRODUKTIONEN

Hochwertiger Content stärkt unser Markenbild, erhöht die Wiedererkennbarkeit und steigert die Reichweite. Vor allem im digitalen Raum sorgen authentische Visuals und Assets für mehr Engagement, Vertrauen und Buchungsimpulse. Durch modular einsetzbare Formate sichern wir zudem eine nachhaltige und vielseitige Nutzung.

WARUM IST DAS SINNVOLL?

In einer visuell geprägten Welt ist professioneller und aktueller Content kein „Nice to have“, sondern ein zentraler Erfolgsfaktor der Kommunikation. Investitionen in Foto- und Videoproduktionen sowie eng verzahnte Kreativprozesse in der Kampagnenentwicklung zahlen auf Sichtbarkeit, Markenbindung und Wertschöpfung ein – insbesondere in unserem touristischen Umfeld, wo Emotionen Konsumenten binden.





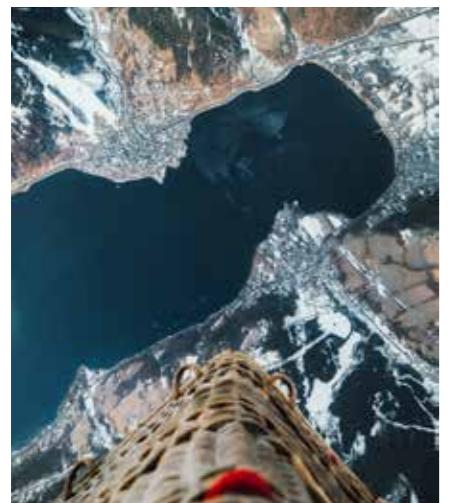
MARKENBOTSCHAFTER ALS AUTHENTISCHE STIMME DER REGION

Die Zusammenarbeit mit unseren Markenbotschaftern ist auch 2024 | 25 ein zentraler Bestandteil unserer Social Media Strategie. Sie entdecken die beeindruckendsten Plätze in Zell am See-Kaprun, sammeln besondere Erlebnisse und teilen diese in Form hochwertiger Inhalte mit ihrer Community. Mit authentischem Storytelling vermitteln sie nicht nur die Schönheit der Region, sondern auch ihre Werte – glaubwürdig, emotional und zielgruppennah. Die entstandenen Inhalte nutzen wir gezielt weiter, um unsere Kommunikationskanäle zu bereichern und eine konsistente Bildsprache zu gewährleisten.



Zell am See-Kaprun hat seine Markenstrategie im digitalen Raum eindrucksvoll gestärkt. Im Zentrum stand die authentische Inszenierung der Region zwischen Gletscher, Berg und See – emotional, hochwertig und ganzjährig.

Emotionales Storytelling, authentische Bildwelten und hochwertige Videoproduktionen machten das vielfältige Angebot der Region über das gesamte Jahr hinweg greifbar – vom Skivergnügen am Gletscher über Frühlingsmomente am See bis zu Wanderabenteuern im farbenprächtigen Herbst. Ob Inspiration für den nächsten Urlaub oder Informationsquelle für Partnerinnen und Partner – unsere Inhalte transportieren nicht nur Informationen, sondern vor allem Emotionen und Identität.



Darüber hinaus organisieren wir Camps für Endkunden, wie etwa den Foto-Workshop, um Buchungen zu generieren. So entstehen nicht nur starke Bilder und Geschichten, sondern auch echte Bindung: zwischen der Region, den Markenbotschaftern und ihrer Community. Auf diese Weise erreichen wir neue Zielgruppen und stärken nachhaltig die emotionale Verbindung zu Zell am See-Kaprun.



CREATOR

Marcel Lesch
Manuel Dietrich
Sebastian Scheichl

IG HANDLE

@evolumina
@manueldietrichphotography
@zeppao

FOLLOWER

436.000
429.000
185.000



Über unsere Social Media-Plattformen – Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube, Newsletter und den WhatsApp Broadcast Channel – wurde die Markenidentität konsistent, plattformgerecht und zielgruppenspezifisch kommuniziert.

Die Markenbotschaft blieb dabei stets klar: Zell am See-Kaprun bietet außergewöhnliche Erlebnisse, wo alpine Vielfalt auf moderne Gastfreundschaft trifft. Das Ergebnis: hohe Reichweiten, gesteigerte Interaktionen und ein nachhaltig gestärktes Markenbild – das ganze Jahr über und auf allen relevanten Kanälen.



INTERNATIONALE PRÄSENZ & MEDIENARBEIT

In enger Zusammenarbeit mit unseren Partnern, der Österreich Werbung und SalzburgerLand Tourismus, waren wir auch im vergangenen Jahr in unseren Kernmärkten aktiv präsent. Bei ausgewählten internationalen Presseevents konnten wir Journalisten, Medienvertreter und Reiseveranstalter die Einzigartigkeit der Region Zell am See-Kaprun persönlich näherbringen. Diese hochwertigen Networking-Veranstaltungen dienen nicht nur der Imagepflege, sondern schaffen wertvolle Kontakte, aus denen im Nachgang gezielte Medienkooperationen und redaktionelle Berichte entstehen – ein entscheidender Beitrag zur internationalen Sichtbarkeit unserer Marke.

