

I N F O R M A T I O N

zur Pressekonferenz

mit

Markus ACHLEITNER

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat

Petra RIFFERT

Obfrau der Freizeit- und Sportbetriebe Oberösterreich, WKOÖ

Mag. Andreas WINKELHOFER

Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus

Herta WIEDLROITHER

Camp Mondseeland

am 21. Oktober 2021

zum Thema

Neue Zukunftsstrategie soll Camping-Boom in Oberösterreich weiter verstärken

www.markus-achleitner.at / www.oberoesterreich.at/camping

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber:
Amt der Oö. Landesregierung
Direktion Präsidium
Abteilung Presse
Landhausplatz 1 • 4021 Linz

Tel.: (+43 732) 77 20-11412
Fax: (+43 732) 77 20-21 15 88
landeskorespondenz@ooe.gv.at
www.land-oberoesterreich.gv.at

Rückfragen-Kontakt:

Michael Herb, MSc, Presse LR Achleitner, Tel. 0664/6007215103

Elisabeth Kierner, MSc, Oberösterreich Tourismus, Tel. 0664/3030444

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus ACHLEITNER:

Neue Zukunftsstrategie soll Camping-Boom in Oberösterreich weiter verstärken

Nach Schaffung eines zeitgemäßen öö. Campingrechts sorgt eine neue OÖ. Zukunftsstrategie für Camping und Nature Lodging für weiteren Aufschwung:

„Der Campingtourismus boomt – europaweit, in Österreich und auch in Oberösterreich: Oberösterreichs 150 gewerbliche Campingplätze sowie Kleinstcampingplätze bei Gasthäusern oder Bauernhöfen verzeichneten in den letzten zehn Jahren - trotz ‚Corona-Delle‘ im Sommer 2020 - einen Nächtigungszuwachs von knapp 70 % auf rund 340.000 Nächtigungen. Mittlerweile findet im Sommerhalbjahr jede elfte Nächtigung in Oberösterreich auf einem Campingplatz statt“, hebt Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner hervor.

Nicht nur die Campingplätze freuen sich über steigende Nächtigungszahlen, auch die Hersteller von Wohnwägen und Wohnmobilen verzeichneten in den letzten Jahren Rekordergebnisse. Seit 2010 stiegen die Zulassungszahlen von Reisemobilen rasant an, so hat sich die Zahl der jährlich neu zugelassenen Wohnmobile in Deutschland um 330%, in Österreich um 290% erhöht. *„Der Trend zur Erholung und Urlaub in der Natur verstärken den Campingboom weiter. Experten sind sich daher einig, dass auch für die nächsten Jahre die Nachfrage auf den Campingplätzen gesichert ist“,* erklärt Landesrat Markus Achleitner.

Dementsprechend hat sich in den letzten Jahren auch die Nachfrage nach zusätzlichen Campingmöglichkeiten gewandelt. Klassische Campingplätze sehen sich steigenden Ausstattungs- und Komfortansprüchen der Campingurlauber gegenüber und verzeichnen eine zusätzliche Nachfrage nach Mietobjekten, wie etwa Schlaffässer oder TinyHouses. Hinzu kommt die wachsende Zahl der Wohnmobilreisenden, die verstärkt zusätzliche Campingmög-

lichkeiten auf eigens für sie eingerichteten Wohnmobilstellplätzen oder auf Kleinstcampingplätzen suchen.

Neue gesetzliche Campingbestimmungen in OÖ seit 01. Juli 2021:

„Corona hat die Sehnsucht nach Erholung in der freien Natur massiv gesteigert, die Menschen wollen raus und sich an der frischen Luft aufhalten und bewegen. Das verstärkt gerade auch den Trend zum Campingtourismus massiv. Dafür haben wir nun einen zeitgemäßen rechtlichen Rahmen geschaffen. Zugleich vollziehen wir damit eine Entrümpelung bei den Landesgesetzen und wir verhindern auch Wildwuchs beim Campieren“, hebt Landesrat Achleitner hervor.

