

Pkw-Dichte im Land liegt über dem Bundesschnitt

WIESBADEN/KIEL. Auf 1000 Schleswig-Holsteiner sind im vergangenen Jahr statistisch 576 Autos gekommen. Damit lag die Pkw-Dichte im nördlichsten Bundesland geringfügig über dem Bundesschnitt von 569 Autos je 1000 Einwohner, wie das Statistische Bundesamt gestern in Wiesbaden mitteilte. Im Stadtstaat Hamburg kamen mit 434 Fahrzeugen deutlich weniger Autos auf 1000 Einwohner.

Bundesweit wächst die Zahl der Autos auch in Zeiten der Klimakrise. Die Pkw-Dichte in Deutschland stieg zwischen 2009 und 2019 um zwölf Prozent, wie das Statistische Bundesamt mit Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamts und eigenen Berechnungen ermittelte. Zuletzt kamen durchschnittlich 569 Autos auf 1000 Einwohner. Zehn Jahre zuvor waren es 509.

Allerdings gibt es große Unterschiede zwischen den Bundesländern: Im Saarland war 2019 die Pkw-Dichte am größten. 640 Autos je 1000 Einwohner wurden dort gezählt. Danach folgten Rheinland-Pfalz (619) und Bayern (613). Mit Abstand am wenigsten Pkw pro 1000 Einwohner gab es im vergangenen Jahr in Berlin (335).

Neues Institut widmet sich dem Homo touristicus

HEIDE. An der Fachhochschule Westküste in Heide ist gestern das Deutsche Institut für Tourismusforschung (DITF) eingeweiht worden. Nach Angaben von Direktor Bernd Eisenstein wird sich das Haus auf drei Kernbereiche konzentrieren: Reiseverhalten des Menschen; Effekte des Reisens auf Gesellschaft, Ökologie und Ökonomie; Optionen zur strategischen Entwicklung in Destinationen und Institutionen. „Im Mittelpunkt steht der touristische Mensch, sozusagen der Homo touristicus.“ Das Land wird nach Angaben von Bildungsministerin Karin Prien das Institut in der Aufbauphase unterstützen und ab 2024 mit jährlich 495000 Euro fördern.



Katja Kuhn, Präsidentin der FH Westküste, und Bernd Eisenstein eröffneten das DITF. FOTO: HFR

GEWINNZAHLEN

Eurojackpot

5 aus 50: 2, 5, 24, 43, 45
2 aus 10: 4, 10

Klassenlotterie

Bei der Nordwestdeutschen Klassenlotterie ist am Freitag ein Hauptgewinn von 1 Million € gezogen worden. Er entfiel nach Angaben der Lotterie auf die Losnummer 2 002 724.

Keno vom 11. 09. 2020

6, 11, 15, 24, 26, 27, 28, 29, 32, 33, 34, 40, 43, 49, 53, 57, 59, 60, 61, 69
Plus 5: 2 2 9 3 5
(Alle Angaben ohne Gewähr)

„Corona ist auch eine große Chance“

Hochzwei-Chef Timo Klass ist überzeugt: Dieser Sommer kann zu einem Turbo für den Tourismus und die Gewinnung von Fachkräften werden



Der große Lockdown hat den Tourismus in Schleswig-Holstein schwer getroffen. Doch dann kamen die Gäste ins Land – viele zum ersten Mal. FOTO: DPA

FLensburg. Corona als Chance für den Tourismus in Schleswig-Holstein. Mehr noch: Eine Pandemie und ihre Folgen als Turbo für die Gewinnung von Fachkräften im personell ausgezehrten Gesundheits- und Pflegesektor. Steile Thesen. Doch Timo Klass (43), Geschäftsführer der Flensburger Kommunikationsagentur Hochzwei, weiß aus Gesprächen mit Hoteliers und anderen Akteuren: Viele Menschen, die im Corona-Sommer in den Norden reisten, sind Schleswig-Holstein-Neulinge. Nun gilt es, sie als Gäste zu halten.

Corona ist eine riesige Belastung auch für die Unternehmen im Land. Sie blicken auf die Chancen, gerade für den Tourismus. Warum?

