

## KLARER KURS

### EIN BLICK IN DIE GESCHICHTE UND GEGENWART DER DEUTSCHEN SEEREEDEREI.

„Warum heißt die Deutsche Seereederei eigentlich Seereederei, wenn wir keine Schiffe betreiben?“ ...

... fragen immer wieder Menschen, die sich mit unserem Unternehmen beschäftigen. Selbst Bewerber oder junge Mitarbeiter sind so manches Mal etwas ratlos, wenn sie versuchen, die Geschichte der Firmengruppe nachzuvollziehen. Es stimmt: Seit 2010 gehören keine Schiffe mehr zu einem Unternehmen, dass die Bezeichnung „Reederei“ in ihrem Namen trägt. Die Antwort liegt in der wechselvollen Geschichte nicht nur eines wirtschaftlichen Akteurs, sondern auch einer biografischen Heimat vieler Menschen.

Es gibt kaum erfolgreich bestehende europäische Unternehmen, die in ähnlicher Weise politische, soziale und ökonomische Entwicklungen sowie Veränderungen reflektieren wie die Deutsche Seereederei. Die ehemals zweitgrößte Handelsflotte der Welt ist nicht nur Ausdruck längst vergangener europäischer Wirtschaftsgeschichte (und zahlreicher politischer Ereignisse), sondern ein überaus lebendiges Exempel dafür, wie Unternehmen sich immer wieder neu erfinden müssen, um in den sich rasant verändernden Gesellschaften und Märkten der Moderne erfolgreich zu sein. Mitunter soweit, dass selbst die eigentlichen Kernleistungen zur Disposition stehen und sich damit vollkommen neue Geschäftsfelder ergeben.

Das übergreifende Credo: Neu und anders zu denken – VORZUDENKEN – und zu handeln, ist „typisch“ für die DSR. Mit Blick auf die letzten 70 Jahre ergeben sich drei Phasen, die diesen permanenten Aufbruch beispielhaft verdeutlichen:

**Phase 1: Gründung und Wachstum zur zweitgrößten Handelsflotte der Welt · 1952–1989 bis zur Wende**

**Phase 2: Entwicklung von einem Schifffahrtsunternehmen zu einem touristischen Unternehmen · 1990–2019**

**Phase 3: Umbau zu einem Green Tech Hospitality- and Leisure-Unternehmen · seit 2020**

Alle drei Phasen kennzeichnet ein überdurchschnittlicher Gestaltungs- und Leistungswille – nicht immer freiwillig. Oft ging es darum, als mittelständisches Unternehmen eine

# JAHRE

eigene, und vor allem erkennbare und sozial ausgewogene Handschrift zu entwickeln. Die DSR hat stets Verantwortung übernommen – langfristig.

Besonders hervorzuheben sind die Verdienste um die sozial verträgliche und erfolgreich verlaufende Privatisierung im Rahmen der deutschen Wiedervereinigung des volkseigenen Betriebs (VEB) Deutsche Seereederei der DDR. Die Deutsche Seereederei mit Sitz in Rostock ist neben JENOPTIK, vormals Jenaer Zeiss-Werk in Jena, eine der Firmen der ehemaligen DDR mit vergleichbarer Größe, die bis heute an ihrem ursprünglichen Standort in den neuen Bundesländern sehr erfolgreich agiert. Zur Entwicklung des Landes Mecklenburg-Vorpommern sowie der Stadt Rostock trägt die Deutsche Seereederei auch heute noch entscheidend bei. Die Bundesanstalt für vereinigungsbedingte Sonderaufgaben (BvS) bescheinigte, dass die Deutsche Seereederei eines der wenigen Unternehmen gewesen sei, das die damals eingegangenen Vertragsbedingungen der Privatisierung vollständig und darüber hinaus eingehalten hat.

Heute ist die Deutsche Seereederei bekannt dafür, dass stets fortschrittliche Wege konzipiert, geprüft und realisiert und damit klassische Aktivitätsfelder zukunftssicher weiterentwickelt werden. Wir nennen das knapp: „Wir machen Märkte.“ Die Erfolge eines permanenten Innovationsgeistes kommen rückblickend mehreren tausend Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zugute ebenso vielen Regionen, mehreren Branchen sowie Millionen von Menschen, die mit uns seit langer Zeit „die schönsten Tage und Wochen“ des Jahres vertrauensvoll verbringen.

Dies ist das Verdienst eines jeden Mitarbeiters. Zum 50. Jubiläum der DSR schrieb ich seinerzeit: „Ich weiß, mit welchen Risiken und Unwägbarkeiten das unternehmerische Leben behaftet ist und baue insbesondere auch deshalb in der Zukunft auf eine enge, vertrauensvolle Zusammenarbeit mit allen Geschäftspartnern und natürlich auch auf Sie, liebe Mitarbeiter.“