„Mit dem OÖ. Campingrechtsänderungsgesetzes 2021, das seit 1. Juli dieses Jahres gilt, wird das bestehende OÖ. Campingplatz-Gesetz aus dem Jahre 1967 ersatzlos gestrichen. Die weiterhin notwendigen gesetzlichen Bestimmungen werden im OÖ. Tourismusgesetz verankert. Mit der Novellierung ermöglichen wir auch neue Entwicklungen im Tourismus, wie Mini-Häuser oder Schlaffässer. Zugleich bekommen die Gemeinden in Oberösterreich auch eine Handhabe gegen ‚wildes Campieren‘ und andere Auswüchse“, erläutert Landesrat Achleitner.

Die wesentlichen Neuerungen durch diese Campingbestimmungen sind:

- Neben den bereits bestehenden Typen des „klassischen“, bewilligungspflichtigen Campingplatzes und des Jugendzeltlagers wurden mit Kleinstcampingplätzen*, Kurzzeitcampingplätzen** und Wohnmobilstellplätzen*** drei neue Campingplatztypen geschaffen, die bewilligungsfrei betrieben werden dürfen und nur eine Anzeige bei der zuständigen Bezirkshauptmannschaft bzw. dem zuständigen Magistrat erfordern. Alle Campingplatztypen gelten als Unterkunftsbetriebe und sind somit hinsichtlich Ortstaxen- und Meldepflicht gleichgestellt.

* Kleinstcampingplätze sind Campinganlagen bis 300 m², die beispielsweise bei Bauernhöfen, Mostschänken oder Gasthäusern eine Übernachtungsmöglichkeit für 3-4 Wohnmobile, Wohnwägen oder Zelte anbieten.

** Kurzzeitcampingplätze können im Rahmen von überregional bedeutenden Veranstaltungen, etwa bei Festivals, Volksfesten oder Messen, für die Dauer von 10 Tagen betrieben werden.

*** Wohnmobilstellplätze sind auf die speziellen Bedürfnisse von Wohnmobilreisenden ausgerichtete Übernachtungsplätze und verfügen über die erforderliche Ver- und Entsorgungsstation für Frisch- und Abwasser.

- Campingplatzbetreiber haben nunmehr die Möglichkeit, auch Mietobjekte für Gäste anzubieten, die einen naturnahen Aufenthalt am Campingplatz erleben, aber nicht im Zelt oder Wohnwagen übernachten wollen. Das sind leicht ortsveränderliche, eingeschossige Bauwerke bis 50 m², etwa Schlaffässer, TinyHouses oder Nature-Lodges, die auf maximal einem Fünftel der Standplätze (max. 15 Bauwerke) errichtet werden dürfen.
- Gemeinden erhalten die Möglichkeit für bestimmte Orte oder das gesamte Gemeindegebiet das Campieren auf öffentlichen Flächen außerhalb von Campingplätzen zu verbieten. Damit kann an neuralgischen Punkten das grundsätzlich erlaubte „freie Übernachten“ mit Wohnmobilen eingeschränkt und ein Lenkungseffekt erzielt werden. Derartige Campingverbote sind durch entsprechende Beschilderung zu kennzeichnen.

Neue öö. Landes-Strategie für Camping und Nature Lodging:

„Die dynamische Entwicklung in den Urlaubsformen Camping und Nature Lodging, die Innovationen bei naturnahem Wohnen und das neue Öö. Campingrecht haben aufgezeigt, dass es koordinierte, strategische Antworten zur Zukunftsentwicklung dieses Tourismussegments für Oberösterreich benötigt. Deshalb habe ich bereits im Sommer den Auftrag zur Entwicklung einer Landes-Strategie für Camping und Nature Lodging erteilt, die nun - mit messbaren Zielen, abgeleiteten Maßnahmen und auch klaren Zuständigkeiten - vorliegt“, erklärt Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner.

