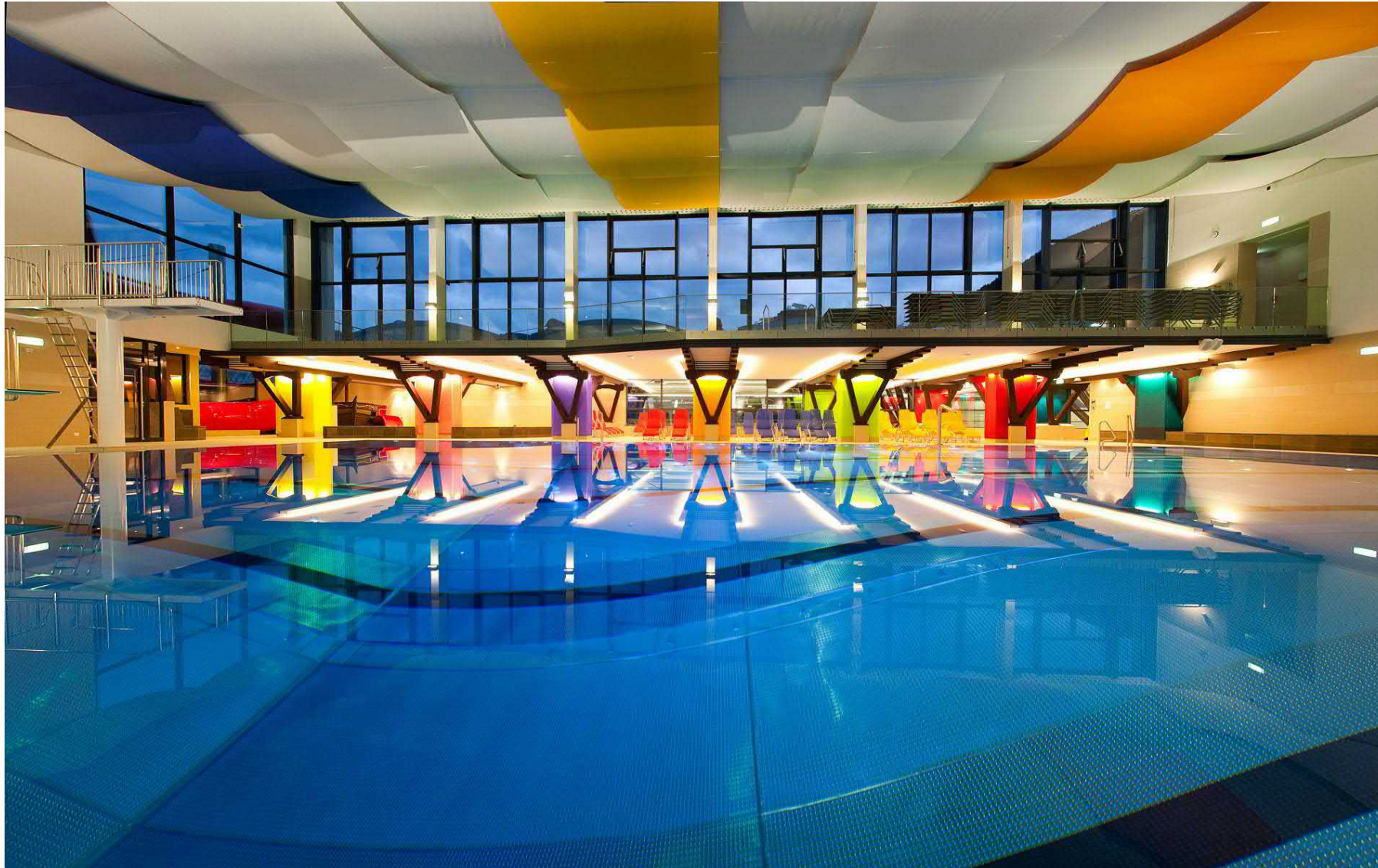


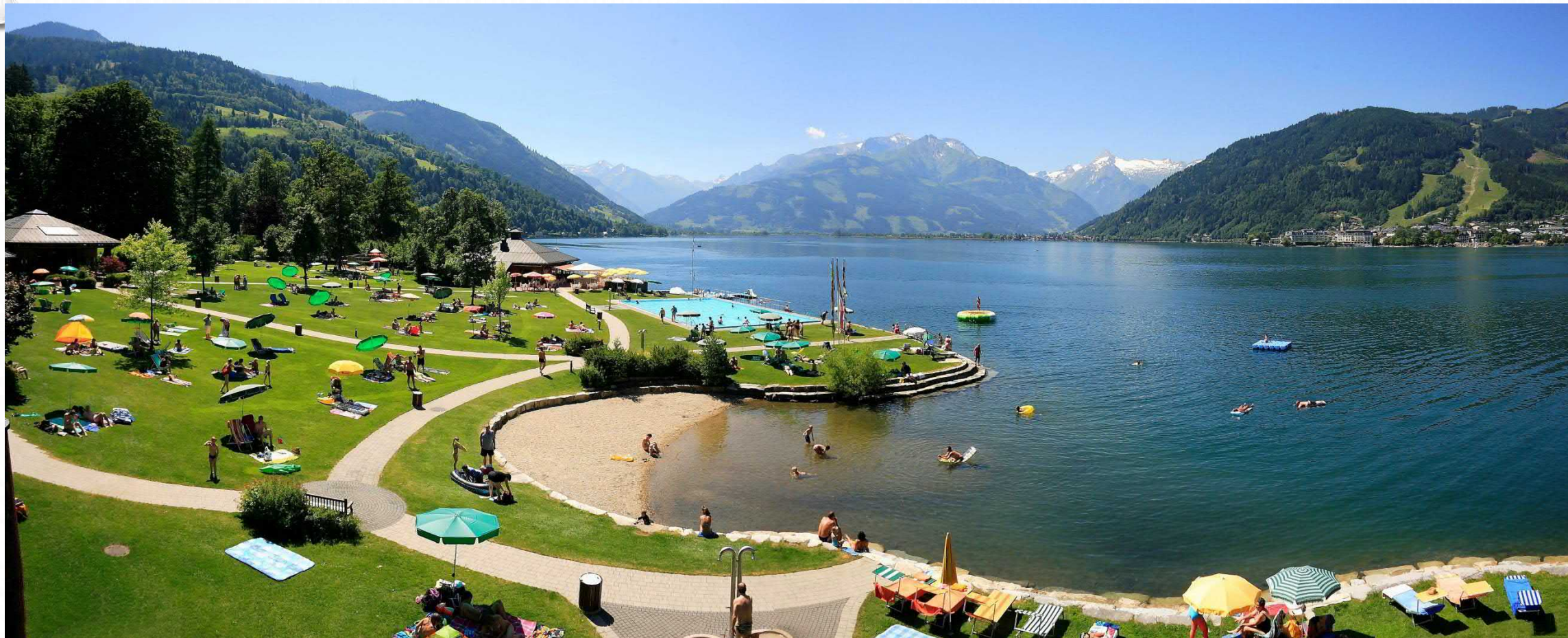


**Städtetag 2017 | Zell am See**  
**Arbeitskreis 3: Sport, Kultur, Freizeit – Machen wir**  
**unsere Städte zukunftsfit!**