**Danke, dass wir uns auch in den letzten 20 Jahren auf Sie verlassen konnten.**

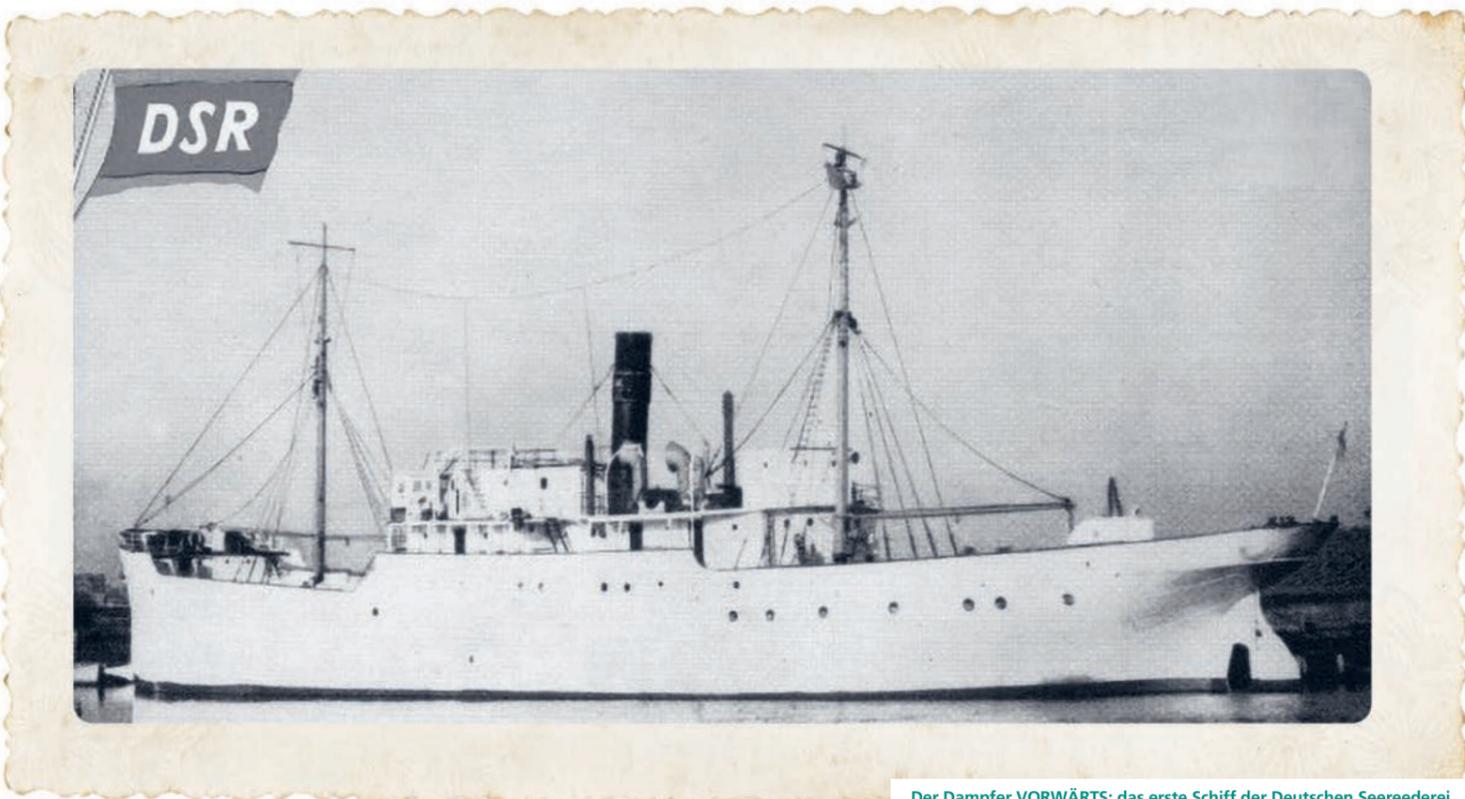
**Ihr Horst Rahe**

# 1. PHASE

## GRÜNDUNG SOWIE WACHSTUM ZUR ZWEITGRÖSSTEN HANDELSFLOTTE DER WELT · 1952 – 1989 BIS ZUR WENDE

Die Geschichte der Deutschen Seereederei beginnt am 1. Juli 1952, drei Jahre nach Gründung der DSR in Rostock, mit 34 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und dem Dampfer VORWÄRTS. Das Team der ersten Stunde baut in einem tief vom zweiten Weltkrieg gezeichneten Land, fast aus dem Nichts heraus, mit Fleiß, Einfalls-

reichtum, hoher Sachkenntnis und Professionalität ein weltweit respektiertes Unternehmen auf. Und das trotz fragwürdiger politischer Vorgaben, Zielsetzungen und unfreier Bedingungen.



Der Dampfer VORWÄRTS: das erste Schiff der Deutschen Seereederei.

### Zu diesem Schiffstyp gehört: D. „Vorwärts“.

Bauwerft war die AG „Neptun“, Rostock. Er hatte im März 1903 Stapellauf und wurde im Sommer 1903 in Dienst gestellt. Am 13. 10. 1950 wurde D. „Vorwärts“ ex. „Johann Ahrens“ ex. „Grete Cords“ von dem Deutschen Schiffsunternehmen als erstes Schiff der Handelsflotte der Deutschen Demokratischen Republik in Dienst gestellt und am 1. 7. 1952 durch die Deutsche Seereederei übernommen. Das Schiff diente vorwiegend für die Holzfahrt in der Nord- und Ostsee und wurde in den Wintermonaten für den Transport von Südfrüchten vom Mittelmeer nach Nord-Europa eingesetzt, in den letzten Jahren auch in der Stückgutfahrt.

1954 wurde D. „Vorwärts“ außer Dienst gestellt und dient seit dieser Zeit unserer Schuljugend zur Vorbereitung auf die seemannische Laufbahn.

### TECHNISCHE DATEN:

Länge über alles:	67,0 m
Länge zwischen den Loten:	64,4 m
Breite auf Spanten:	9,5 m
Seitenhöhe bis Hauptdeck:	4,7 m
Seitenhöhe bis Quarterdeck:	5,6 m
Tiefgang beladen:	4,3 m
Dienstgeschwindigkeit:	8,0 kn
Mögliche Fahrtweite:	ca. 4 000 sm
Displacement:	2 250 t
Gewicht des leeren, betriebsklaren Schiffes:	ca. 700 t
Nutzladung:	ca. 1 000 t
Tragfähigkeit:	ca. 1 350 t

### AUSRÜSTUNG UND VORRÄTE:

Kohle:	173 t (+ 8 550 cbf auf Hauptdeck)
Ballastwassertanks:	291 m <sup>3</sup> 291 t

### Fahrtbereich:

Die mögliche Fahrtweite betrug bei vollen Bunkern und 8 kn Geschwindigkeit ca. 4000 sm.

### Bunkerverbrauch:

pro Seetag	ca. 12,0 t
pro Hafentag	ca. 2,5 t

Auszug aus dem Katalog für Schiffstypen.

## Waren- und Rohstoffversorgung.

1953 verfügt die DSR über vier Schiffe, zusammen mit den Dampfschleppern CARL und SASSNITZ sowie dem „Seeleichter“ FORTSCHRITT. Im selben Jahr beginnt der erste Liniendienst für Waren und Rohstoffe zwischen Rostock und Riga. Kurze Zeit später folgt der zweite Liniendienst nach Finnland. Die Reederei entwickelt sich rasant. Bis 1964 laufen 94 Schiffe und 5 Tanker unter dem Signet der DSR – die Hälfte sind Neubauten der DDR-Werften.

pro Jahr. Die Internationalisierung der DSR führt in der Spitze zu 28 Repräsentanzbüros weltweit – von Alexandria bis Antwerpen und von Singapur bis Tokio. Nicht zuletzt werden die in der DDR begehrten und meist vergriffenen „Südfrüchte“ durch die Massengut-Frachter der DSR aus „Fidel Castros Händen“ bis fast in die ostdeutschen Haushalte geliefert. 1970 gehören zehn Frucht- und Kühlschiffe zur Flotte, die Bananen und Gemüse aus Westafrika, Guinea sowie Kuba nach Ostdeutschland bringen.