WINTER 2024 | 25

- Dänemark
- Niederlande
- Großbritannien
- Irland
- Tschechien

SOMMER 2025

- Großbritannien
- Niederlande



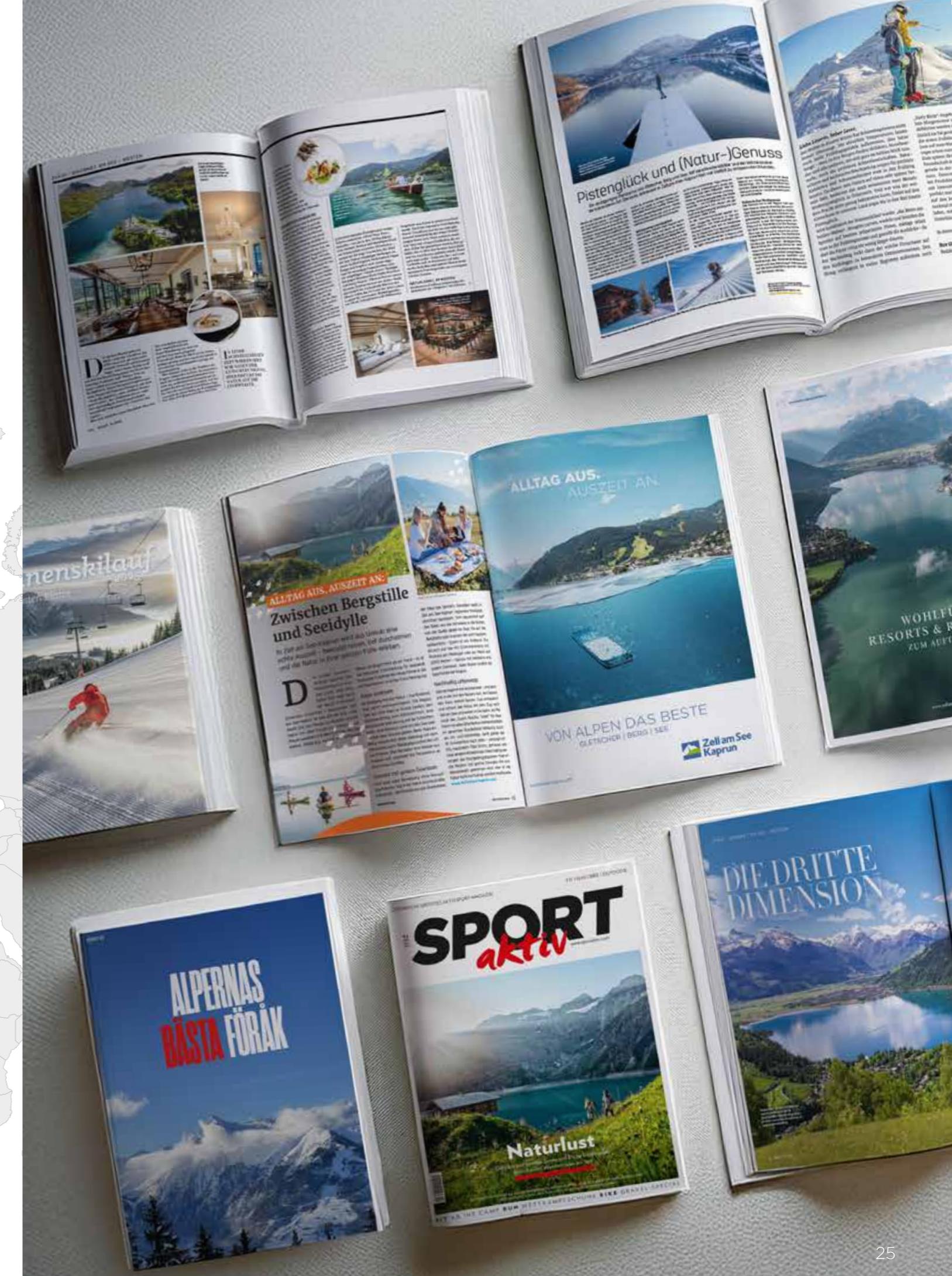
PRESSEREISEN 2024 | 25

WINTER 2024 | 25

- Gruppenpressereise Tschechien: Marianne, Reflex, Seznam Zprávy etc.
- Wintersportlive.nl Niederlande
- Berlingske Dänemark
- Forbes & Snow Magazine USA
- Gruppenpressereise UK: Daily Mail (IR), Telegraph, In The Snow, Metro, Skier & Snowboarder
- Diverse weitere Pressereisen aus dem DACH-Raum

SOMMER 2025

- Business Traveller Polen
- Kirandulastippek.hu Ungarn
- Tageszeitung Jyllands-Posten Dänemark
- Reisemagazin Vagabond Schweden
- Touring-Magazin Schweiz
- Diverse weitere Pressereisen aus dem DACH-Raum



VERANSTALTUNGEN 2024 | 25

Im Jahr 2024 | 25 zeigte sich Zell am See-Kaprun einmal mehr als Bühne für vielfältige Veranstaltungen und besondere Erlebnisse. Die Mischung aus etablierten Formaten und neuen Ideen spiegelte die Vielseitigkeit der Region wider und sprach unterschiedlichste Zielgruppen an. Durch die ausgewogene Verteilung der Events über das gesamte Jahr – mit Akzenten im Frühjahr, Spätsommer und Herbst – konnte das Profil als Ganzjahresdestination weiter geschärft werden. Internationale Veranstaltungen wie der IRONMAN 70.3 Zell am See-Kaprun, das Spartan Race, der Großglockner Ultra-Trail, das Line Dance AlpFestival und die Ski&Golf Weltmeisterschaft brachten Gäste aus aller Welt nach Zell am See-Kaprun und trugen spürbar zur touristischen Wertschöpfung bei.

STRATEGISCHE ZIELSETZUNG

Markenstärkend

Alle Veranstaltungen in Zell am See-Kaprun sind darauf ausgerichtet, die Markenidentität der Region zu stärken. Jedes Event soll die Werte und das Profil der Destination widerspiegeln und damit gezielt zur Positionierung als Ganzjahresdestination mit hoher Erlebnisqualität beitragen.

Kommunikativ

Ein zentrales Ziel ist die mediale Sichtbarkeit. Durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen und Wertschöpfung leisten. Ziel ist es, durch attraktive Angebote und kluge Terminierung zusätzliche Nächtigungen in der Region zu generieren und die Auslastung saisonübergreifend zu optimieren.

Nächtigungsrelevant

Veranstaltungen sollen einen direkten Beitrag zur touristischen Wertschöpfung leisten. Ziel ist es, durch attraktive Angebote und kluge Terminierung zusätzliche Nächtigungen in der Region zu generieren und die Auslastung saisonübergreifend zu optimieren.

EVENTHIGHLIGHTS



SPARTAN TRIFECTA & ULTRA WEEKEND

Auch 2025 machte das internationale Spartan Trifecta Weekend wieder Halt in Zell am See-Kaprun und verwandelte die Region in einen Treffpunkt für Ausdauer, Kraft und Teamgeist. An drei intensiven Wettkampftagen stellten sich über 4.300 Teilnehmer – von Kindern bis zu erfahrenen Athleten – der sportlichen Herausforderung. Zur Auswahl standen vier Streckenformate: der Sprint (5 km), der Super (10 km), die Beast-Distanz (21,1 km) sowie die in diesem Jahr neu eingeführte Ultra-Distanz (50 km) mit 60 Hindernissen und 3.200 Höhenmetern.

Ein besonderes Highlight war erneut das Kids Open Heat, das Kindern im Alter von 4 bis 15 Jahren mit altersgerechten Distanzen und Hindernissen sportliche Erfolgsergebnisse ermöglichte.

IRONMAN 70.3 ZELL AM SEE-KAPRUN

Der IRONMAN 70.3 Zell am See-Kaprun ist seit Jahren ein Fixpunkt im internationalen IRONMAN-Kalender. Die Strecke führt durch eine der eindrucksvollsten Landschaften der Alpen: Vom Schwimmen im glasklaren Zeller See über die anspruchsvolle Radstrecke mit Alpenpanorama bis zum Lauf entlang der Seepromenade erleben die Teilnehmenden sportliche Höchstleistungen in einzigartiger Kulisse. Die Veranstaltung bringt nicht nur internationale Aufmerksamkeit in die Region, sondern schafft auch eine besondere Stimmung. Auch in diesem Jahr ist Zell am See-Kaprun in einigen Kategorien zu den beliebtesten Rennen der Welt gewählt worden, unter anderem in der Kategorie: Radstrecke.



RED BULLS SALUTE

Mit dem internationalen Eishockeyturnier Red Bulls Salute wird Zell am See-Kaprun regelmäßig zur Bühne für europäische Spitzengruppen. Hochkarätige Matches, professionelle Rahmenbedingungen und die einzigartige Atmosphäre der Eishalle machen das Turnier zu einem festen Highlight im Eventkalender. Die Veranstaltung unterstreicht eindrucksvoll die Vielseitigkeit der Region und zieht sowohl Sportbegeisterte als auch mediale Aufmerksamkeit in die Destination.



GROSSGLOCKNER ULTRA-TRAIL

Vom 24. bis 27. Juli 2025 fand in Zell am See-Kaprun die 10. Ausgabe des Großglockner Ultra-Trail (GGUT) statt – mit Rekordbeteiligung und starker internationaler Präsenz. Rund 2.000 Läufer aus 45 Nationen stellten sich der anspruchsvollen Strecke mit ihren Kilometern und Höhenmetern rund um den Großglockner. Die Jubiläumsausgabe bestätigte die Bedeutung des GGUT als eines der führenden Trailrunning-Events im Alpenraum. Gleichzeitig wurde die organisatorische Übergabe vorbereitet: Ab 2026 übernimmt Zell am See-Kaprun die Veranstaltung, um deren erfolgreiche Entwicklung gemeinsam mit Partnern weiterzuführen.



LINE DANCE ALPFESTIVAL

Das Line Dance AlpFestival ist ein etabliertes Highlight im Veranstaltungskalender von Zell am See-Kaprun. Mehrere Tage lang steht die Region ganz im Zeichen von Country-Musik, Tanz und gemeinsamer Bewegung. Vor beeindruckender Bergkulisse entsteht eine besondere Atmosphäre, die über 1.000 Gäste aus ganz Europa für mehrere Tage anzieht und das Miteinander in den Mittelpunkt stellt.



SKI&GOLF WELTMEISTERSCHAFT

Im Mai 2025 wurde Zell am See-Kaprun erneut zum Schauplatz der Ski&Golf Weltmeisterschaft. Das Event kombinierte einen Riesentorlauf am Kitzsteinhorn mit einem Golfturnier auf dem 36-Loch-Golfplatz der Region und zog zahlreiche Sportler aus dem In- und Ausland an. In Einzel- und Teamwertungen konnten sich die Teilnehmer in beiden Disziplinen messen. Die einzigartige Kombination aus Winter- und Sommersport vor dem Bergpanorama der Hohen Tauern machte die Veranstaltung auch 2025 zu einem sportlichen Highlight.