Timo Klass: In diesem schwierigen Jahr haben sich viele Menschen gesagt: „Jetzt mache ich Urlaub im eigenen Land.“ Das wurde ja auch von der Politik empfohlen. Die Folge war, dass Urlauber nach dem großen Lockdown in Scharen zu uns an die Küsten geströmt sind. Bis heute ist die Auslastung in vielen Unterkünten extrem hoch. Ja – wir hatten auch Probleme mit vollen Stränden, aber es hat zum Glück keinen Infektions-Hotspot gegeben. Davor hatte ich schon ein wenig Angst. Aus unseren Gesprächen mit Kunden und den Akteuren in der Tourismuswirtschaft wissen wir: Zu den Stammgästen sind in diesem Sommer zahlreiche Urlauber nach Schleswig-Holstein gekommen, die neu bei uns sind, weil sie üblicherweise nach Mallorca, nach Griechenland oder in die Türkei fliegen. Wir hören sogar aus der Hotellerie von neuen Gästen, die sonst immer nach Du-

Timo Klass (43) ist Geschäftsführer und Mitgründer der Kommunikationsagentur Hochzwei mit Sitz in Flensburg. Er sagt: „Wenn immer mehr Menschen erfahren, wie schön es hier ist, eröffnen sich natürlich auch vielversprechende Perspektiven für die Gewinnung von Fachkräften.“

FOTO: HFR



bai gejettet sind. Daraus ergeben sich natürlich Chancen.

Was muss passieren, um diese Besucher zu Stammkunden zu machen?

Platt gesagt: Wenn wir uns von der besten Seite zeigen, werden viele Besucher wiederkommen. Natürlich können wir diese Gruppe nicht komplett halten. Aber von diesem Kuchen der „Corona-Neuen“ sollten wir uns eine große Scheibe sichern. Und das können wir auch. Touristisch ist ja in Schleswig-Holstein in den vergangenen Jahren sehr viel passiert. Gerade erst wurde zum Beispiel am Priwall die neue Promenade eröffnet. Es sind viele neue Hotels entstanden. An vielen Orten herrscht Aufbruchstimmung. St. Peter-Ording, Büsum, Flensburg und Heiligenhafen sind nur einige Beispiele, wo viele neue Projekte entstanden sind, die international absolut mithalten können. Damit, aber auch mit

reichlich Platz zum Durchatmen, haben wir im Rennen um neue Gäste hervorragende Chancen. Das geht ja schon beim kommenden Herbsturlaub weiter. Da werden die Menschen angesichts steigender Infektionszahlen sicher noch vorsichtiger sein als schon im Sommer. Schließlich hat niemand Lust auf Quarantäne.

Wo besteht denn jetzt der größte Handlungsbedarf?

Vor allem geht es jetzt darum, Zielgruppen gezielt anzusprechen, die man bislang vielleicht nicht so sehr auf dem Radar hatte.

Welche zum Beispiel?

Nehmen Sie etwa Gäste aus Hessen, Baden-Württemberg oder Berlin. Auch Nordrhein-Westfalen ist noch lange nicht ausgeschöpft. Wichtig sind auch gezielte Kampagnen, um die Nebensaison stärker anzugehen. Hier können wir auch

Erfolge in Dänemark vorweisen. Denn unsere Nachbarn sehen Deutschland derzeit als ein Urlaubsziel an, das man relativ unbesorgt ansteuern kann.

Wo sehen Sie weitere Chancen durch den Corona-Effekt?

Wenn immer mehr Menschen erfahren, wie schön es hier ist, dann eröffnen sich natürlich auch vielversprechende Perspektiven für die Gewinnung von Fachkräften. Die fehlen bekanntlich gerade im Gesundheits- und Pflegebereich an jeder Ecke. Durch Corona ist die Wertschätzung für die Pflegeberufe deutlich gestiegen, was sich hoffentlich bald auch in einer besseren Bezahlung niederschlägt. Auf jeden Fall – auch das zeigt sich in Gesprächen mit Kunden – ziehen jetzt mehr junge Menschen einen Pflegeberuf in Betracht als vor Ausbruch der Pandemie. Viele haben Schleswig-Holstein vor Corona nie besucht. Nun wissen sie aus eigener Anschauung oder vom Erzählen, dass viel dran ist an der Botschaft: „Arbeiten, wo andere Urlaub machen.“ Tagsüber im Job, abends mit dem SUP aufs Wasser – das ist eine Kampa-

gne, mit der wir zum Beispiel für die Malteser Norddeutschland im Raum Frankfurt werben, und das mit großem Erfolg. Das Thema Work-Life-Balance können wir hier oben fahren wie kein anderer. Deswegen ist es unsere große Chance, dies genau jetzt zu tun.