Die Reederei erarbeitet sich in diesen Jahren Anerkennung und Relevanz im gesamten Nordostsee-Raum und agiert ab den 1960er Jahren international unter dem Namen „DSR-Lines“, also auch außerhalb der sowjetischen bzw. blockneutralen Einflusszone. 1960 werden erste Liniendienste an die Westküste Afrikas eingerichtet. Und mit der kubanischen Revolution 1959 entwickelt sich ein politisch motivierter, sogenannter Gemeinschaftsdienst zwischen den kubanischen Häfen und Rostock mit 24 Abfahrten

Die umwälzende Neustrukturierung des Frachtverkehrs durch den Containertransport Ende der 1960er Jahre berücksichtigt die DSR zunächst langsam und vorsichtig, aber ab 1970/71 konsequent. Während 1968 ca. 2.900 TEU (Standardcontainer) transportiert werden, sind es 1978 bereits 30.400. Auch der Transport von Rohstoffen bildet von Beginn an ein wichtiges Standbein der Aktivitäten. Nicht zuletzt, um den Bedarf an Erdöl für die DDR sicherzustellen.



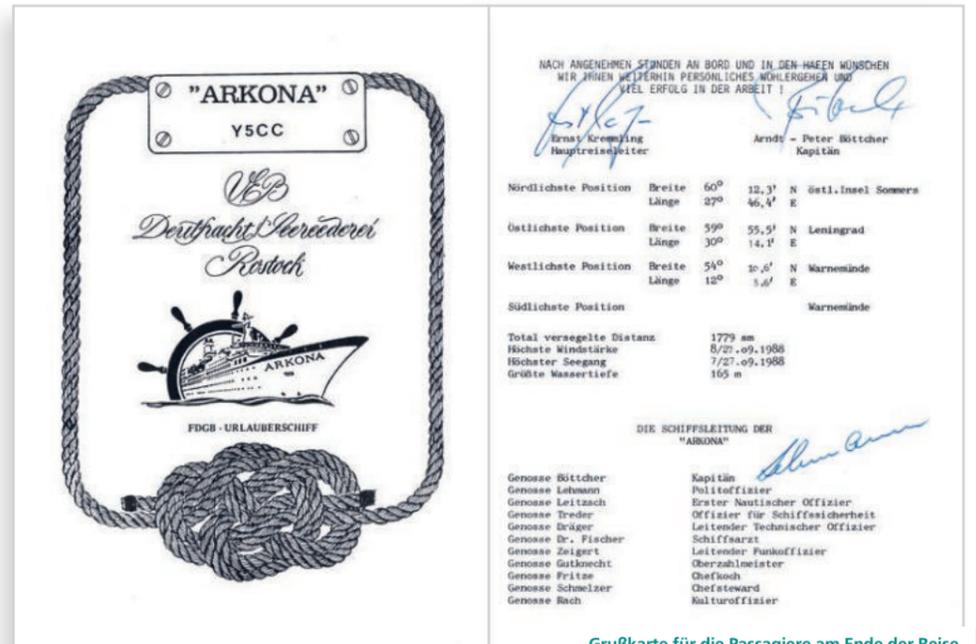
Die DSR Containerschiffe sind zwischen allen Kontinenten unterwegs.

## Die Urlaubsschiffe der DSR.

Die Passagierschiffe der DSR, VÖLKERFREUND-SCHAFT, FRITZ HECKERT und ARKONA, sollen die zukünftige Entwicklung der Deutschen Seereederei als konkurrenzfähige Unternehmung bedingen. Ziel der Reisen ist es, die gesellschaftliche Stimmung in der DDR durch relativ günstige Reisen positiv zu beeinflussen. In der Realität sind die Wartelisten lang und der Zugang von der „richtigen“ politischen Einstellung bestimmt.



Vom Kreuzfahrtschiff für DDR-Bürger zum „Traumschiff“ in der beliebten ZDF Serie.



Grußkarte für die Passagiere am Ende der Reise.

Neben diesen Reisen werden die Schiffe drei bis vier Monate im Jahr an ausländische Reiseveranstalter verchartert, um die nötigen (Devisen-)Gelder für den Unterhalt der Schiffe zu erwirtschaften. Die Schiffe kennzeichnen eine für die damalige Zeit und die Verhältnisse in der DDR herausragende Servicequalität. So führen Chronisten noch im Jahr 1996 aus: „Wer dann letztlich Glück hatte, so eine Seereise [...] zu erhalten, vergaß darüber das umständliche Prozedere. An Bord erwartete den Passagier in jedem Fall eine großartige Atmosphäre, eine erstklassige Crew und das Beste aus Küche und Keller. Kapitän und Besetzung waren hochmotiviert und boten die Garantie für einen sicheren Reiseverlauf und Aufenthalt an Bord. (Deutsche Seereederei Rostock, Götz/Wenzel, 1996, S. 55).“

Die Idee eines Kreuzfahrturlaubs für die einfache Bevölkerung ist geboren. Zwischen 1960 und 1990 sollen knapp 300.000 Urlauber mit den DSR Schiffen gefahren sein. Als „Traumschiff“ in der äußerst beliebten ZDF Serie bringt die ARKONA „die weite Welt“ auch in die Wohnzimmer des wiedervereinigten Deutschlands. Das sogenannte Erste-Klasse-Schiff gilt in den 1990er Jahren als Inbegriff deutscher Wiedervereinigungsgeschichte.



Die ARKONA galt zu DDR-Zeiten als Passagierschiff mit herausragendem Service.

## Die Reederei an Land.

Mit zunehmender Größe der Reederei werden Lösungen zur Landbetreuung der Beschäftigten geschaffen. Hier liegen die Ursprünge der „gastgewerblichen Aktivitäten an Land“. 1963 entsteht in Rerik ein DSR Urlaubs- und Schulungszentrum: „Hier machten Familien Urlaub, unternahm Arbeitskollektive Wochenendfahrten und nahmen Mitarbeiter an Lehrgängen teil. (Deutsche Seereederei Rostock, Götz/Wenzel, 1996, S. 62).“ In den Folgejahren kommen weitere Urlaubshotels hinzu, die sich über die DDR hinaus einen guten Ruf erarbeiten.