Die öö. Camping-Strategie wurde von Oberösterreich Tourismus gemeinsam mit Expert/innen und Branchenvertreter/innen, wie etwa Betreiber/innen von Campingplätzen und Nature Lodging-Angeboten, der WKOÖ-Fachgruppe

Freizeit- und Sportbetriebe und der Standortagentur des Landes OÖ, Business Upper Austria, erarbeitet. Sie basiert auf einer ausführlichen Analyse der Ausgangslage, Expert/innen-Interviews und Workshops zur Erarbeitung der Entwicklungsziele, Kernstrategie und daraus abgeleiteter Maßnahmen entlang definierter Aktionsfelder.

„Oberösterreich verfügt innerhalb Österreichs, neben Kärnten, über die besten naturräumlichen Voraussetzungen für den ‚klassischen‘ Campingurlaub mit Seen-Berge-Erlebnis. Vor allem bietet unser Bundesland genussvollen Aktiv- und Entspannungsurlaub in persönlich geführten, kleinbetrieblichen Plätzen und Betrieben“, unterstreicht Landesrat Achleitner die Stärken des heimischen Angebotes. Oberösterreich wird sich künftig deshalb noch stärker als DIE Destination für Camping, Nature Lodging und Micro-Camping mit persönlichen Begegnungen und originellen Naturunterkünften positionieren. Dazu wurde eine Reihe ambitionierter Ziele definiert:

Qualitäts- und angebotsorientierte Ziele:

- Steigerung der Basisqualität der Campingplätze (Erhöhung der durchschnittlichen ADAC-Sterne-Bewertung)
- Neuentwicklung von Campingangeboten mit (thematisch-qualitativer) Spitzenqualität
- Angebots-Wachstumsschub bei Nature Lodging (v.a. Glamping)
- Ausbau der Anzahl an Wohnmobilstellplätzen flächig über Oberösterreich
- Digitalisierung der kleinteiligen Dienstleistungskette als Beschleuniger für Verkauf und Ausbau der Gästezufriedenheit

Wertschöpfungsorientierte Ziele:

- Steigerung der Campingnchtigungen um rd. 50% bis 2030 (im Vergleich zu 2019) durch Angebotserweiterung, Qualitätsverbesserung und Auslastungssteigerung in der Nebensaison
- rd. 100.000 Nature Lodging-Nchtigungen durch Angebotsausbau
- Steigerung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer um einen Tag
- Saisonverlängerung und Stärkung ganzjähriger Angebote

**Aktionsfelder und Maßnahmen zur Zielerreichung:
Arbeitsteilig und partnerschaftlich in der Umsetzung:**

Drei Aktionsfelder bündeln die für die Zielerreichung strategisch geplanten Maßnahmen:

- Organisation und Netzwerk
- Angebots- und Produktentwicklung
- Kommunikation und Vertrieb

Diese werden von den Umsetzungspartnern Land OÖ, WKOÖ, Betriebe, Oberösterreich Tourismus und Tourismusverbände entsprechend ihrer Stärken und Kompetenzen bis 2030 verwirklicht. Auch die Business Upper Austria wird insbesondere bei künftigen Betriebsansiedelungen und in der branchenübergreifenden Vernetzung ihre Expertise einbringen. So werden zukünftig gemeinsam mit dem Möbel- und Holzbau-Cluster „Nature Lodging-Lösungen“ entwickelt.

Petra RIFFERT, Obfrau der Freizeit- und Sportbetriebe Oberösterreich, WKOÖ:

Naturnahe Angebote mit hohem Qualitätsanspruch

Um dem wachsenden Trend zu naturnahem Urlaub gerecht zu werden, setzen die heimischen Campingplatzbetreiber verstärkt auf eine marktrelevante, zeitgemäße Angebots- und Produktentwicklung. Durch Maßnahmen, wie etwa Investitionen in Sanitäreinrichtungen, attraktive Platzgestaltung oder zusätzliche Angebote wie Gastronomie oder Erlebnisangebote für Gäste, kann die Basisqualität auf bestehenden Campingplätzen gehoben werden. Gleichzeitig soll das Potenzial im Segment Nature Lodging (von Eco bis Glamping) stärker genutzt werden, sowohl als Angebotserweiterung auf bestehenden Plätzen als auch als neu zu schaffendes Beherbergungsangebot. Zudem steigt insbesondere bei neuralgischen (Infrastruktur-)Standorten (z.B. Seilbahnen) der Bedarf an neuen Wohnmobilstellplätzen, welcher durch die flächendeckende Errichtung von zusätzlichen Stellplätzen gedeckt werden soll. Das novellierte OÖ Tourismusgesetz, in dem nun „Camping“ geregelt ist, bietet neue Möglichkeiten für eine solche Weiterentwicklung.

Die Fachgruppe der Freizeit- und Sportbetriebe ist für 35 verschiedene Branchen, darunter die Campingplätze, verantwortlich. Damit die Leistungen dieser Unternehmen als „Freizeitprofis“ sichtbarer werden, wurde mit den Öffnungsschritten im Mai dieses Jahres eine Social Media Kampagne gestartet in der die Campingwirtschaft einen prominenten Platz erhielt. Ziel war es, auf die Leistungen der gewerblichen Freizeitwirtschaft aufmerksam zu machen.

„Die Entwicklungen im Campingtourismus sollen künftig noch stärker mit den unterschiedlichsten Erlebnissen in der Region verschränkt und auch in wertschöpfungsorientierte Packages gebündelt werden. Der Camping-Gast soll Ausflugsziele, Freizeit- oder Naturerlebnisse als Gesamterlebnis wahrnehmen und auch buchen können“, skizziert Petra Riffert, Obfrau der Freizeit- und Sportbetriebe Oberösterreich, WKOÖ den künftigen Weg. Hier spielt vor allem die Verlängerung der Aufenthaltsdauer von derzeit 2,8 Tage auf 3,8 Tage eine Rolle. *„Dazu braucht es eine gute Produktentwicklung und die Zu-*

sammenarbeit der Betriebe mit den Tourismusverbänden und dem Oberösterreich Tourismus“, sagt Riffert. Auch soll eine „themenorientierte Qualitätsspitze“ entwickelt werden, um die „besten“ Camping- und Nature Lodging-Anbieter beispielsweise für Radfahrer, Wanderer oder Familien stärker bei der jeweiligen Zielgruppe zu bewerben.

Für die Betriebe werden in einem ersten Schritt Coaching- und Serviceleistungen hinsichtlich Profilierung, Positionierung und Qualitätsverbesserung angeboten. Zudem soll das Thema „Digitalisierung“ unter Berücksichtigung der Besonderheiten der Branche vorrangig bearbeitet werden: Von der Buchung und dem online-Check-In über digitale Services vor Ort bis hin zur Gästenachbetreuung können die Prozesse für Gäste und Gastgeber vereinfacht werden. Dabei soll auch das digitale Know-How des Oberösterreich Tourismus eingebunden und die zentrale Datenbank für den Tourismus (TOURDATA) genutzt werden. Auch regelmäßige Branchenmeetings und Fach-Exkursionen werden zum Erfahrungs- und Wissensaustausch in diesem Anbietersegment beitragen.

Mag. Andreas WINKELHOFER, Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus:

Der Luxus, in der Natur aufzuwachen

Camping und Naturerlebnis als Antwort auf gesellschaftliche Entwicklungen:

Camping kommt dem Wunsch der Menschen nach Freiheit, Flexibilität und Individualität entgegen. Jederzeit spontan verreisen, dort Halt machen, wo es am schönsten ist, keine vorgegebenen Essenszeiten – Camping steht für Reisen im eigenen Rhythmus. Zudem steigt die Sehnsucht nach der Natur, nach Erlebnis und Erholung im Freien, die durch die Corona-Pandemie einen zusätzlichen Turbo bekommen hat. Camping und Naturerlebnis passen zusammen, ohne dabei „in den eigenen vier Wänden“ auf Komfort und Annehmlichkeiten verzichten zu müssen. Camping bietet den Freiraum zum selbstbestimmten Reisen und viele Gestaltungsmöglichkeiten, egal ob Aktivurlaub zum Wandern, Radfahren oder Wassersport, Erholungs- und Wellnessurlaub oder Kultur-, Rundreisen und Städtetouren.