FAT ICE RACE 2025

Im Februar 2025 wurde das FAT ICE RACE zum fünften Mal auf dem Flugplatz von Zell am See ausgetragen. Das Event zog rund 5.500 Motorsportbegeisterte an und bot eine spektakuläre Mischung aus historischen Rennwagen, modernen Fahrzeugen und dem traditionellen Skijöring. Das FAT ICE RACE verbindet Motorsport, Lifestyle und alpine Kulisse auf besondere Art und Weise.

GENUSS UND KULINARIK

Kulinarischer Genuss in all seinen Facetten, verbunden mit einem alpinen Lebensgefühl, das Tradition und Moderne vereint – das ist ein zentraler Bestandteil unserer Markenidentität. Im Fokus stehen dabei Kreativität, Innovationskraft sowie höchste Ansprüche an Qualität und Service. Kulinarik ist für unsere Genusshandwerker nicht nur Beruf, sondern echte Leidenschaft. Unsere Mission: Mit außergewöhnlichen Angeboten und authentischem Storytelling emotionale Erlebnisse schaffen, die Zell am See-Kaprun als alpine Genussdestination stärken und kulinarische Exzellenz weit über die Region hinaus sichtbar machen. Ein wichtiger Bestandteil davon sind unsere genussorientierten Veranstaltungen wie die Falstaff Genuss-Skitage, die Alpinen Genusswochen sowie unser kulinarischer Beitrag zum Herbstlaut – sie verbinden regionale Küche mit einzigartigen Erlebnissen und machen den alpinen Genuss für Gäste und Einheimische erlebbar.



HERBSTLAUT

Im Oktober 2025 fand die Veranstaltungsreihe Herbstlaut erneut in Zell am See-Kaprun statt und bot eine vielfältige Mischung aus Kulinarik, Musik, Natur- und Familienerlebnissen. Über mehrere Wochen hinweg wurde der Herbst in der Region mit stimmungsvollen Events gefeiert. Zu den Highlights zählten das Bergfest Wüd, Wüder, Wüderer auf der Schmittenhöhe, traditionelle Feste wie die Zeller Wiesn, herbstliche Frühschoppen und das Kinderprogramm beim Cool Kids Festival. Geführte Wanderungen, regionale Kulinarik und kulturelle Angebote trugen zur erfolgreichen Belebung der Zwischensaison bei und sprachen sowohl Einheimische als auch Gäste an.

ADVENT IN ZELL AM SEE-KAPRUN

Der Sternenadvent in Zell am See-Kaprun bringt zur Winterzeit eine besondere Stimmung in die Region. Insgesamt sieben stimmungsvolle Adventmärkte, festliche Beleuchtung durch den Lichterpark by Lumagica und heimische Handwerkskunst schaffen ein stimmungsvolles Ambiente zwischen Gletscher, Berg und See. Kulinarische Angebote mit regionalen Spezialitäten laden zum Verweilen ein und machen den Besuch zu einem genussvollen Erlebnis.



ALLE WINTEREVENTS 2024 | 25

- SnowTime
- Sternenadvent Zell am See-Kaprun
- Pure Mountain Vibes
- Red Bull Fan Skitag
- FAT ICE RACE
- balloonalps
- Nacht der Ballone
- Faschingsparty
- NostalSki
- Peaks 'n' Beats – Winter Edition
- Falstaff Genuss-Skitage
- World Rookie Tour Finals
- X OVER RIDE Freeride World Tour
- Eishockey World Tournament
- Dance Star Austria
- Austrian & German Masters Big Air



ALLE EVENTS SOMMER & HERBST 2025

- Wings for Life World App Run
- Ski&Golf Weltmeisterschaft
- Vespa Alp Days
- Line Dance AlpFestival
- IRONMAN 70.3 Zell am See-Kaprun
- Red Bull X-Alps
- TriZell
- Zeller Seefeste
- NostalRad
- Großglockner Ultra-Trail
- Red Bulls Salute
- Kapruner Dorffest
- IRONMAN 70.3 Zell am See-Kaprun
- Spartan Trifecta & Ultra Weekend
- Bauernherbstfest Kaprun
- Alpine Genusswochen
- Herbstlaut



WÖCHENTLICHE EVENTS

- Zeller Seezauber
- Winter-Wochenprogramm
- Sommer-Wochenprogramm
- Cool Kids Fun Kinderprogramm
- Sagenhafte Nacht des Wassers
- Klammlichter
- Zeller Sommerkonzerte
- Platzkonzerte der Musikkapellen
- Zell SommerNachtfeste



Alle Events in Zell am See-Kaprun:



Wings for Life Run



SnowTime Expert Talk



TriZell Zell am See-Kaprun



Red Bull Fan Skitag



Pure Mountain Vibes



Ski&Golf WM



World Rookie Tour Finals



CAMPS

Die Sportcamps in Zell am See-Kaprun kombinieren Highlights aus dem Aktiv-Angebot mit spezifischen Sportmöglichkeiten und Fachwissen. Dazu werden Experten in die Region geholt, um den Gästen unvergessliche Erlebnisse zu bereiten und wertvolle Kenntnisse zu vermitteln. Auch im vergangenen Jahr fanden die Camps großen Anklang – der Großteil davon war ausgebucht und ist somit bereits für das kommende Jahr wieder in Planung.



WINTERSPORTCAMP MIT FELIX GOTTWALD 16.01.-19.01.2025

Ein exklusives Inspirations-Wochenende mit Österreichs erfolgreichstem Olympiaathleten verbringen: Bewegung ist für Felix Gottwald das A und O eines gesunden Lebens. So steht auch das Wintersportcamp im Zeichen von sportlichen Einheiten, kombiniert mit Regeneration und Entspannung sowie bewusstem Genuss im TAUERN SPA Zell am See-Kaprun.

Fortsetzung: 15.01.-18.01.2026



YOGA EXPERIENCE ZWISCHEN GLETSCHER, BERG & SEE 22.05.-25.05.2025

Der internationale Yoga-Lehrer Marcel Clementi lädt zu Yoga-Einheiten an einzigartigen Locations in der Natur und auf dem Wasser. Neben den sieben Yoga-Flows wartet auf die Yoginis exklusiver Genuss und Kulinarik für Körper, Geist und Seele im Hotel Salzburgerhof.

Fortsetzung: 28.05.-31.05.2026



FOTO WORKSHOP MIT MANUEL DIETRICH UND MARCEL LESCH 12.06.-15.06.2025

In einem exklusiven Rahmen von nur maximal 16 Teilnehmern vermitteln unsere beiden Creators ihr Wissen zu Licht, Komposition und Technik und geben Tipps zum Einfangen perfekter Momente.

Fortsetzung: Mai 2026 in Planung



AUDI PERFORMANCE CAMP MIT PATRICK LANGE 11.07.-13.07.2025

Beim AUDI Performance Camp gibt der dreifache Sieger des IRONMAN Hawaii Einblicke in die Welt eines Leistungssportlers. Dabei teilt er Tipps für effiziente und nachhaltige Leistungssteigerung in einem zweitägigen Trainingsprogramm.

Fortsetzung: Juli 2026 in Planung

BODY, MIND & SOUL WEEKEND 03.12.-06.12.2026

- Ski&Golf Camp für Jugendliche
- Kulinarik Camp
- GGUT Trailrunning Camp

WEITERE CAMPS IN PLANUNG FÜR 2026

STÄRKUNG DER MARKENPRÄSENZ DURCH SPORTKOOPERATIONEN

Seit der Wintersaison 2022 | 23 ist Zell am See-Kaprun exklusiver Tourismuspartner des EHC Red Bull München. Die strategische Partnerschaft stärkt die Markenbekanntheit der Region nachhaltig in München sowie in der gesamten Metropolregion rund um die bayerische Landeshauptstadt.

Ein besonderes Highlight war die feierliche Eröffnung des SAP Garden im Münchener Olympiapark am 27. September 2024 – der neuen, hochmodernen Heimstätte des EHC Red Bull München. Als eines der fortschrittlichsten multifunktionalen Sportareale Europas bietet der SAP Garden eine Plattform, auf der sich Zell am See-Kaprun als einzige präsentierte Tourismusregion mit starker Sichtbarkeit positionieren kann. Durch aufmerksamkeitsstarke Logoplatzierungen auf großflächigen Werbeflächen, digitalen Banden und Videowalls wird ein sportaffines, qualitätsbewusstes Zielpublikum effektiv erreicht.