## Ein wichtiger Akteur der ostdeutschen Wirtschaft.

In der Hochzeit unterhält der Betrieb 28 Liniendienste, mit denen die DSR unter den europäischen Reedereien über eines der umfassendsten Transportnetze verfügt. Ihre Frachter laufen in diesen Jahren Häfen in mehr als 100 Ländern an. Feste Liniendienste nach Ost- und Westeuropa, Fernost, Mittel- und Südamerika sowie nach Afrika prägen das Bild. Auch wenn der Höhepunkt 1979 mit 200 Schiffen erreicht ist (von 1980 ging die Anzahl der Schiffe zurück und sank bis 1989 auf 161 Schiffe), so hat sich die DSR nach anfänglichem Improvisieren zu einer respektierten, weltweit agierenden Reederei entwickelt. ■

## 2. PHASE

# DIE WENDE UND DIE ENTWICKLUNG VOM SCHIFFFAHRTS-UNTERNEHMEN ZU EINEM TOURISTISCHEN UNTERNEHMEN – AUFBAU STARKER UND BEKANNTER MARKEN · 1990–2019

## Die Wende.

Mit den politischen Umbrüchen von 1989/1990 steht das Unternehmen mit damals rund 14.500 Beschäftigten vor einer außerordentlich schwierigen Situation. Schlagartig ist die Deutsche Seereederei ihrer wesentlichen wirtschaftlichen Basis beraubt: Der ost-europäische Markt ist zusammengebrochen und die DDR gibt es nicht mehr. Die Unternehmensstrukturen und ein Großteil der vorhandenen Schiffe sind schlicht nicht konkurrenzfähig.

Mit der Wende wird die DSR als sogenannter Stammbetrieb in eine Treuhandgesellschaft umgewandelt. Mit dem Verkauf des Unternehmens durch die Treuhandanstalt an die Hamburger Kaufleute Horst Rahe und Nikolaus W. Schües am 3. Juni 1993 beginnt eine neue Epoche der Deutschen Seereederei: Sie wird zu einem privatwirtschaftlichen Betrieb. Bis heute wird die Firmengruppe von Horst Rahe geleitet. Am 28. August 1993 stellt die Geschäftsführung der Mitarbeiterschaft im Clubhaus der NEPTUN WERFT ihr Unternehmenskonzept vor. Vier Unternehmensziele werden benannt:

1. Sicherstellung nachhaltiger Lebensfähigkeit
2. Erhalt des Standorts Rostock
3. Erhalt vieler Arbeitsplätze in Deutschland
4. Kooperation mit anderen Unternehmen

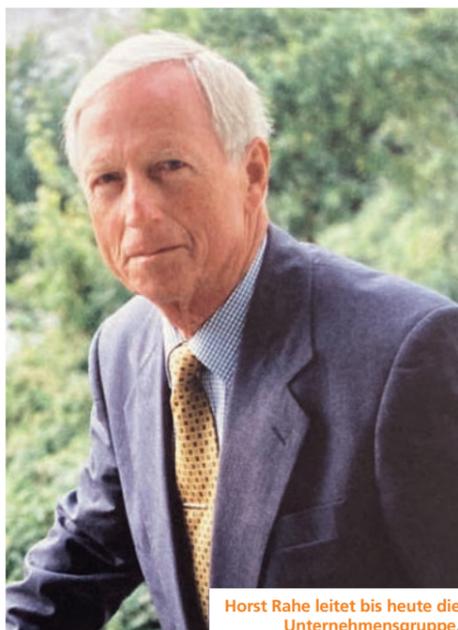
Das DSR Journal, die Mitarbeiterzeitung, vom 16. September 1993 hält fest: „Der Bericht von Herrn Rahe wurde mit Applaus zur Kenntnis genommen.“

## Der Neuanfang.

Die neuen Eigentümer müssen sich fundamentalen Herausforderungen stellen. Dazu zählen:

- Neuausrichtung der Managementstruktur und der betrieblichen Organisation
- Ausgliederung von Reederei-atypischen Unternehmensteilen
- Neuordnung der Schifffahrtsaktivitäten
- Reduzierung des Schiffsbestands
- Reduzierung des Mitarbeiterbestands

Diese Bedingungen sind außerordentlich schwierig und die Umstrukturierungen Anfang der 1990er Jahre über alle Wirtschaftszweige hinweg mit vielen Wunden und Verletzungen verbunden – eine Spätfolge einer DDR-Politik, die an den Realitäten



Horst Rahe leitet bis heute die Unternehmensgruppe.

der Menschen vorbeiplante. Die neuen Eigentümer beginnen mit der strukturellen Anpassung der Unternehmensteile. Ihre Pläne sehen vor, die traditionellen Bereiche wie Schifffahrt, Kreuzschifffahrt und Immobilien auszubauen und gleichzeitig weitere Geschäftsfelder im Dienstleistungsbereich aufzunehmen. Dieses unternehmerische Konzept ist unter anderem ausschlaggebend dafür, dass sie trotz starker Konkurrenz den Zuschlag der Treuhandanstalt bekommen.

Im ersten halben Jahr ihrer Tätigkeit strukturieren die beiden neuen Gesellschafter der Deutschen Seereederei unter Mitwirkung aller leitenden Mitarbeiter die Gesellschaft zu einer modernen Unternehmensgruppe um. Diese wird Führungsholding für vier operative Gruppenunternehmen:

- Arkona Touristik-Gruppe – für den gesamten touristischen Bereich einschließlich Kreuzschifffahrt, Clubs und Hotels
- Bereich Schifffahrt – mit den Teilbereichen Linienschifffahrt, Fähren und Bereederung
- Deutsche Seereederei Immobilien – für den Bereich Immobilien
- Deutsche Seereederei Daten und Dienste – für EDV und sonstige Dienstleistungen

## Von 1993 bis 1999: prägende Zeiten.

Ausgehend von dem seinerzeit dargelegten Unternehmenskonzept, das Geschäftsfeld Touristik aufzubauen, kauft die Deutsche Seereederei 1994 das Kreuzfahrtschiff ASTRA II und verchartert es erfolgreich an NECKERMANN REISEN.

Im selben Jahr fusionieren die Fracht-Liniendienste der Deutschen Seereederei und die Senator Linie zur DSR Senator Lines Holding. Spezielle Roll-on/roll-off-Fähren in der Ostsee werden ausgebaut und verstärkt.

1997 steigt HANJIN SHIPPING Co. als Hauptgesellschafterin bei der Reederei DSR Senator Linie mit ein. Damit entsteht die drittgrößte Container-Reederei der Welt: „Ab 1998 soll die Allianz DSR Senator, Cho Yang und HANJIN pro Jahr eine Flotte mit einer Stellplatzkapazität von 300.000 TEU (Standardcontainer) im Einsatz haben.“, berichtet die Mitarbeiterzeitung.

Ab 1999 werden wesentliche Grundlagen des Unternehmensumbaus gelegt. Bestimmte Unternehmensfelder, unter anderem das Linienschifffahrtsgeschäft sowie einige kleinere Bereiche werden abgelöst. Die vier operativen Bereiche Reederei „Hansa“, ARKONA Hotel, seetours als Nachfolger der Arkona Touristik und Deutsche Immobilien werden eigenständig marktfähig gemacht – durch eine angemessene Kapitalausstattung, eigene Geschäftsleitungen, beziehungsweise Vorstände wie auch durch abgeschlossene Geschäftsfelder.