Persönliche Begegnungen sorgen für echte Urlaubsmomente.

Oberösterreichs Stärke, auch im Campingtourismus, liegt in der lokalen Gastgeber-Qualität. Hinter den großteils familiengeführten Campingplätzen und Nature Lodges stehen authentische Persönlichkeiten und Gastgeber, die ihre Begeisterung und Kenntnis der Region gerne weiter geben. Menschen, die durch echte Begegnungen zu gelungenen Urlaubsmomenten der Gäste beitragen. *„Diesen Gastgebern wollen wir künftig eine Bühne geben. Denn, durch die Kleinstrukturiertheit der betrieblichen Ebene braucht es eine koordinierte touristische Kommunikation und Bündelung im Marketing“*, weiß Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus. Um am nationalen und internationalen Markt sichtbar zu werden, soll ein Kommunikationskonzept entwickelt und gemeinsam mit Tourismusverbänden und Camping- und Nature Lodging-Anbietern auf den Zielmärkten Österreich, Deutschland, Tschechien und Niederlande umgesetzt werden. Eine gemeinsame Online-Plattform für oberösterreichische Camping- und Nature

Lodging-Betriebe samt Buchungsmöglichkeit ist dazu ebenso geplant wie Kommunikationsmaßnahmen und Kampagnen, um insbesondere auch auf „Nebensaison-Zeiten“ zu fokussieren.

„Ein multi-digitaler Online-Auftritt mit eigener Webseite, Social Media-Auftritt und einer professionellen Präsenz auf nationalen und internationalen Camping-relevanten Online-Plattformen sind Grundvoraussetzung für jeden Betrieb, um Partner im touristischen Marketing zu sein“, betont Winkelhofer. Gerade im Bereich der Digitalisierung kann der Oberösterreich Tourismus mit Know-How und Erfahrung unterstützen. Zudem erhalten die Betriebe professionelle Beratung durch die eCoaches in den Tourismusverbänden.

Herta WIEDLROITHER, Camp Mondseeland:

Zusammenarbeit und Vernetzung stärken

„Durch die neue Campingstrategie liegt erstmals eine ausführliche Analyse der Ausgangslage sämtlicher Campingbetriebe in Oberösterreich vor. Diese Analyse zeigt uns die Trends und Entwicklungen am Markt, vor allem aber auch die Stärken der heimischen Anbieter, welche nun nachhaltig weiter ausgebaut werden sollen“, begrüßt Herta Wiedlroither, Eigentümerin vom Camp Mondseeland die Zukunftsstrategie. Insbesondere die Betreiberstruktur in Form von großteils familiengeführter Campingplätze zeigt auf, dass es künftig eine noch viel engere fachliche Zusammenarbeit und Vernetzung der Campingplätze und der Nature Lodging-Anbieter braucht.

„So können wir die Strategie nun gemeinsam mit Land, Wirtschaftskammer und Tourismusverbänden lebendig machen, um die aufgezeigten Ziele zu erreichen“, freut sich Wiedlroither und skizziert ihre Überlegungen dazu: „Die in der Strategie definierten Maßnahmen und Möglichkeiten dazu sind vielfältig. Gemeinsam sollten wir unsere Interessen bündeln, Ideen weiterentwickeln, Kapazitäten betriebsübergreifend managen sowie Qualifizierungs- oder Vermarktungsinitiativen forcieren. Diese Camping-Strategie wird somit zukunftsweisend und trägt zur weiteren Professionalisierung der Branche bei. Vor allem aber können wir gemeinsam sichtbar werden und neue Gäste für Oberösterreich begeistern.“