Im Rahmen der Eröffnungsfeierlichkeiten kam es außerdem zu einem sportlichen Höhepunkt: dem vielbeachteten Freundschaftsspiel des EHC Red Bull München gegen die Buffalo Sabres aus der nordamerikanischen NHL – ein internationales Top-Event, das für große mediale und öffentliche Aufmerksamkeit sorgte.

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil der Partnerschaft ist die jährliche Austragung des renommierten internationalen Eishockeyturniers Red Bull Salute in Zell am See-Kaprun. Dieses Event bringt Top-Teams aus Europa in die Region, sorgt für mediale Aufmerksamkeit weit über



die Landesgrenzen hinaus und unterstreicht die Positionierung als erstklassige Sportdestination.

HOCHWERTIGE MARKENPRÄSENZ FÜR GOLFER – REGIONAL WIE INTERNATIONAL

Mit gezielten Maßnahmen im Printbereich und einer klaren Premium-Ausrichtung wurde das Golfmarketing der Region Zell am See-Kaprun im vergangenen Jahr weiter gestärkt. Durch Kooperationen mit renommierten Magazinen wie Golfweek, GOLF TIME, Perfect Eagle und dem Falstaff Golf Special konnte die Region hochwertige Inhalte in zielgruppenrelevanten Kanälen platzieren – direkt dort, wo Golfliebhaber ihre Inspiration suchen.

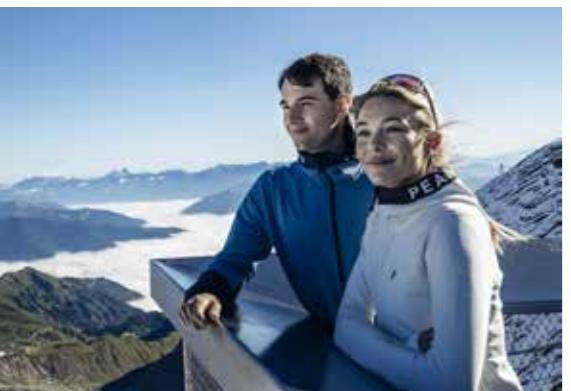
Zusätzlich wurde durch die Zusammenarbeit mit dem Golfmagazin Tschechien und diversen lokalen Medien die internationale und regionale Sichtbarkeit weiter ausgebaut. Auch maßgeschneiderte Drucksorten sorgten für einen ein-

heitlichen Markenauftritt entlang der gesamten Customer Journey.

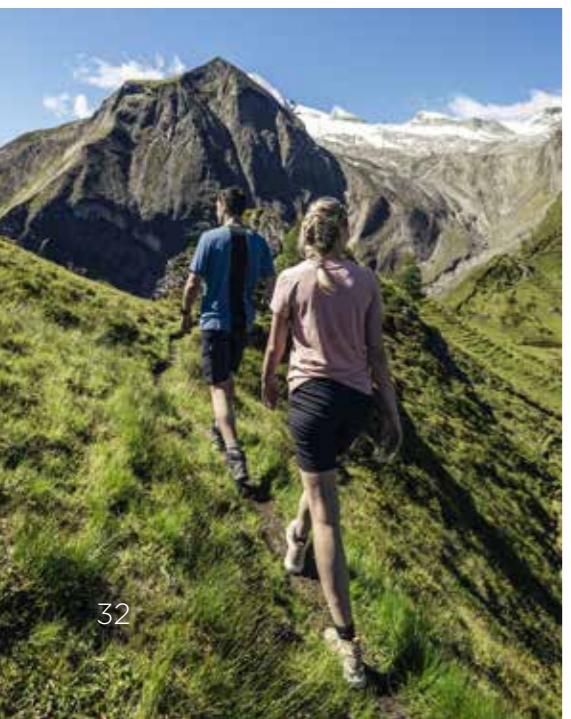
Ein besonderer Höhepunkt war die Beteiligung an den Austrian Alpine Open: Mit der Rückkehr der DP World Tour auf österreichischen Boden wurde ein starkes internationales Zeichen im Golfsport gesetzt – und Zell am See-Kaprun war als Gastgeberregion aktiv mit dabei. Im Rahmen dieses Turniers machten auch namhafte Golfinfluencer in der Region Halt, die ihre Communitys auf unterhaltsame Weise an ihrem Aufenthalt teilhaben ließen und so für zusätzliche Reichweite in den sozialen Medien sorgten.

Darüber hinaus war Zell am See-Kaprun das erste Mal Teil des BMW





Mit den ÖBB als starkem Mobilitätspartner fördern wir die klimaschonende Anreise per Bahn und bieten attraktive Kombi-Angebote, die Gästen eine bequeme, umweltfreundliche Anreise ermöglichen – ganz im Sinne unserer nachhaltigen Tourismusstrategie. Die schwedische Outdoor-Marke Peak Performance ergänzt unser Netzwerk um einen authentischen Lifestyle-Partner, mit dem wir den Outdoor-Spirit der Region über inspirierende Kampagnen inszenieren.



STARKE MARKEN, STARKE PARTNERSCHAFTEN

Auch im Tourismusjahr 2024 | 25 setzen wir bei Zell am See-Kaprun Tourismus auf gezielte Kooperationen mit namhaften Markenpartnern, die unsere Werte teilen und unsere internationale Strahlkraft verstärken. Mit Audi, HEAD, ÖBB und Peak Performance haben wir Partner an unserer Seite, die für Qualität, Innovation und Erlebnis stehen – Eigenschaften, die auch unser alpines Ganzjahresangebot prägen.

Die Zusammenarbeit mit dem österreichischen Traditionunternehmen HEAD hebt unsere Wintersportkompetenz auf ein neues Level. Innovative Produktpräsentationen, Test-Events und gemeinsames Storytelling stärken die Wahrnehmung unserer Destination als Premium-Wintersportregion. Gemeinsam mit Audi setzen wir weiterhin auf nachhaltige Mobilität und emotionale Markenerlebnisse – sei es bei exklusiven Camps oder Creatorreisen.



Darüber hinaus kooperieren wir projektbezogen mit weiteren renommierten Marken – darunter der Sportuhrenhersteller Suunto und das Technologieunternehmen Insta360 – um innovative Erlebnisformate und neue Perspektiven auf unsere Region zu kreieren. Diese Kooperationen sind mehr als Logos auf Plakaten – sie sind gelebte Partnerschaften, in denen Werte, Visionen und Zielgruppen harmonieren.



MIT SAM MAES ZU NEUEN HÖHEN

Als sportliches Aushängeschild und sympathischer Markenbotschafter begleitet uns der Skirennläufer Sam Maes. Der gebürtige Belgier lebt seit seiner Kindheit in Zell am See und hat auch hier das Skifahren gelernt. Sam startet seit mehreren Jahren im Skiweltcup und ist bekannt für seine Leidenschaft, Disziplin und Begeisterung für den Sport. Gemeinsam präsentierten wir uns bei der Ski-WM in Saalbach. Im Mai krönte er seine Vielseitigkeit mit dem Sieg bei der Ski&Golf WM in der Region. Vom 30.04.–03.05.2026 ist gemeinsam mit ihm ein Ski- & Golfcamp für Jugendliche geplant, das den Nachwuchs für diese einzigartige Kombination begeistern soll. Gleich im Anschluss, von 13.–16.05.2026, ist Zell am See-Kaprun erneut Austragungsort der Ski&Golf WM.



NEUAUSRICHTUNG TOURISMUSCONSULTING

Die bisherige Position des Tourismuscoachs wurde in diesem Jahr neu definiert und zur Rolle des Tourismus Consultants weiterentwickelt. Der Fokus liegt nun deutlich stärker auf Umsatzorientierung und reicht über die reine Unterstützung bei Feratel-Anfragen und -Anbindungen hinaus.

Zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit – insbesondere im Preisvergleich mit OTAs – wurden bereits mehrere Optimierungs- und Kontrollmaßnahmen umgesetzt. Wir betonen kontinuierlich, dass die Regionswebsite mit der Buchungsstrecke als verlän-

gerter Vertriebsarm unserer Betriebe fungieren kann und soll – Buchungen darüber bleiben somit bewusst provisionsfrei.