Durch Fusion und Beteiligung entsteht die drittgrößte Container-Reederei der Welt.

## AIDA Kreuzfahrtschiffe: neu gedacht ... und umgesetzt!

Die Geschichte der DSR ist eine Schifffahrtsgeschichte. Neben Transportschiffen sind Kreuzfahrtschiffe sehr früh ein Aktivitätsfeld. Horst Rahe erkennt hier mit seinem motivierten Mitarbeiterteam herausragende Potenziale, um ein Segment neu zu interpretieren. Denn bis in die 1990er Jahre haben Kreuzschiffahrten den Ruf, teuer, alt, verstaubt und wenig innovativ zu sein. Kreuzfahrten sind kein typisches Urlaubsprodukt. Es gilt, den Kreuzschiffahrt-Tourismus zu demokratisieren und ihn breiten Schichten der deutschsprachigen Bevölkerung zugänglich zu machen.

Die Entwicklung des völlig neuen „Club-Konzepts auf dem Wasser“, anfangs belächelt und skeptisch beäugt, wird zu einem grandiosen Durchbruch und revolutioniert die Branche bis heute. AIDA – Das Clubschiff“ ist eine Marke „Made in Mecklenburg“. Die Konzeption eines innovativen Leistungs-, Marketing- und Vertriebskonzepts führt ebenso wie die aufsehenerregende Bemalung mit Kussmund, Augen und Wellen schnell zu der Wahrnehmung, dass AIDA ein „Urlaubsmacher“ ist. Mit dem einfachen Begriff „AIDA – Das Clubschiff“ versteht das Publikum den Urlaubsanspruch sofort.

Am 15. August 1994 wird der Bauvertrag – Bezeichnung Neubau 1337 – für das erste Clubschiff der Welt geschlossen. Die AIDA wird innerhalb kürzester Zeit im finnischen Turku, der Partnerstadt von Rostock, gebaut und erschließt für Jahrzehnte ein neues Segment im touristischen Portfolio. Die Mitarbeiterzeitung berichtet: „In einem Jahr wird es ihn geben: den schwimmenden Ferienclub auf Großer

Fahrt. Das Besondere an dem schwimmenden Club wird ein Seereise-Erlebnis sein in legerer, ungezwungener, entspannender, unkonventioneller Clubatmosphäre.“ Die Ausrichtung des Unternehmens ist klar. So erläutern 1994 Gesellschafter, Geschäftsleitung und Konzernbetriebsrat, dass „der Ausbau des touristischen Bereichs, und hier insbesondere auch des Kreuzfahrtbereichs“, Gültigkeit haben. In einer Rede anlässlich der Taufe der CS AIDA (CS steht für Clubschiff) am 7. Juni 1996 wird dieser Anspruch klar

definiert: „Die AIDA ist ein Schiff, welches heutigen Urlaubsvorstellungen einer breiten Schicht der Bevölkerung entgegenkommt. [...] Lassen Sie es für unser Land ein Ansporn sein, dass wir hier in diesem Land in Zukunft nicht sagen müssen, dass unsere größte touristische Investition im Mittelmeer liegt. Sondern, lassen Sie die AIDA als Botschafter touristischer Kreativität Gäste nach Mecklenburg-Vorpommern locken – in Ferienzentren, die einen Ganzjahres-Tourismus ermöglichen, die Ganzjahres-Arbeitsplätze schaf-

fen und die den Namen Mecklenburg-Vorpommern als eines der schönsten und touristisch attraktivsten Bundesländer schätzen lernen.“

Nach der Marktintegration deinvestiert die Deutsche Seereederei im Jahr 2000 das AIDA Engagement über einen Verkauf an die britische Reederei P&O. Die P&O schließt sich 2003 mit Carnival Corporation zur größten Kreuzfahrt-Reederei der Welt zusammen.



Legendär: AIDA – Das Clubschiff.



Stapellauf am 16. Februar 1996.



In der Werft im finnischen Turku.



2001 erfolgt die Umbenennung in AIDA cara.



Seit 2009 auf Rhein, Main und Mosel unterwegs – die A-Rosa Aqua.

Ebenso wie in der Kreuzfahrtbranche ergeben sich ungenutzte Märkte im Bereich des verstaubten und vernachlässigten Flusskreuzfahrt-Tourismus. Dabei werden die Erfahrungen aus dem Kreuzfahrt-Tourismus auf einen vollständig brachliegenden Bereich transferiert. Mit der erfolgreichen Neuentwicklung der Flussschiffahrt wird mit A-ROSA Fluss ab 2002 eine Evolution dieses unbearbeiteten touristischen Zweigs erreicht. Innerhalb kürzester Zeit vervielfacht sich die Flotte der A-ROSA Flusskreuzschiffahrt, indem durch ein neuartiges Reise- und Erlebniskonzept neue Zielgruppen erschlossen werden. Es entsteht ein Pauschalreise-Produkt auf Flüssen. 2007 beteiligt sich die Deutsche Seereederei als einziges explizites Schifffahrtsunternehmen an Scandlines, der größten Fährreederei der Ostsee, da sich im Passagier- und Warenverkehr große Marktpotenziale ergeben. Die Beteiligung wird in 2010 erfolgreich verkauft.

Beeindruckend: Aus einem einzigen Passagierschiff zu Wendezeiten wird eine stolze Flotte und ein vollkommen neuer Markt.



Eines der Fährschiffe der Scandlines.

## Hotels, die Urlaub neu erfinden.

Der Hotelbereich erlebt einen spürbaren Aufschwung, denn hier zeigen sich besondere Marktchancen, die das Wachstum der Unternehmensgruppe sichern. Angefangen mit dem aus dem Bestand der Deutschen Seereederei übernommenen und dann neu gebauten Seemannshotel „Sonne am Neuen Markt“ in Rostock wird ein wichtiges Standbein der DSR aufgebaut. Der Bereich agiert erfolgreich unter dem Namen ARKONA Hotel. Fünf deutsche Stadthotels werden in Vertriebsgemeinschaft mit Steigenberger Hotels ab Mitte der 1990er von ARKONA Hotel bewirtschaftet. 1995 baut ARKONA den ersten Ferienclub Deutschlands für 52 Mio. DM in Bad Griesbach, Bayern. Besonders erfolg-

reich sind in dieser Phase auch drei zur Gruppe gehörenden Premium-Hotels. Das Hotel NEPTUN in Warnemünde kommt auf Initiative von Horst Rahe schon 1995 hinzu. In den Folgejahren transferiert die Unternehmensgruppe das Kreuzfahrtschiff-Konzept „an Land“. Die AROSA Resorts bieten ihren Gästen exklusiven Urlaub in exponierter Lage und mit erstklassigen Angeboten rund um Spa, Kulinarik und Sport. Der Grundstein für die Marke wird 2004 mit der Eröffnung des ersten AROSA Resorts am Scharmützelsee gelegt. Heute gibt es drei Resorts: in Travemünde, Kitzbühel und auf Sylt, mit klaren Wachstumsperspektiven für die Marke in erdgebundenen Top-Reisezielen Europas.