Strandbad  
**Thumersbach**

Strandbad  
**Zell**

Mini  
**Golf**

Strandbad  
**Seespitz**

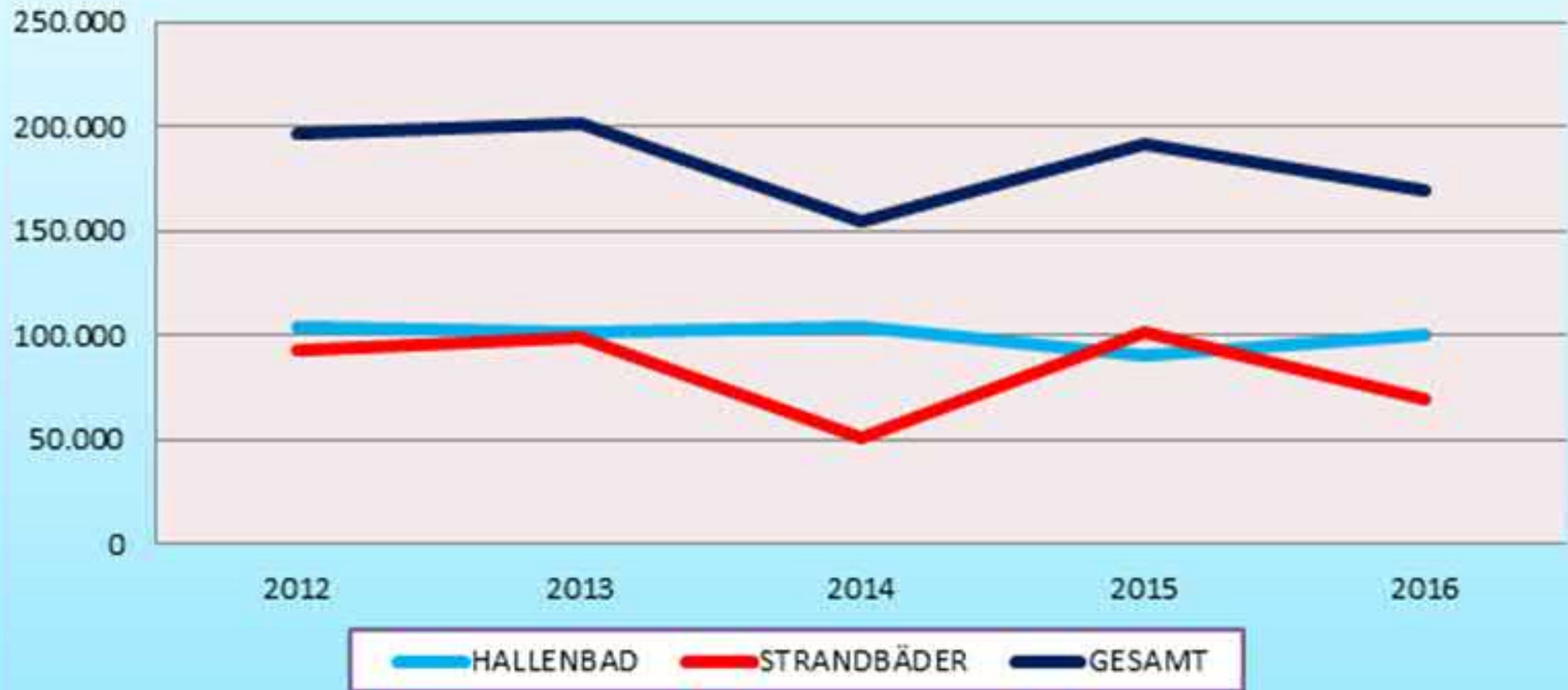