Zudem möchten wir verstärkt im Bereich Business Development agieren. Über Feratel sollen gezielt bestehende Onlinepartner in den wichtigsten Quellmärkten ausgebaut sowie neue Märkte systematisch erschlossen werden. Besonders interessant für unsere Betriebe ist hier die Erschließung des amerikanischen Marktes sowie des CEE-Raums (Zentral- und Osteuropa).

Ein weiterer zentraler Handlungsbereich betrifft die Einführung eines Revenue Management Tools für die Region. Wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen beeinflussen das Buchungsverhalten zunehmend – ein Aspekt, der in Städten längst zum Standard gehört. Auch Ferienregionen benötigen dynamische Preismodelle, die sich flexibel an Angebot und Nachfrage anpassen. Ziel ist eine nachhaltige, zukunftsorientierte Strategie, die unseren Betrieben hilft, langfristig das bestmögliche Ergebnis zu erzielen.

EMPLOYER BRANDING

VON
ALPEN
DAS
BESTE
TEAM

Qualifizierte und engagierte Mitarbeiter sind ein entscheidender Faktor für den nachhaltigen Erfolg unserer Mitgliedsbetriebe. Die Academy bietet eine breite Palette an Weiterbildungsangeboten, um die Kompetenzen der Mitarbeiter gezielt zu fördern und dadurch ihre Bindung an das Unternehmen und die Region langfristig zu stärken.

Das Kursangebot umfasst praxisorientierte Seminare zu Themen wie Beschwerdemanagement, Clever Pricing, künstliche Intelligenz sowie Sprachkurse. Die Durchführung erfolgt durch erfahrene Trainer mit umfangreichem Praxiswissen. Durch regelmäßige Evaluationen und Feedbackrunden wird die Qualität der Angebote kontinuierlich verbessert und ausgebaut.

Das vollständige Kursangebot und weitere Informationen sind zu finden unter team.zellamsee-kaprun.com



BILANZ ZUM 31.12.2024

AKTIVA	2024	2023
A. ANLAGEVERMÖGEN		
Immaterielle Vermögensgegenstände	212.520,19	345.910,68
Sachanlagen	139.167,08	182.619,90
Finanzanlagen	0,03	0,03
SUMME ANLAGEVERMÖGEN	351.687,30	528.530,61
B. UMLAUFVERMÖGEN		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	712.442,80	628.404,09
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	231.384,27	411.446,64
SUMME UMLAUFVERMÖGEN	943.827,07	1.039.850,73
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		
	293.928,17	155.046,43
SUMME RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	293.928,17	155.046,43
SUMME AKTIVA	1.589.442,54	1.723.427,77

PASSIVA	2024	2023
A. EIGENKAPITAL		
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 davon Gewinnvortrag/Verlustvortrag	-105.662,26 -145.689,04	-145.689,04 -56.567,24
SUMME EIGENKAPITAL	314.337,74	274.310,96
B. INVESTITIONSZUSCHÜSSE		
	19.815,64	23.359,58
C. RÜCKSTELLUNGEN		
	246.695,16	215.454,61
D. VERBINDLICHKEITEN		
	1.008.594,00	1.190.302,62
E. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	0,00	20.000,00
SUMME PASSIVA	1.589.442,54	1.723.427,77

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 2024

	2024	2023
1. UMSATZERLÖSE	15.996.191,94	9.262.303,36
2. SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE	17.621,95	18.183,21
3. MARKETINGAUFWAND operatives Marketing Eventmarketing Handelswaren	-4.341.908,93 -2.156.813,72 -152.121,36	-3.624.052,92 -2.172.932,63 -214.714,44
SUMME MARKETINGAUFWAND	-12.292.363,59	-6.011.699,99
4. PERSONALAUFWAND Löhne und Gehälter Soziale Aufwendungen	-1.735.914,91 -571.905,59	-1.513.197,95 -541.045,30
SUMME PERSONALAUFWAND	-2.307.820,50	-2.054.243,25
5. ABSCHREIBUNGEN auf immaterielle Gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-182.381,34	-193.970,18
6. ADMINISTRATION	-1.190.742,63	-1.107.437,21
7. BETRIEBSERGEBNIS (Summe aus 1-6)	40.505,83	-86.864,06
8. SONSTIGE ZINSEN UND ÄHNLICHE ERTRÄGE	20,95	46,82
9. ZINSEN UND ÄHNLICHE AUFWENDUNGEN	0,00	-554,56
10. FINANZERGEBNIS (Summe aus 8+9)	20,95	-507,74
11. ERGEBNIS VOR STEUERN (Summe aus 7+10)	40.526,78	-87.371,80
12. STEUERN VOM EINKOMMEN	-500,00	-1.750,00
13. ERGEBNIS NACH STEUERN	40.026,78	-89.121,80
14. JAHRESÜBERSCHUSS/-FEHLBETRAG	40.026,78	-89.121,80
15. VERLUST- BZW. GEWINNVORTRAG AUS DEM VORJAHR	-145.689,04	-56.567,24
16. BILANZVERLUST	-105.662,26	-145.689,04

LAGEBERICHT SOMMER



BETTEN- ENTWICKLUNG



* Im Sommer 2021 wurde die Bettenstatistik des Vorjahres übernommen.

ANKÜNFTE UND AUSLASTUNG

Kaprun	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Gesamtankünfte	129.487	86.907	115.002	145.115	152.361	148.997
Auslastung in %	36,9	24,0	28,8	37,4	36,4	35,5
Aufenthalt in Tagen	3,7	3,6	3,6	3,7	3,5	3,5

Zell am See	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Gesamtankünfte	224.334	156.621	177.402	221.724	238.189	244.274
Auslastung in %	40,1	28,8	32,6	38,9	41,9	38,9
Aufenthalt in Tagen	3,7	3,8	3,8	3,6	3,5	3,4

Region	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Gesamtankünfte	353.821	243.528	292.404	366.839	390.550	393.271
Auslastung in %	38,8	25,9	31,0	38,3	39,6	37,5
Aufenthalt in Tagen	3,7	3,7	3,7	3,6	3,5	3,5

NÄCHTIGUNGEN

Kaprun

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024 zu 2023 absolut	2024 zu 2023 in %	2024 zu 2018 absolut	2024 zu 2018 in %
Hotel	261.175	181.943	253.251	320.129	287.112	275.353	-11.759	-4,1	+6.503	+2,4
Appartement	190.379	109.869	133.848	182.295	222.609	229.669	+7.060	+3,2	+42.753	+22,9
Privat	5.221	4.764	7.538	8.197	7.135	6.231	-904	-12,7	-3.241	-34,2
Jugendh. + Camp.	22.115	14.821	19.277	26.219	20.913	16.523	-4.390	-21,0	-7.833	-32,2
Gesamt	478.890	311.397	413.914	536.840	537.769	527.776	-9.993	-1,9	+38.182	+7,8