AROSA Sylt.



AROSA Kitzbühel.



AROSA Travemünde.



2013 kommt mit aja eine neue Generation von Wellness-Resorts auf den Markt, die die steigende Nachfrage nach bezahlbarem und erdgebundenen Wellnessurlaub in europäischen Ländern beantwortet. Innerhalb von neun Jahren entstehen sechs aja Resorts, ebenfalls mit starken Wachstumsaussichten.

Oben v.l.: aja Warnemünde, aja Ruhpolding  
Unten v.l.: aja Grömitz, aja Garmisch-Partenkirchen





Ebenfalls in 2013 beginnt die Erfolgsstory der HENRI Hotels: nachhaltig und aus dem Bestand entwickelte Boutiquehotels in größeren Städten, inzwischen an fünf Standorten etabliert. 2022 macht HENRI auch Urlaub und wagt mit dem ersten Haus den Schritt in die Ferienhotellerie.

- 1 HENRI Hotel Hamburg Downtown
- 2 HENRI Hotel Berlin Kurfürstendamm
- 3 HENRI Hotel Wien Siebterbezirk
- 4 HENRI Hotel Düsseldorf Downtown
- 5 HENRI Country House Seefeld Tirol



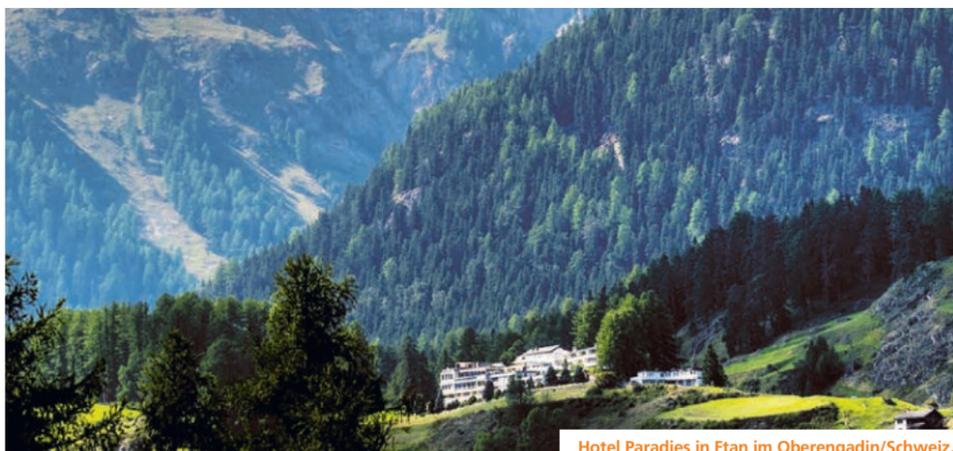
Die Traditionshäuser Louis C. Jacob in Hamburg, das Hotel NEPTUN in Warnemünde und das Hotel Paradies in Ftan/Schweiz werden über die Jahre mit neuen Konzepten zukunftsfähig gemacht.



Hotel Louis C. Jacob in Hamburg an der Elbchaussee.



Hotel NEPTUN in Warnemünde am Ostseestrand.



Hotel Paradies in Ftan im Oberengadin/Schweiz.

## Der Bereich Gewerbliches Real Estate Management & Bauen.

Das Immobiliengeschäft ist von Beginn an ein Teil der Unternehmenstätigkeit. So wird 1993 mit der Modernisierung des 1962 an die Deutsche Seereederei übergebenen „Haus der Schifffahrt“ begonnen. 1994 wird im Rostocker Überseehafen das „Haus der Deutschen Seereederei“ saniert und das Casino, ein modernes Mitarbeiterrestaurant, gebaut. Viele Projekte folgen. Im Auftrag ihrer Schwestergesellschaft baut die Gesellschaft zahlreiche Hotels und Gewerbeimmobilien.

Das zweite Standbein, die DSR Immobilien, hat sich zu einem der führenden Entwickler von Ferienhotel-Immobilien in Deutschland gewandelt. Die Kernkompetenzen der DSR Immobilien an den Standorten Rostock und Hamburg liegen in der Entwicklung und Errichtung von Hotels, Resorts, Ferienimmobilien und möblierten Apartmentwohnungen.



Haus der Schifffahrt – ab 1962 Sitz der Deutschen Seereederei.

## Eine Zeit des Aufbaus.



2008 zieht die Deutsche Seereederei um in die HafenCity in Hamburg, zusammen mit Tochterfirmen, in unmittelbare Nachbarschaft zur Elbphilharmonie.



In der HafenCity sind auch CARLS Brasserie und CARLS Weinbar angesiedelt.

Auf Basis der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung wurden systematisch neue Geschäftszweige, Produkte und Unternehmen aufgebaut, marktfähig gemacht und zum Erfolg geführt. Ergab sich die Chance zum Management-Buy-out oder zum Verkauf am Markt, wurde diese Chance ergriffen, um sich neuen Projekten zuzuwenden.

Als Leuchttürme für diese unternehmerische Philosophie seien hier stellvertretend für viele andere größere und kleinere Gesellschaften genannt: AIDA Kreuzfahrten, ARKONA Hotel – heute arcona Hotels & Resorts, A-ROSA Fluss, Scandlines. Die DSR hat damit direkt und indirekt weit über 10.000 Arbeitsplätze erhalten oder neu geschaffen – ein Weg, der auch künftig fortgesetzt werden soll. ■

## 3. PHASE UMB AU ZUM GREEN TECH HOSPITALITY- AND LEISURE-UNTERNEHMEN · SEIT 2020

Klimawandel, Umweltbewusstsein, Sicherheit, Digitalisierung, demografischer Faktor – das sind nur einige globale Herausforderungen, vor denen die modernen Gesellschaften stehen. Ein „Weiter so“ wird nicht mehr funktionieren und vor allem auch die Akzeptanz der Menschen verlieren. Frühzeitig für die Hospitality-Branche hat sich die DSR nicht nur zu ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bekannt, sondern konkret den

Umbau von einem Tourismus- zu einem Green Tech Hospitality- and Leisure-Unternehmen begonnen. Das Leitmotiv des unternehmerischen Handelns ist deutlich: Die DSR will Umwelt, Menschen, Regionalität und Kulturen stärken – und das Schöne in der Welt bewahren.

