

VERKAUFT UND UMGETAUFT

Das Märchen der Hanseatic im Glück

Manche Leute wechseln ihre Meinung wie ihre Schiffe. Als Axel Bitsch-Christensen den Verkauf der Hanseatic an die Kanadische Home Lines Inc. bekannt gab, war er sehr optimistisch. Er hatte ein offensichtlich gutes Geschäft abgeschlossen und sah entsprechend rosig in die Zukunft. Doch schon zwei Wochen später war von Optimismus keine Spur mehr zu erkennen. Der Wahlhamburger, Geschäftsführer der Deutschen Atlantik Linie, überließ es dem Sprecher der Eigentümergesellschaft des zweiten DAL-Schiffes, „Hamburg“, für die Zukunft die» ses Schiffes Prognosen zu stellen.

Kurt A. Körber, bekannt als fortschrittlicher Industrieller und begabter Sonntagsmaler, versuchte dann auch seine Ansicht mit einer ordentlichen Portion Optimismus unter die Leute zu bringen. Nach dem Motto: „die Hanseatic ist tot — es lebe die Hanseatic“, verkündete er den Entschluß der Eigentümer, die „Hamburg“ in Hanseatic umzutaufen.

Der Namenswechsel wurde mit streng wirtschaftlichen Argumenten begründet. Die Hanseatic, so sagte Körber, hätte so viele treue Passagiere gehabt, die immer wieder auf das Schiff zurückkehrten; die wolle man nicht verlieren. Sie sollen in Zukunft mit der neuen Hanseatic, der früheren Hamburg, fahren, um die Feinheiten des Lebens kennenzulernen.

Diese treuen Passagiere werden sich allerdings wundern: Auf der neuen Hanseatic werden sie für das Vergnügen Ferien auf See ein paar Mark mehr ausgeben müssen, ah es auf der alten Hanseatic üblich war. Denn, so die Begründung, die neue sei mit der alten nicht zu vergleichen.

Zwei Wochen früher war die Begründung für den Verkauf der alten Hanseatic noch: Zwei Schiffe in der Luxüsklasse könnten auf dem europäischen Markt nicht gewinnbringend eingesetzt werden. Nun muß man Verständnis haben für diese plötzliche Mindererschätzung der alten Hanseatic. Ihr neuer Eigner, die Home Lines Inc., hatte sich nämlich entschlossen, den Neuerwerb eben auf dem europäischen Markt einzusetzen. Die alte Hanseatic, die ab 25. September Doric heißen wird, hat bereits einen potenten Vertragspartner in Europa. Vom 25. Mai tis 3. November 1974 wird die Doric für den Reisekonzern Touristik Union International auf Reisen gehen. Je nach Jahreszeit im Nordmeer oder im Mittelmeer.

All das wäre für die Deutsche Atlantik Linie noch zu verkraften gewesen, hätte Touropa, im TUI-Verband zuständig fürs maritime Geschäft, nicht gleichzeitig

angekündigt, daß die Doric- Reisen weit billiger sein würden als die Fahrte*' auf der alten Hanseatic. 30 Prozent weniger, sagt man in München.

Auf diesen Sachverhalt befragt, verlegten sich die DAL-Vertreter aufs Miesmachen. Die Reisen auf der Dorie könne man unmöglich mit dem Programm der neuen Hanseatic vergleichen. Niemand sprach es aus, aber jedermann wußte, was gemeint war: Nur weil die Doric nicht mehr für die Hamburger Reederei fährt, ist sie plötzlich ein Vehikel für den Massentourismus.

Nun, die DAL-Manager haben die Zeichen der Zeit schon früher übersehen. Ein Passagierschiff ist nicht wegen hoher Passagepreise attraktiv, sondern wegen Qualität und der gebotenen Leistung. Die Doric wird für ein paar Millionen Mark modernisiert — so werden die Decks vergrößert und die Aufenthaltsräume renoviert. Sicher werden viele Hanseatic-Kunden ihr Traumschiff trotzdem wiedererkennen. kde ..

ZEIT ONLINE 1973