Hallen  
**Bad**

**Sauna**

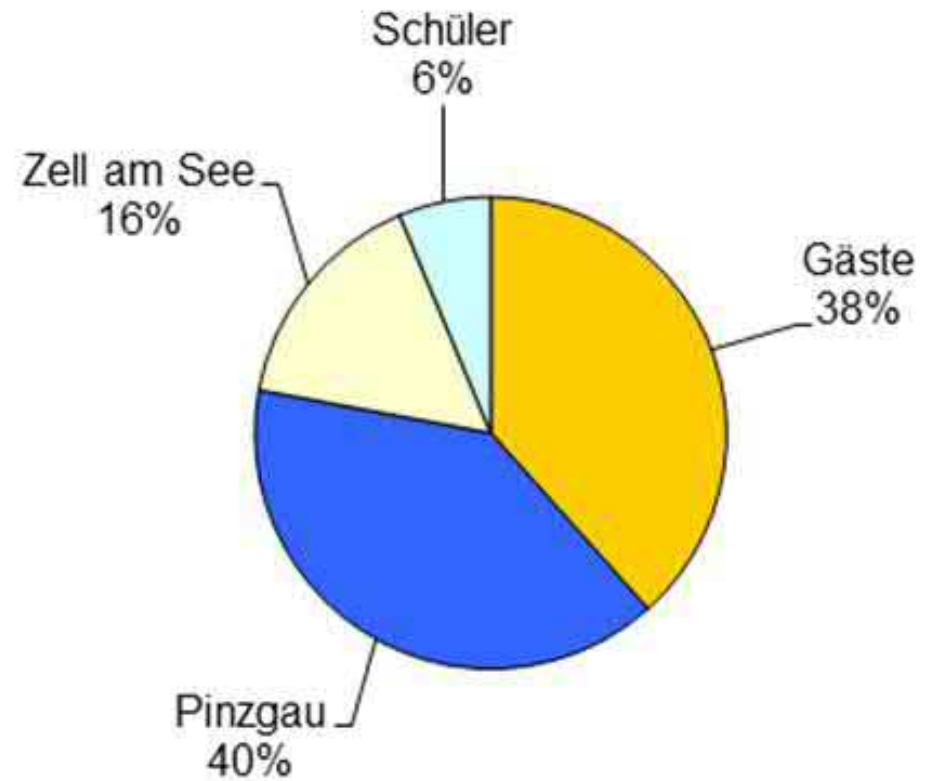




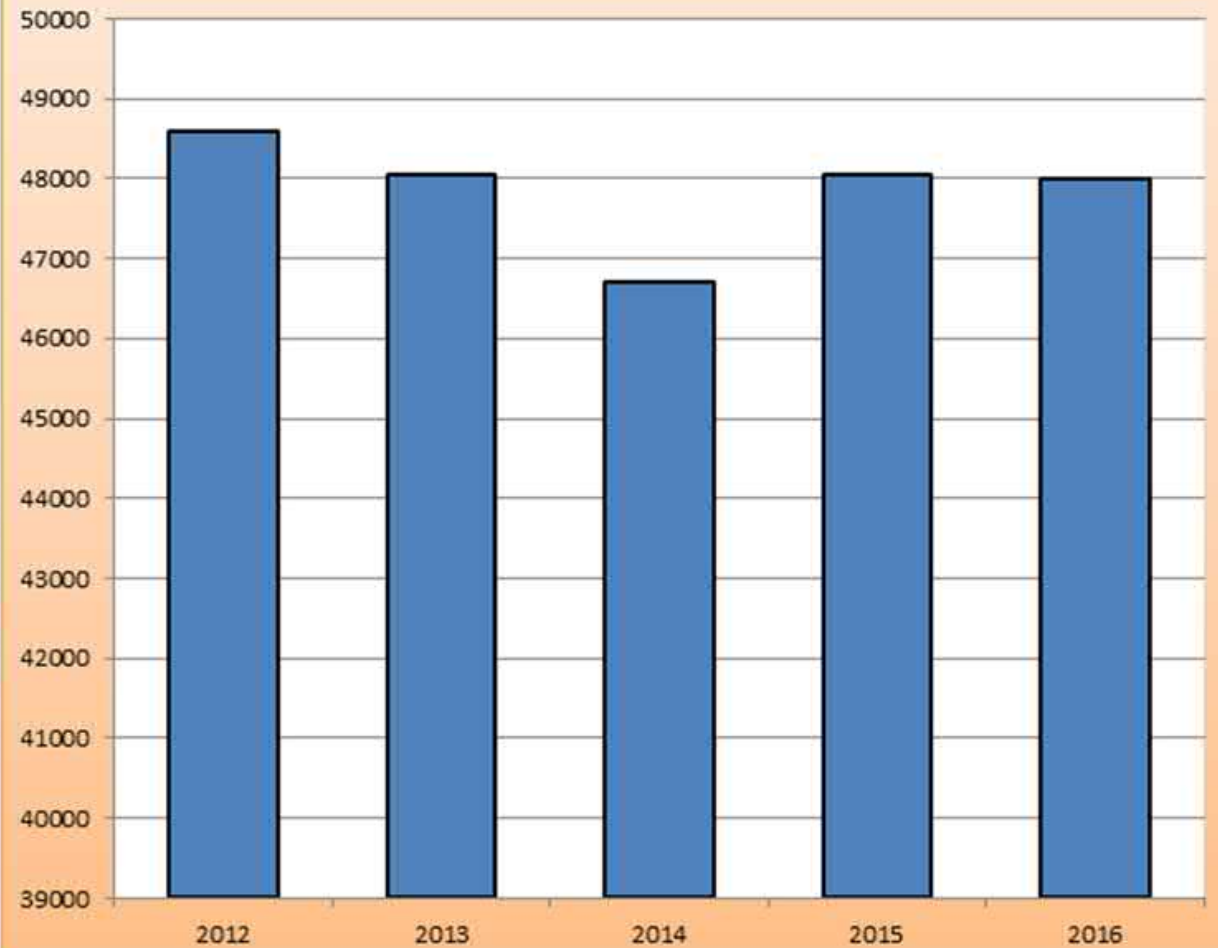