### Klarer Kurs: Wachstum.

Nach den beiden für die Branche schweren Corona-Jahren ist die DSR Gruppe einen zukunftsweisenden Schritt gegangen. Die DSR Holding und die DER Touristik – ein Tochterunternehmen der REWE Group – gründen 2021 ein Joint Venture, an dem beide Unternehmen zu je 50 Prozent beteiligt sind. Auf der Immobilienseite hat die Deutsche Seereederei das Schweizer Unternehmen Implenla als 50-prozentigen Joint Venture-Partner in ihr Development-Unternehmen aufgenommen. Ziel des Zusammenschlusses ist es, mit den Marken AROSA, aja und HENRI Hotels Marktführer im umweltfreundlichen und nachhaltigen Tourismus in Europa zu werden.



Die Leistungen unter dem Dach dieser Marken, die zum Teil zu den bekanntesten im deutschsprachigen Raum zählen, werden permanent an die Erfordernisse der Zeit angepasst. Das Angebot an „authentischen Erlebnissen“ sowie zugänglichen und verankerten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vor Ort gehört neben Top-Standorten und einer hohen Servicequalität zu den besonderen Merkmalen dieser Häuser.

### ESG – die Bedeutung der drei Buchstaben

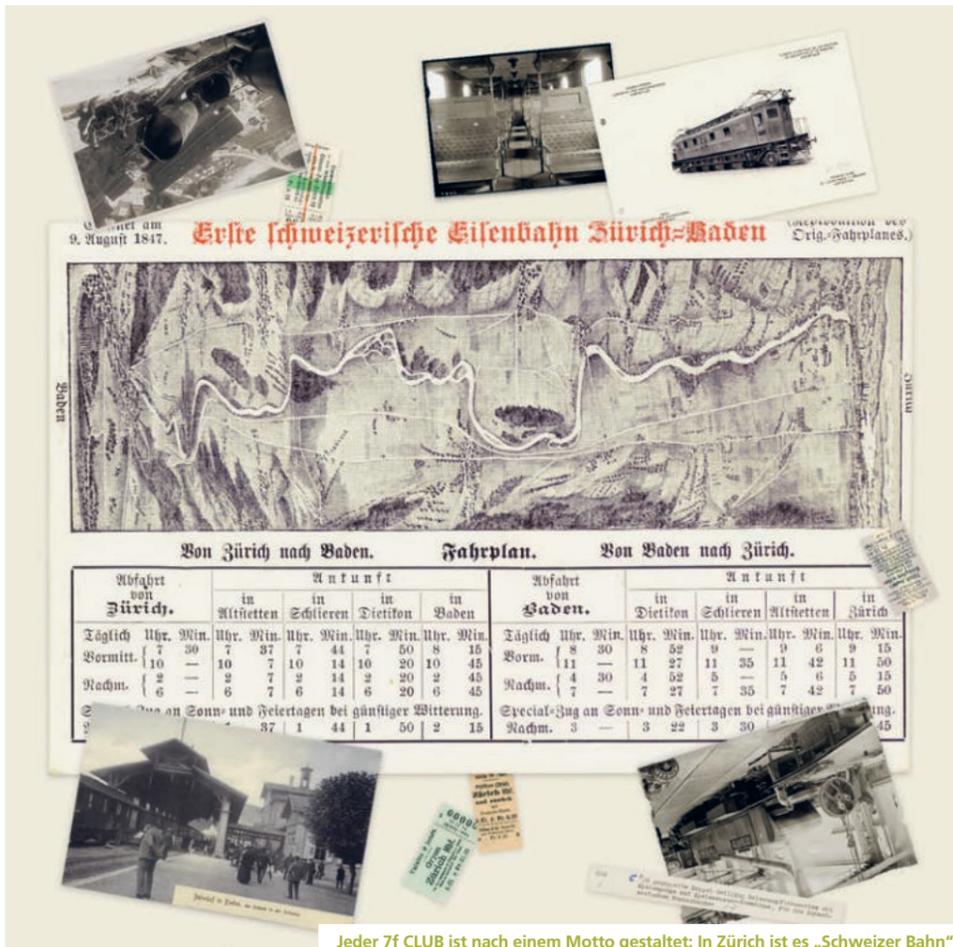
Hinter der Abkürzung ESG steckt eine große Idee: Unternehmen sollen ihre Geschäftsaktivitäten künftig auch mithilfe von nichtfinanziellen Faktoren ausrichten.

- Das „E“ steht hierbei für Environment und umfasst alle umweltrelevanten Themen eines Unternehmens – beispielsweise die effiziente Nutzung von Energie und Rohstoffen.
- Das „S“ steht für Social und bezieht sich auf soziale Themen eines Unternehmens wie die Gewährleistung und Akzeptanz von Gesundheits- und Sicherheitsaspekten oder auch die Diversität der Arbeitnehmer.
- Der dritte Buchstabe „G“ steht für Governance, also für wichtige Aspekte der Unternehmensführung wie Unternehmensethik, Compliance, Transparenz der Unternehmensabläufe oder auch die Rechte der Anteilseigner.

Durch die Bündelung von Kräften durch leistungsbereite Partner werden ambitionierte Ziele im nachhaltigen erdgebundenen Tourismus schnell und wirkungsvoll erreicht.

Dabei steht im Fokus, einen spürbaren Beitrag für umweltfreundliches, nachhaltiges Reisen zu leisten unter Berücksichtigung der ESG-Standards: Umwelt = Environmental, Soziales = Social, verantwortungsvolle Unternehmensführung = Governance.

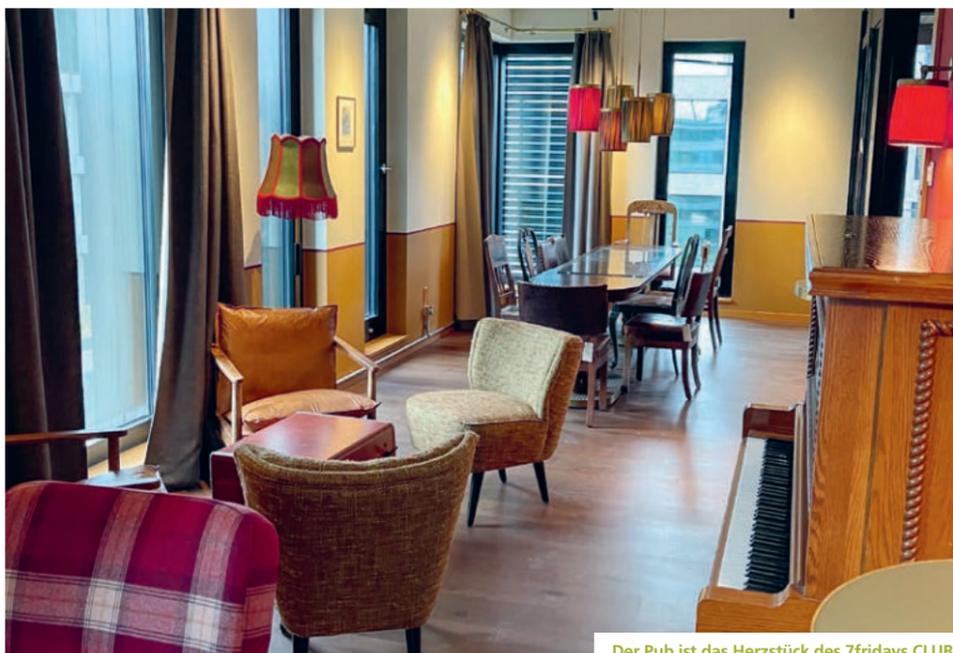




Jeder 7f CLUB ist nach einem Motto gestaltet: In Zürich ist es „Schweizer Bahn“.



