

HOTELLERIE.



E-Techniker, Betriebswirt –
und vor allem Hotelier:
Rolf Seelige-Steinhoff

Ein Schlitzohr namens Rolf.

Porträt: Rolf Seelige-Steinhoff, Hotelier des Jahres 2015.

TEXT: ANKE PEDERSEN · FOTOS: VINCENT LEIFER

»Hotelier des Jahres 2015« ist Rolf Seelige-Steinhoff, seines Zeichens Chef der Seetel-Gruppe auf Usedom. Doch warum eigentlich? Was bitte macht einen diplomierten Wirtschaftsingenieur zum Hotelier? Ganz einfach: die ebenso konsequente wie erfolgreiche Umsetzung touristischer Visionen.

Ausgerechnet einen Mann haben sie in diesem Jahr zum »Hotelier des Jahres« gewählt, der weder eine Ausbildung im Hotel absolviert hat noch eine in der Küche. Der von sich selbst sagt, er sei zwar »ein sehr guter Gastgeber«, das traue er sich zu. Nicht jedoch die Tätigkeit eines Hotelfachmanns oder Kochs. »Neel!«, lacht Rolf Seelige-Steinhoff (RSS). »Da bin ich sicher nicht der typische Hotelier.«

Gerade diesem Umstand aber dürfte es geschuldet sein, dass sich der Chef der Seetel-Gruppe auf Usedom den begehrten Branchen-Oskar ganz besonders verdient hat. Denn welcher »typische Hotelier« ist schon Inhaber je eines Hochschuldiploms in Elektrotechnik und BWL? Welcher typische Hotelier ist zusätzlich zu seinem Job als »Vater der Kompanie« (RSS) auch noch Touristiker, Bauherr, Planer von Machbarkeitsstudien, Betreiber einer Privat-Brauerei, Mitbegründer und Förderer eines internationalen Sinfonieorchesters (»Baltic Sea Youth Philharmonic«), aktiv engagiert in Verbänden wie Dehoga, IHA, IHK und DIHK?

»Ich bin Workaholic«, gibt RSS zu. Entsprechend voll ist der Kalender des 51-Jährigen, der, wenn er spricht, gleich ganze Story-Salven abfeuert. Jede Minute ist kostbar! Erledigt wird, was auf den Tisch kommt. Was weg ist, ist weg! »Eine halbe Stunde für ein Porträt wird ja wohl reichen?«

RSS selbst weiß, dass sein Tempo »unglaublich« ist und für so manchen auch »anstrengend«. Aber so ist nun mal das Geschäft, ganz besonders, wenn man so viele Ideen hat wie er. Nein, falsch! RSS hat nicht nur Ideen und Visionen; vor allem hat er den Anspruch, diese in Perfektion zu realisieren. In seinem Einfallreichtum erinnert der heute größte Arbeitgeber auf Usedom dann ein wenig an den US-Serien-Helden MacGyver: Gib ihm eine Büroklammer und eine Kugelschreibermine, und er macht selbst das scheinbar Unmögliche möglich.

Vor allem aber tut er dies mit einer Chuzpe und Schlitzohrigkeit, bei der es niemals Verlierer zu geben scheint. Im Gegenteil: Am Ende gewinnen alle. Die heute – nicht zuletzt dank der Familie Seelige-Steinhoff – als touristisches Sehnsuchtsziel gehandelte Insel Usedom ist da nur eines von vielen Beispielen.

Erstmals drauf an kam es für RSS 1984. Damals, als er zusammen mit seiner Mutter das Familienunternehmen abwickeln musste. Über vier Generationen hatten die Seelige-Steinhoffs Schuhe produziert. Dann erlitt Vater Burghardt einen Herzschaden, war plötzlich berufsunfähig – und Mutter und Sohn standen vor einem Berg von Aufgaben. Darunter: mehrere Mietverträge mit Laufzeiten von mehr als zehn Jahren.