## Besucher Hallenbad und Freibäder



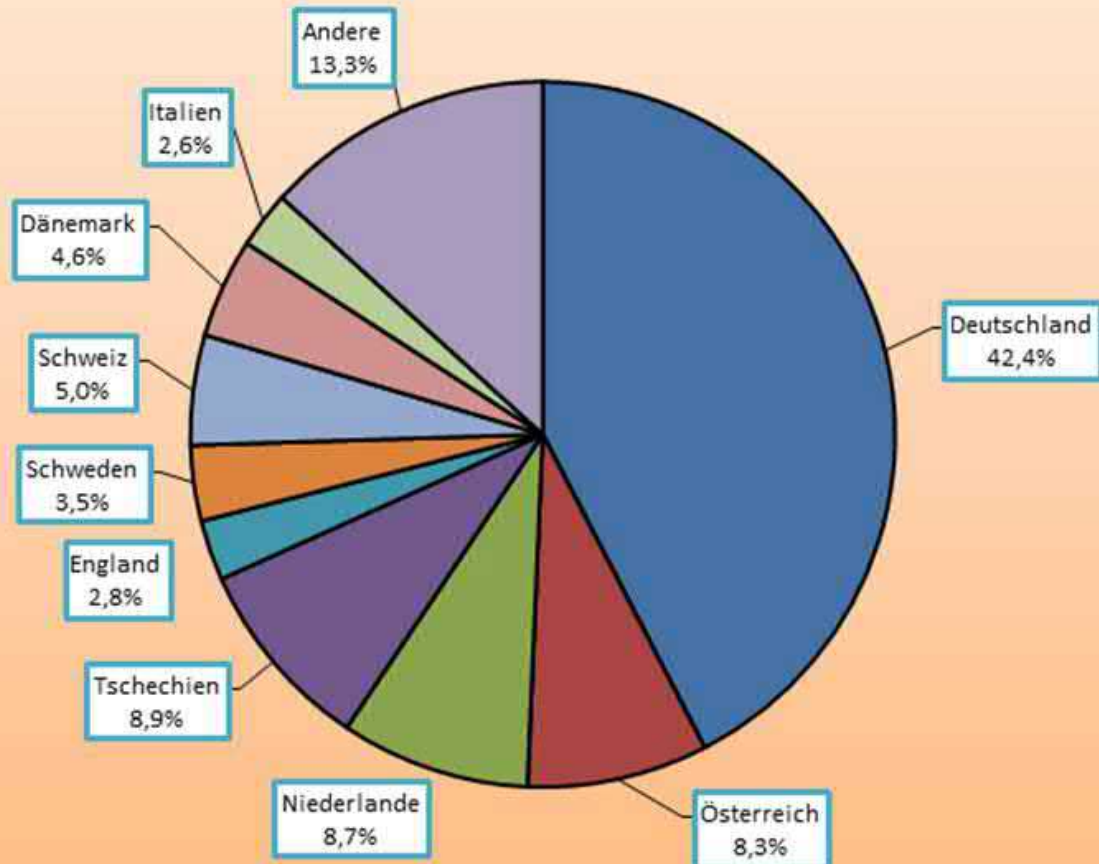
## Gesamt Hallenbad und Sauna inkl. Schulsport