Der reale 7fridays CLUB aja City Resort in Zürich.



Der Pub ist das Herzstück des 7fridays CLUB.

## Reale und digitale Welt aus einer Hand.

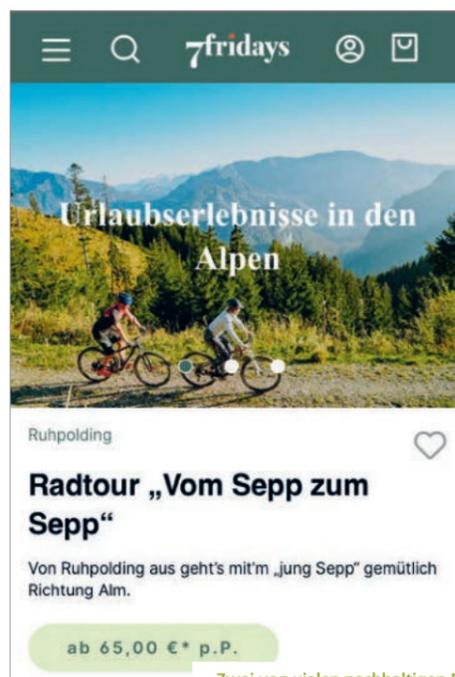
Neben dem Ausbau in der „realen Welt“ hat die DSR ihre Ausrichtung mit einer konsequenten Digitalisierungsstrategie verknüpft: Reisen beginnt heute am Smartphone. Die 2021 gegründete DSR Digital Solutions verbindet Mensch, Natur und Regionen digital. Als digitale Marktplätze der Regionen finden nunmehr Reisende sämtliche authentisch-bewahrenden Möglichkeiten unter einer Adresse: 7f.com

Im Zentrum stehen, außer der Buchung von Übernachtungen und Freizeitmöglichkeiten sowie Serviceangeboten wie Wetterberichte und Sightseeing-Touren:

- Die Bewahrung und der Schutz der Natur.
- Neuartige und ineinandergreifende Tür-zu-Tür-Mobilitätskonzepte mit Bahn, Bussen und Sharing-Angeboten.
- Die Förderung, Integration und authentische Wertschätzung der Menschen und ihrer Aktivitäten vor Ort – über alle Generationen hinweg.
- Die Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden = Wellness & Spa.



Mottogerecht: die Menükarte.



Zwei von vielen nachhaltigen Reise- und Freizeitlösungen, die unter 7f.com angeboten werden.



Um diese Ansprüche zu realisieren, verknüpft die Deutsche Seereederei die analoge und die digitale Welt miteinander und bietet nachhaltige Reise- und Freizeitlösungen aus einer Hand: Anreise mit Bahn und Sammeltaxi, umweltschonende Gebäude, das Erlebnis der Lokalkultur und der verwurzelten Menschen im realen 7f CLUB, naturnahe Ausflüge mit Einheimischen, Buchung eines Strandkorbs auf der Club-App, lokale Mobilität und vieles mehr. Jeder Gast kann sich sicher sein, dass seine Entscheidungen beitragen, „Gutes zu bewahren“. Die DSR arbeitet auch in diesem Bereich mit innovativen Partnern der Digitalbranche zusammen.

der Prämissen von Umweltschutz und Kulturbewahrung fungiert der Club als „Erlebnis-Hub“. Zentrales Element ist der „Experience Desk“ neben gemütlichen Loungebereichen, einem urigen Pub und Gesprächen mit den „Mamas&Papas“, den guten Seelen und Mitarbeitern der Häuser. Hier lassen sich direkt und über den digitalen 7f CLUB authentische Erlebnisse in der Region buchen, die vor allem kleine und mittlere Betriebe stärken. Die Mamas&Papas beraten die Gäste und befragen sie auch hinsichtlich ihrer Erfahrungen im Sinne einer Qualitätskontrolle. Sie agieren auch als Feedback-Geber für die lokale Wirtschaft bzw. bemühen sich um den Ausbau des Experience-Netzwerks (Scouting) durch ihre umfassenden Ortskenntnisse.

## 7fridays CLUB

Im realen „Marktplatz“ der 7fridays CLUBs kommen Urlauber und Einheimische zusammen. Entsprechend

Verantwortungsvolles und zielgerichtetes Wachstum, basierend auf den Prämissen einer Green Tech Hospitality- und Leisure-Philosophie, flankiert die dritte Phase der Unternehmensentwicklung der Deutschen Seereederei.

## Märkte verstehen, analysieren und entwickeln – seit 70 Jahren.

Die Erfolge der Gruppe beruhen nicht auf zufälligen, kreativen Ideenfindungen. Vielmehr beweist der langanhaltende und durchgängig erfolgreiche Track Record eine systematisierte und marktanalytische Konzeptionierung auf Basis fundierter Forschungen

und zukunftsgerichteter Ableitungen – weit über den Moment hinaus.

Ungewohnt für den impulsgetriebenen Zeitgeist unserer Tage, aber wahrscheinlich deshalb so erfolgreich ...

### Impressum

**Herausgeber:**  
Deutsche Seereederei GmbH  
Lange Straße 1a  
18055 Rostock  
www.deutsche-seereederei.de  
rundblick@deutsche-seereederei.de  
**Verantwortlich:**  
Michaela Störr, Deutsche Seereederei

Auflage: 1.755 Exemplare  
Gestaltung: cubusdrei, Düsseldorf  
Druck: HAHN Media + Druck GmbH, Elmenhorst  
Redaktionsschluss: 24. Juni 2022  
**Redaktion:**  
Prof. Dr. Oliver Errichiello: Deutsche Seereederei  
Andrea Freystatzky: Deutsche Seereederei  
Michaela Störr: Deutsche Seereederei