Zell am See

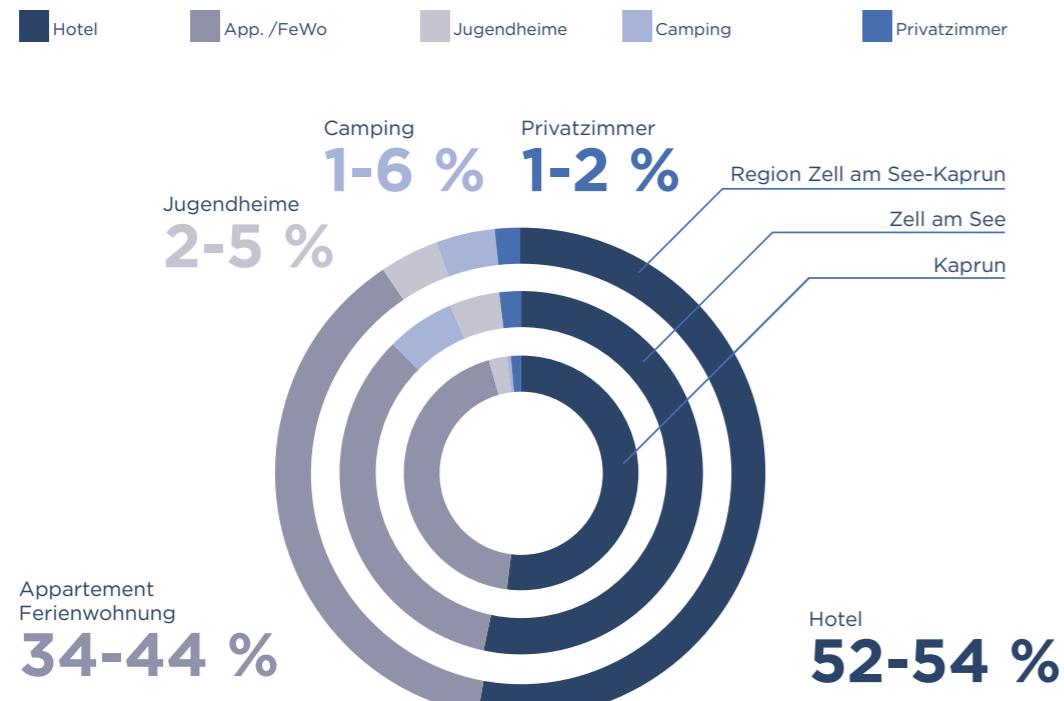
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024 zu 2023 absolut	2024 zu 2023 in %	2024 zu 2018 absolut	2024 zu 2018 in %
Hotel	481.588	344.049	390.258	441.048	461.473	450.923	-10.550	-2,3	-48.635	-9,7
Appartement	235.707	172.375	192.013	274.513	293.645	286.688	-6.957	-2,4	+65.668	+29,7
Privat	16.370	10.992	15.598	15.328	14.332	14.562	+230	+1,6	-2.022	-12,2
Jugendh. + Camp.	93.253	67.181	74.137	70.775	66.034	89.878	+23.844	+36,1	-786	-0,9
Gesamt	826.918	594.597	672.006	801.664	835.484	842.051	+6.567	+0,8	+14.225	+1,7

Region

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024 zu 2023 absolut	2024 zu 2023 in %	2024 zu 2018 absolut	2024 zu 2018 in %
Hotel	742.763	525.992	643.509	761.177	748.585	726.276	-22.309	-3,0	-42.132	-5,5
Appartement	426.086	282.244	325.861	456.808	516.254	516.357	+103	+0,0	+108.421	+26,6
Privat	21.591	15.756	23.136	23.525	21.467	20.793	-674	-3,1	-5.263	-20,2
Jugendh. + Camp.	115.368	82.002	93.414	96.994	86.947	106.401	+19.454	+22,4	-8.619	-7,5
Gesamt	1.305.808	905.994	1.085.920	1.338.504	1.373.253	1.369.827	-3.426	-0,2	+52.407	+4,0

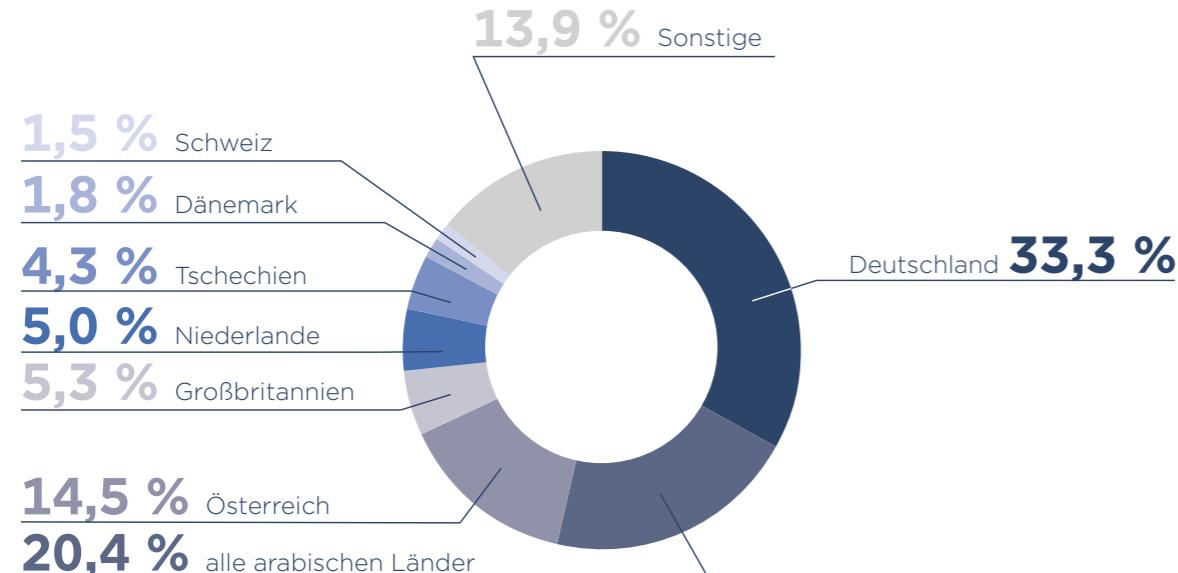
UNTERKUNFTSARTEN

anhand der Nächtigungen



TOP MÄRKTE

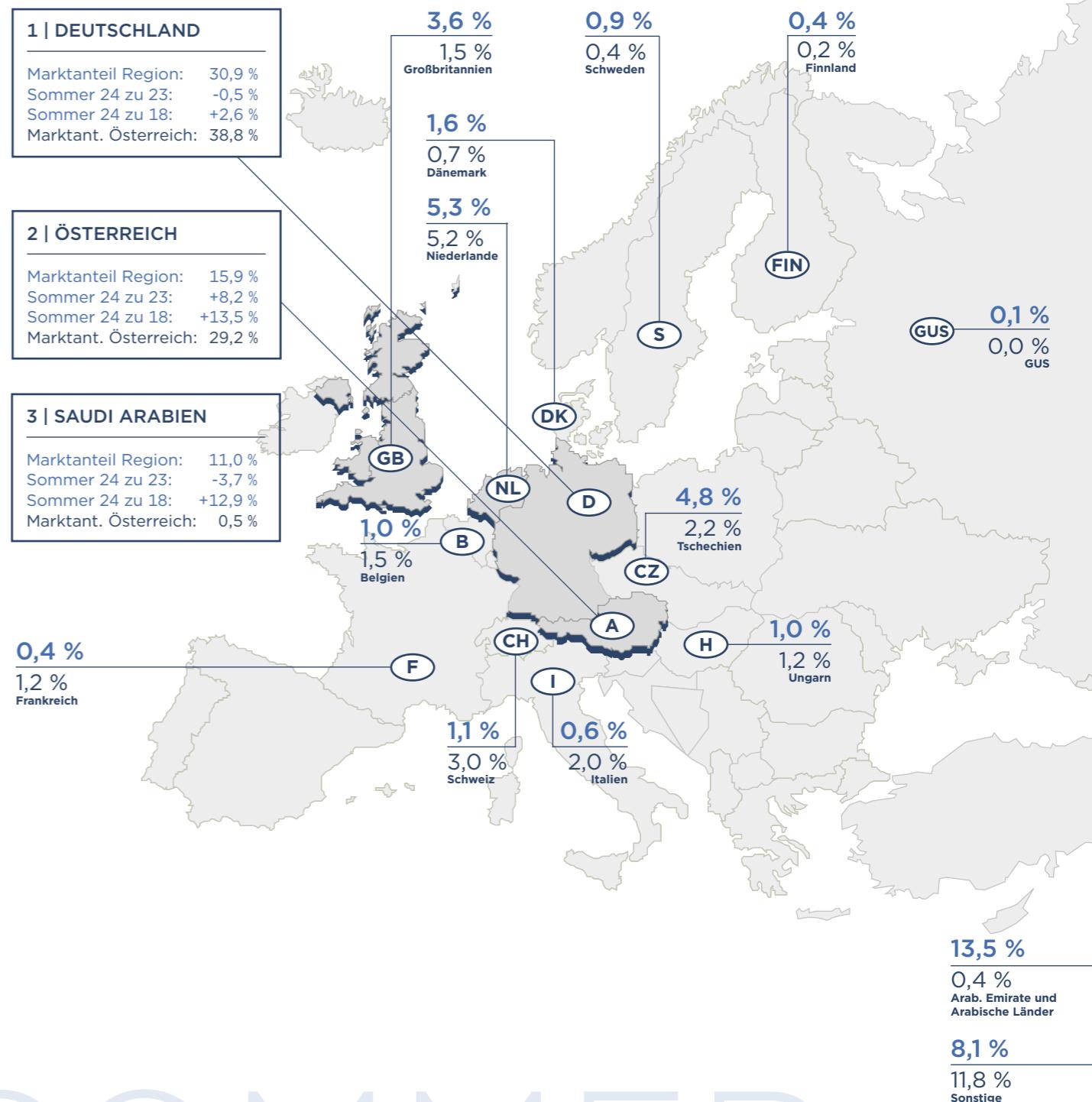
anhand der Nächtigungen



MÄRKTE | VERGLEICH REGION UND ÖSTERREICH

Region

Österreich



LAGEBERICHT WINTER



BETTEN- ENTWICKLUNG



* Im Winter 20 | 21 wurde die Bettentwicklung des Vorjahrs übernommen.