## Nächtigungen Seecamp



## Seecamp Zell am See Gätestruktur



# POSITIONIERUNG

## Strategiepapier\*



\*Quelle: Strategiepapier Zell am See Kaprun Tourismus GmbH



## SWOT Analyse\*

### > SWOT Analyse

## PROFIL ZEIGEN.

### Stärken

- Kombination aus Gletscher, Berg und See
- Gletscher Kitzsteinhorn
- Wintersportangebot
- Attraktivität des Skigebietes
- Schneesicherheit
- Spezielles Ski- und Snowboard-Angebot (Snowparks, Freeride-Routen)
- Berge und Naturattraktionen
- Sehenswürdigkeiten
- Veranstaltungsangebot
- Zell am See-Kaprun Sommerkarte
- Ganzjahresangebote
- Bekanntheit der Region
- Wasser-Qualität und Wasser-Reichtum (Trinkwasser im Zeller See – Tauern SPA Zell am See-Kaprun)
- Lage Zell am See-Kaprun im Nationalpark Hohe Tauern ( ca. 30% der Fläche von Kaprun gehört zum NPHT)

### Chancen

- Skigebietsverbindungen
- Angebote und Betreuung für Kinder
- Schlechtwetterangebot
- Tauern Spa Zell am See-Kaprun
- Ferry Porsche Congress Center
- Qualitätsoffensive
- Internationaler Gästemix
- Produktentwicklungen
- Marketing noch besser bündeln
- Aktivitäten abseits der Pisten - Softsport
- Downhill und eBike sowie ein inszenierter Gipfelbereich auf der Schmittenhöhe mit Aussichtsplattform und Ausstellungsmöglichkeiten

### Schwächen

- Gastfreundschaft
- Angebot an Mountainbike- und Radstrecken
- Gastronomie am Berg
- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Qualität in den Unterküften
- Zu wenig Leitbetriebe in der Hotellerie
- Hohe Dichte an Appartements
- Ortszufahrten
- Gästezufriedenheit
- Stammgäste, vor allem in der Sommersaison
- Markenbewusstsein
- Après Ski

### Risiken

- Skigebietsgröße
- Nachhaltigkeit
- Gesundheitsangebote
- Spezielle Buchungsangebote
- Dominanz des arabischen Marktes
- Zufriedenheiten in der Gastronomie und Hotellerie
- Öffnungszeiten im Handel und in Restaurants
- Verkehr und Mobilität zwischen Zell am See und Kaprun

### > Der Markenkern

## GANZ EINFACH UNVERWECHSELBAR.

Wer sind wir? Diese einfache Frage müssen wir uns zuerst selbst klar beantworten, bevor wir andere von der Unverwechselbarkeit der Region überzeugen können. Die Positionierung ist die Antwort auf diese Frage. **Der Kern der Marke** Zell am See-Kaprun ist die Erlebniswelt rund um **Gletscher, Berg und See**. Davon ausgehend bauen wir auf vier strategische Handlungsfelder, in denen wir unsere maßgebliche Stärken sehen.