»Da habe ich das Verhandeln gelernt«, lächelt RSS, damals gerade 21 Jahre alt. Denn im Gespräch mit dem Vermieter habe er schnell gemerkt, dass dieser mit Logik nicht zu erweichen war – »rechtlich hatte er die bessere Position«. Also änderte RSS seine Strategie, ging auf die menschliche Schiene, das tragische Schicksal seines Vaters – und verabschiedete sich kurz darauf mit der Einigung auf drei Monatsmieten und das Stellen eines Nachmieters.

Studium der E-Technik und BWL

Auch während seines Studiums an der Technischen Hochschule Aachen läuft der 1963 im nordrhein-westfälischen Beckum geborene RSS regelmäßig zu Höchstform auf. Spätestens nach dem Vordiplom in Elektrotechnik reicht ihm die schiere Theorie nicht mehr aus. Zwar sei das Ingenieursstudium »wirklich brutal« gewesen. Weil er aber »was mit Menschen« machen will, studiert er fortan auch noch BWL. Mehr oder weniger zumindest.

»Im Vergleich zu E-Technik war BWL ein Schongang«, plaudert RSS. »Da konnte ich mich ganz leicht einarbeiten.« Vor allem habe er einen Weg gefunden, viel Zeit zu sparen: »Wissen Sie, wie man eine Prüfung mit nur einer Vorlesung absolvieren kann?«, fragt er lachend. Man setze sich in der ersten Vorlesung in eine der vorderen Reihen und stelle sicher, dass der Pro-



Berufswunsch: was mit Menschen; heute leitet Rolf Seelige-Steinhoff mehr als ein Dutzend Hotels

fessor einen einmal gesehen hat. Dann suche man sich ein Mädel mit einer leserlichen Handschrift und biete ihr einen Deal: »Du gibst mir all deine Vorlesungsmitschriften, dafür lade ich dich am Semester-Ende zum Essen ein.«

Wer RSS zuhört, merkt schnell, warum er mit derartigen Schlitzohrigkeiten durchzukommen pflegt: Der Mann ist ein großartiger Verkäufer. Einer, der in sehr kurzer Zeit, sehr ruhig, sehr akzentuiert und analytisch zu überzeugen weiß. Dabei absolute Verlässlichkeit ausstrahlt – und eben dieses augenzwinkernde Versprechen: Nicht nur Erfolg werden wir haben, sondern auch großen Spaß!

Von ungefähr kommt dieses Selbstbewusstsein nicht: Rolf Seelige-Steinhoff kommt ganz nach seinem Vater, hat viel von ihm gelernt. Vor allem, als dieser 1991 seinen wahrscheinlich größten Coup landete. Schon in den 1960er- und -70er-Jahren hatte sich der umtriebige Senior mit zahlrei-

chen Beteiligungen und Beratungen an Gewerbeimmobilien im Tourismus engagiert; nun bat ihn eine Investorengruppe um eine Machbarkeitsstudie für eine ehemalige Gewerkschaftsferienanlage auf Rügen.

Aus Gastspiel wird Selbstläufer

So weit, so normal. Nachdem Burghardt Seelige-Steinhoff das Nachwende-Rügen aber besucht und dessen Potenzial erkannt hatte, mochte er sich mit der Rolle des Beraters nicht länger zufriedengeben. Er wollte machen. Dass er damit nur einer von 30 potenziellen Investoren war – geschenkt! Beim Schaulaufen um das Projekt hörte BSS sich an, was seine Mitbewerber zu bieten hatten. Lauschte aufmerksam, warum es wohl viele Jahre dauern würde, hier etwas aufzubauen. Und versprach dann seinerseits eine Eröffnung binnen weniger Wochen. Während dem Sohn noch der Atem stockte – »Vater, das ist un-

möglich: Wir haben weder Bettwäsche noch Mitarbeiter oder sonst irgendwas« –, nahm die Gemeinde Binz freudestrahrend an.