ANKÜNFTE UND AUSLASTUNG

Kaprun	2019 20	2020 21	2021 22	2022 23	2023 24	2024 25
Gesamtankünfte	126.008	1.756	115.903	149.152	149.516	157.650
Auslastung in %	38,2	0,7	34,4	41,9	42,4	44,2
Aufenthalt in Tagen	4,3	5,7	4,2	4,1	4,1	4,1

Zell am See	2019 20	2020 21	2021 22	2022 23	2023 24	2024 25
Gesamtankünfte	148.343	2.133	132.844	169.975	174.734	178.565
Auslastung in %	34,9	0,4	30,5	39,9	37,7	37,1
Aufenthalt in Tagen	5,0	4,0	4,8	4,7	4,6	4,5

Region	2019 20	2020 21	2021 22	2022 23	2023 24	2024 25
Gesamtankünfte	274.351	3.889	248.747	319.127	324.250	336.215
Auslastung in %	36,2	0,5	32,3	40,5	39,6	39,9
Aufenthalt in Tagen	4,7	4,8	4,6	4,4	4,4	4,3

NÄCHTIGUNGEN

Kaprun

	2019 20	2020 21	2021 22	2022 23	2023 24	2024 25	2024 25 zu 2023 24 absolut	2024 25 zu 2018 19 absolut	2024 25 zu 2018 19 in %	
Hotel	280.687	4.429	274.640	337.554	308.196	313.037	+4.841	+1,6	-22.003	-6,6
Appartement	235.530	4.424	189.727	249.796	265.406	296.232	+30.826	+11,6	+5.797	+2,0
Privat	11.075	393	11.467	10.689	10.096	7.985	-2.111	-20,9	-3.991	-33,3
Jugendh. + Camp.	19.497	806	14.272	25.495	33.884	24.386	-9.498	-28,0	-1.511	-5,8
Gesamt	546.789	10.052	490.106	623.534	617.582	641.640	+24.058	+3,9	-21.708	-3,3

Zell am See

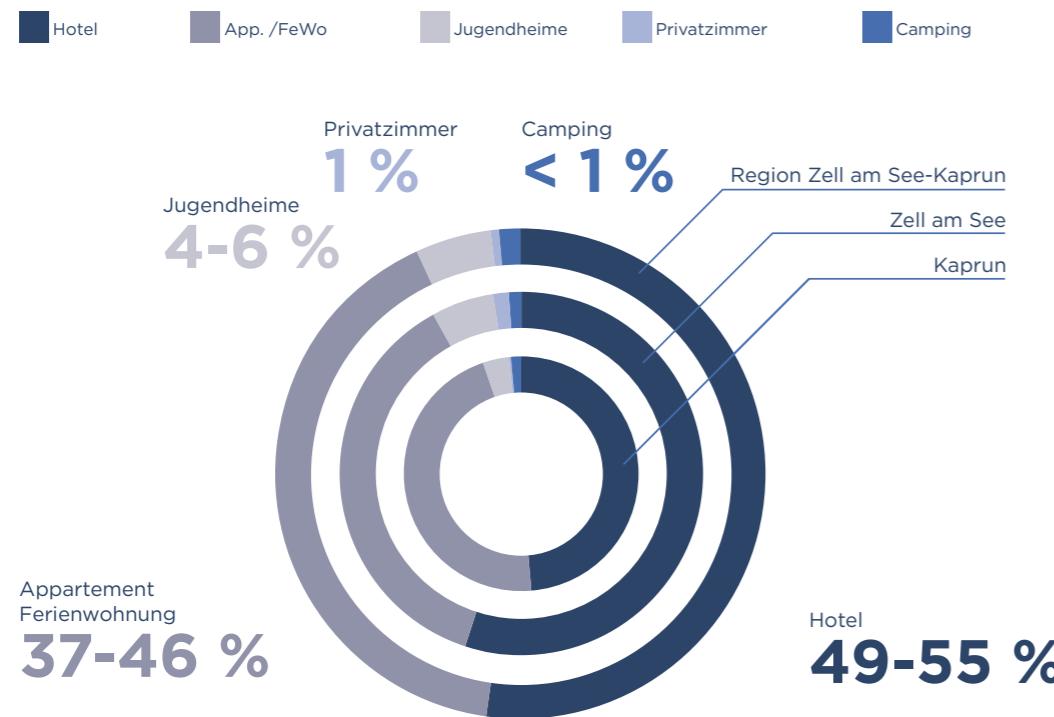
	2019 20	2020 21	2021 22	2022 23	2023 24	2024 25	2024 25 zu 2023 24 absolut	2024 25 zu 2018 19 absolut	2024 25 zu 2018 19 in %	
Hotel	401.981	3.557	350.876	424.853	427.182	446.843	+19.661	+4,6	-36.500	-7,6
Appartement	281.418	4.249	249.885	316.595	316.872	298.057	-18.815	-5,9	+1.171	+0,4
Privat	13.106	687	8.253	10.137	10.833	11.219	+386	+3,6	-2.760	-19,7
Jugendh. + Camp.	41.505	1	33.224	50.964	51.213	53.692	+2.479	+4,8	-979	-1,8
Gesamt	738.010	8.494	642.238	802.549	806.100	809.811	+3.711	+0,5	-39.068	-4,6

Region

	2019 20	2020 21	2021 22	2022 23	2023 24	2024 25	2024 25 zu 2023 24 absolut	2024 25 zu 2018 19 absolut	2024 25 zu 2018 19 in %	
Hotel	682.668	7.986	625.516	762.407	735.378	759.880	+24.502	+3,3	-58.503	-7,1
Appartement	516.948	8.673	439.612	566.391	582.278	594.289	+12.011	+2,1	+6.968	+1,2
Privat	24.181	1.080	19.720	20.826	20.929	19.204	-1.725	-8,2	-6.751	-26,0
Jugendh. + Camp.	61.002	807	47.496	76.459	85.097	78.078	-7.019	-8,2	-2.490	-3,1
Gesamt	1.284.799	18.546	1.132.344	1.426.083	1.423.682	1.451.451	+27.769	+2,0	-60.776	-4,0