### MARKENKERN / KERN-KOMPETENZ



### Strategische Handlungsfelder.

Eine große Vielfalt an einzigartigen Sehenswürdigkeiten. Ein bestens ausgebautes Sportangebot, das durch spektakuläre Events pressueffektiv in Szene gesetzt wird.

Österreichische und internationale Küche auf höchstem Niveau, aber auch umfassende Möglichkeiten Körper und Geist zu entspannen. In einer Region die traditionelle und moderne Kultur vereint.

Und zu guter Letzt höchste Servicequalität, die sich durch alle Bereiche zieht.

\*Quelle: Strategiepapier Zell am See Kaprun Tourismus GmbH





Digitale Information –  
zur Frequenzsteuerung in  
der Region



Paul Vogel (Direktor Casino Zell am See), Peter Padourek (Bürgermeister von Zell am See), Renate Ecker (Tourismusdirektorin von Zell am See-Kaprun) und Georg Segl (Obmann TVB Zell am See).

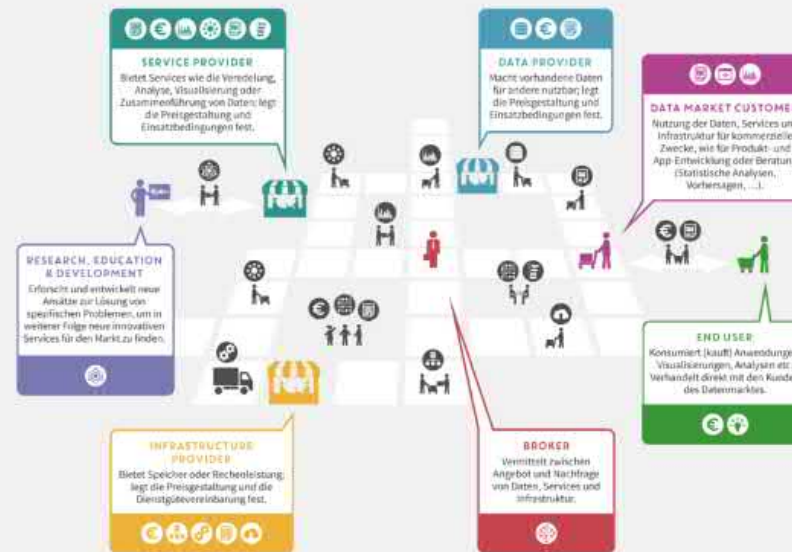
BILD: SN/ZELL AM SEE KAPRUN

## IoT – Auf Basis des Daten-Service-Ökosystems von Data Market Austria z.B.

### DATA MARKET AUSTRIA

Ein florierender Datenmarkt und ein funktionierendes Daten-Services Ökosystem für Österreich ist entscheidender Faktor für Beschäftigung und Wachstum sowie für nachhaltige gesellschaftliche Stabilität und Wohlstand.

Das Data Market Austria Projekt etabliert ein Daten-Services Ökosystem in Österreich durch die Schaffung einer deutlich verbesserten Technologiebasis für sichere Datenmärkte und Cloud-Interoperabilität und die Etablierung eines Daten-Innovationsumfeldes.



Pilotsysteme sowie innovative Anwendungen u.a. in den Bereichen Erdbeobachtung und Mobilität werden die Verwendung des neuen Daten-Services Ökosystem sowie die Wertschöpfung daraus demonstrieren.

<https://datamarket.at/ueber-dma/presse/>

IoT – Was bei Taxidiensten funktioniert, könnte auch für Anbieter von Freizeitinfrastrukturen angedacht werden → App, die Kunden auf dem schnellsten Weg zu mehr Freizeitvergnügen begleitet.



Quelle: cabFR

IoT – ...manche nützen es ja bereits ;-)

YouTube<sup>AT</sup>

Suchen



FC Bayern vernetzt Allianz Arena mit SAP

SAP TV  
Abonnieren 12.084

6.299 Aufrufe

**HERZLICHEN DANK !**