Sehen Sie Chancen, auch mehr Patienten aus dem Ausland vom Gesundheitsstandort Schleswig-Holstein zu überzeugen?

Ganz ehrlich: Diesen Ansatz verfolgen wir derzeit gar nicht. Wir arbeiten viel mit Klinken und anderen Einrichtungen der Gesundheitswirtschaft zusammen. Von denen ist noch keine auf uns zugekommen und hat gesagt: Wir brauchen mehr Patienten. Die suchen alle nur Personal.

Wie schnell sollten wir handeln? Mecklenburg-Vorpommern wittert sicher auch seine Chancen.

Man sollte das Eisen schmieden, solange es glüht. Jetzt Gas zu geben, ist keine schlechte Idee.

Interview: Ulrich Metschies

Das ist die Hochzwei-Gruppe

Hochzwei zählt mit 71 Beschäftigten zu den **führenden Werbeagenturen** in Schleswig-Holstein. Zur Gruppe gehören neben der vor 20 Jahren von Felix Worm und Timo Klass in Flensburg gegründete Agentur Hochzwei die Filmproduktion Bewegtbild, die Kieler Agentur Magent und die Quadrat GmbH. Kunden sind unter anderem das Energieunternehmen GP Joule, der Scan-

dinavienpark Handewitt, mehrere Banken und Sparkassen, die Tourismusagenturen Schleswig-Holstein und Flensburger Förde, die FH Westküste, die Vater-Unternehmensgruppe, Bockholdt und die dänische Tourismusagentur Visit Denmark. Gesellschafter von Hochzwei sind seit 2019 die Kieler Nachrichten, die Kieler Verlegerfamilie Heinrich sowie die Madsack-Mediengruppe.

Tourismusagentur hofft auf Spätsommer-Gäste

KIEL. Die Tourismusagentur Schleswig-Holstein hofft auf einen kleinen Schub für die stark unter der Corona-Pandemie leidende Branche angesichts des für den Wochenanfang erwarteten Sommerwetters. „Erfahrungsgemäß fördert gutes Wetter das Ausflugs-

aufkommen, daher können wir uns sicherlich mit Blick auf den angekündigten Spätsommer auf viele Besucher in den kommenden Tagen einstellen“, sagte die Geschäftsführer-

in Bettina Bunge gestern. Das gelte auch für Tagestouristen. Schönes Wetter erleichtere es den Menschen, auch bei Freizeit- und Urlaubsaktivitäten Abstand zu halten und sich im Freien zu bewegen.

Tourismusminister Bernd Buchholz (FDP) hält unterdessen eine landesweite Strandampel zur Steuerung des Gäs-

teandrangs 2021 für denkbar. „Wir werden über weitere digitale Autobahnschilder ebenso nachdenken müssen wie über eine landesweite Strandampel“, sagte Buchholz nach einem Treffen mit Tourismus-Vertretern. Die Online-Strandampel wurde in diesem Sommer an einzelnen Orten eingesetzt. Das Konzept der elektronischen Besucherlenkung habe sich bewährt, sagte die Geschäftsführerin des Ost-

see-Holstein-Tourismus e.V., Katja Lauritzen.

Buchholz machte zugleich deutlich, dass mit den Strandampel-Projekten der Lübecker Bucht und in St. Peter-Ording zunächst nur Erfahrungen und Daten gesammelt würden. „Je mehr Kommunen sich später daran beteiligen, umso besser für alle Tourismusorte.“ Allerdings könne das Land keine flächendeckende Installation von Sensortechnik finanzieren.



Tash-Geschäftsführerin Bettina Bunge setzt auf gutes September-Wetter. FOTO: FRANK MOLTER