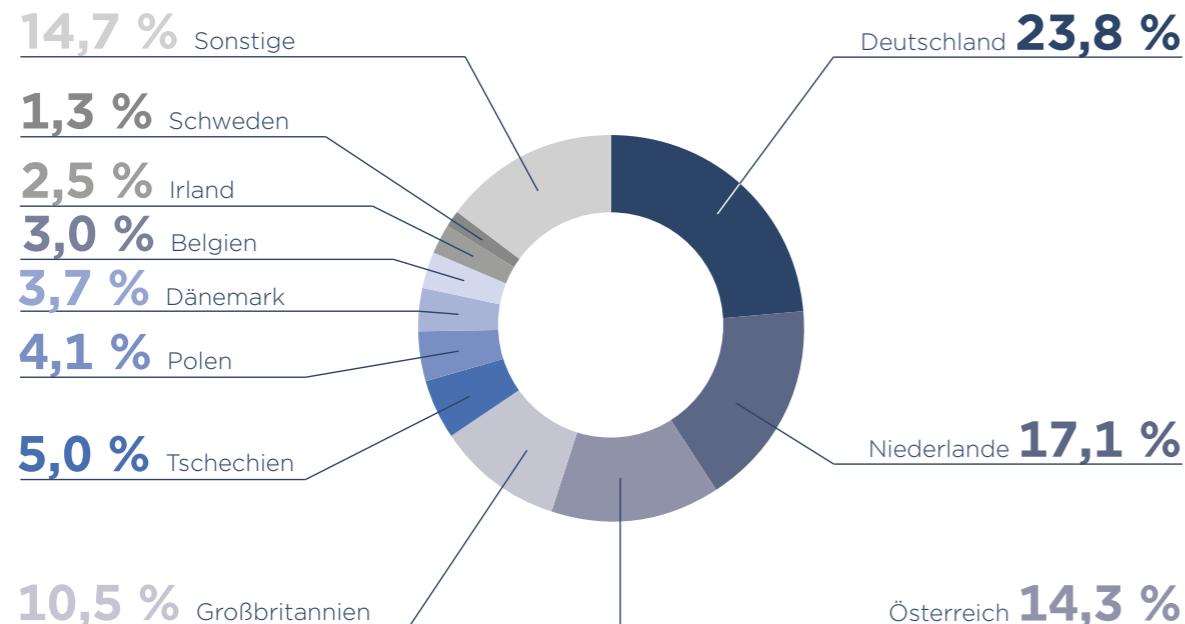
UNTERKUNFTSARTEN

anhand der Nächtigungen



TOP MÄRKTE

anhand der Nächtigungen



MÄRKTE | VERGLEICH REGION UND ÖSTERREICH

1 | DEUTSCHLAND

Marktanteil Region:
Winter 24 | 25 zu 23 | 24: 23,8 %
Winter 24 | 25 zu 18 | 19: -2,2 %
Marktanteil Österreich: 35,8 %

3 | ÖSTERREICH

Marktanteil Region:
Winter 24 | 25 zu 23 | 24: 14,3 %
Winter 24 | 25 zu 18 | 19: +24,3 %
Marktanteil Österreich: 22,9 %

Region
Österreich

10,6 %

3,1 %

Großbritannien

2,5 %

0,4 %

Irland

1,3 %

Dänemark

1,3 %

Schweden

0,6 %

GUS

0,2 %

restliche GUS (ohne UA)

1,3 %

S

DK

GB

IRL

NL

D

PL

B

CZ

SK

A

H

UA

RO

UA

0,4 %

Ukraine

0,4 %

Rumänien

1,6 %

Ungarn

1,3 %

Tschechien

2,9 %

5,0 %

Belgien

2,3 %

H

SK

A

CZ

PL

D

NL

GB

IRL

DK

S

GUS

0,2 %

restliche GUS (ohne UA)

0,4 %

Arab. Länder

0,4 %

14,6 %

Sonstige

7,9 %

2,0 %

Arab. Länder

0,4 %

1,6 %

Rumänien

0,9 %

Ungarn

1,6 %

Tschechien

2,9 %

Belgien

2,3 %

H

SK

A

CZ

PL

D

NL

GB

IRL

DK

S

GUS

0,2 %

restliche GUS (ohne UA)

0,4 %

Arab. Länder

0,4 %

1,6 %

Rumänien

0,9 %

Ungarn

1,6 %

Tschechien

2,9 %

Belgien

2,3 %

H

SK

A

CZ

PL

D

NL

GB

IRL

DK

S

GUS

0,2 %

restliche GUS (ohne UA)

0,4 %

Arab. Länder

0,4 %

1,6 %

Rumänien

0,9 %

Ungarn

1,6 %

Tschechien

2,9 %

Belgien

2,3 %

H

SK

A

CZ

PL

D

NL

GB

IRL

DK

S

GUS

0,2 %

restliche GUS (ohne UA)

0,4 %

Arab. Länder

0,4 %

1,6 %

Rumänien

0,9 %

Ungarn

1,6 %

Tschechien

2,9 %

Belgien

2,3 %

H

SK

A

CZ

PL

D

NL

GB

IRL

DK

S

GUS

0,2 %

restliche GUS (ohne UA)

0,4 %

Arab. Länder

0,4 %

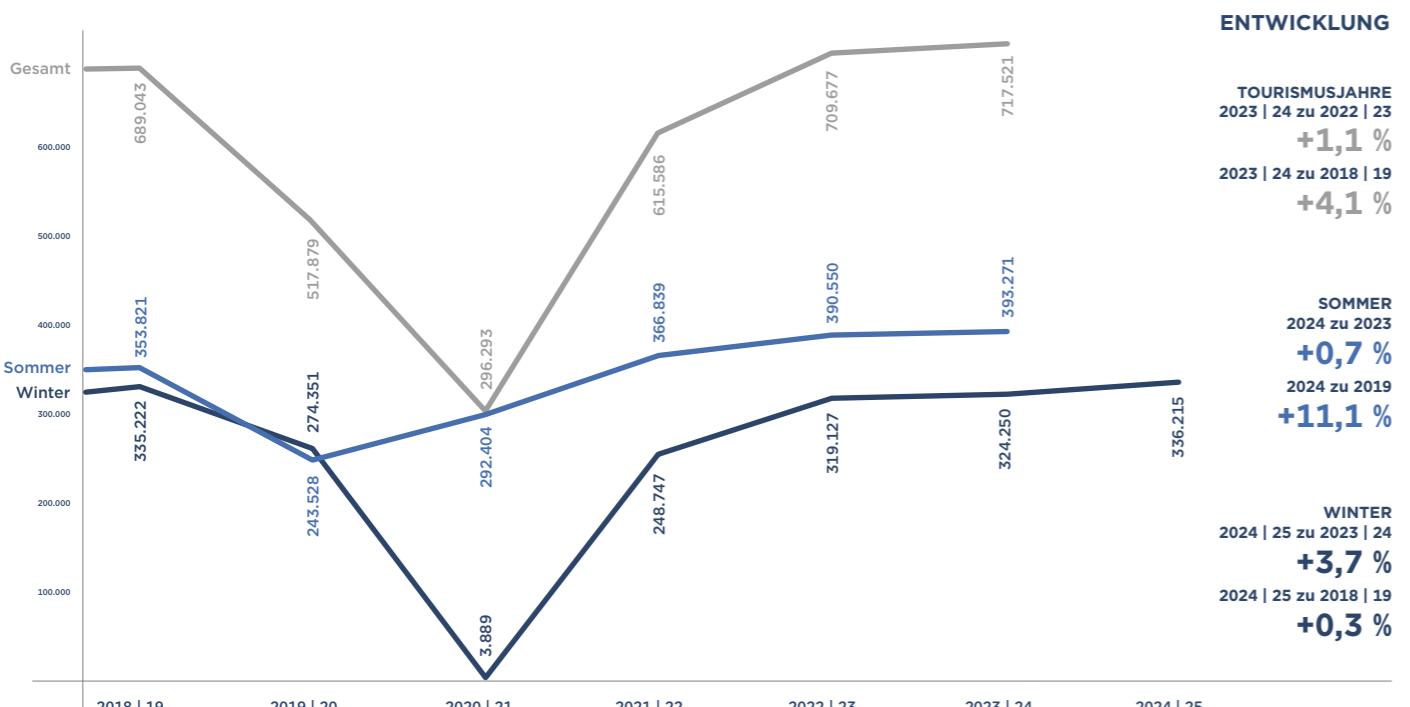
1,6 %

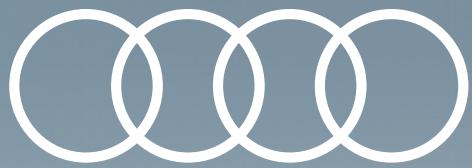
ENTWICKLUNG DER REGION

Abgeschlossene Tourismusjahre 2022 | 23 – 2017 | 18 und Winter 2023 | 24
anhand der Nächtigungen



Abgeschlossene Tourismusjahre 2022 | 23 – 2017 | 18 und Winter 2023 | 24
anhand der Ankünfte





100% Audi S6. 100% elektrisch.

Der neue, rein elektrische
Audi S6 Avant e-tron.



Audi Vorsprung durch Technik

Stromverbrauch (kombiniert) in kWh/100 km: 16,8-19,5 (WLTP); CO₂-Emissionen (kombiniert) in g/km: 0. Angaben zu den Stromverbrächen und CO₂-Emissionen bei Spannbreiten in Abhängigkeit von der gewählten Ausstattung des Fahrzeugs. Symbolbild. Stand 02/2025.