Der Rest ist Geschichte. Denn natürlich lieferte Seelige-Steinhoff Senior und statuierte damit ein Exempel: Fortan rannten die Investoren dem Erfolgsgaranten buchstäblich die Bude ein, nicht nur auf Rügen, sondern auch auf Usedom. Und was für den Junior, der 1992 endlich beide Diplome in der Tasche hatte, eigentlich nur als kurzes Gastspiel zur Unterstützung des Vaters gedacht war, entwickelte sich zum Selbstläufer.

Mit Übernahme des Ahlbecker Hofes als dem ersten eigenen Objekt gründeten die beiden 1992 die Seetel Hotels GmbH & Co. Betriebs KG. Eigentlich wollten sie aus dem Haus ein Luxushotel machen. Doch mit dem Neptun in Warnemünde gab es schon ein 5-Sterne-Haus in Mecklenburg-Vorpommern. Und noch ein zweites so kurz nach der

»Vater, das ist unmöglich: Wir haben weder Bettwäsche noch Mitarbeiter oder sonst irgendwas.«

Wende? Also entschieden sie sich für einen Brand und positionierten das Haus als Ringhotel. »Das passte wie die Faust aufs Auge«, sagt RSS, »denn so behielten wir unsere Individualität, konnten uns aber ein Markenversprechen überstülpen. Überdies haben wir beim Einkauf profitiert und hatten auch noch Regionalschutz.«

Ende der Beteiligungen auf Rügen

Als es im Zuge weiterer Investitionen auf den beiden Inseln zum Schwur kam – Stichwort: Konkurrenzausschlussklauseln –, stießen Vater und Sohn alle Beteiligungen auf Rügen ab und konzentrierten sich ab 1994 nur noch auf »die Sonneninsel«. Keine schlechte Entscheidung, denn die Treuhand hatte noch einiges aus dem ehemaligen Vermögen der »Handelsorganisation«, was sie der Seetel Gruppe zur Abwicklung überließ. So kam ein Hotel nach dem nächsten hinzu, und die Idee, die klassische Bäderarchitektur der Insel wieder aufleben zu lassen, nahm immer deutlichere Formen an.

Da die meisten Seetel-Häuser anfangs sehr klein waren, der Pommersche Hof in Heringsdorf etwa hatte nur 39 Zimmer, kauften die Seelige-Steinhoffs umliegende Objekte sukzessive dazu. Und so wuchs nicht nur das touristische Angebot der Gruppe Jahr um Jahr an – sondern auch eine Privatbrauerei, ein Spa und demnächst sogar eine Kaffeerösterei ergänzen das Portfolio. Gleichsam als »saisonverlängernde Maßnahmen« (be-)förderte RSS zudem grenzüberschreitende Kulturveranstaltungen wie das Usedomer Musikfestival, die Literatortage und die »Grand Schlemm Gourmet-Meile«.

Ein Ende seines Ideenflusses ist nicht absehbar. Im Gegenteil. Unter Hochdruck arbeitet RSS derzeit daran, auf seiner Insel ein weiteres Exempel zu statuieren: In Zukunft will er jeder Zielgruppe zwischen null und 99 Jahren ein eigenes Ferienobjekt anbieten. Eine Premiere, deren Vorhang sich spätestens 2016 heben soll. Dann ist er nicht nur mit der Realisierung seiner beiden neuesten Projekte fertig: dem für junge Familien mit Kindern ab zwölf Jahren geplanten Grandhotel



Unersättlich: Der gebürtige Münsterländer plant neben Hotels auch eine Kaffeerösterei

Kaiserstrand und dem Mare Balticum in Hinsin. Dann wird aus dem Waldhof Trassenheide ein Hotel ausschließlich für Kinder zwischen null und zwölf Jahren werden. »Unsere kleinen Gäste dürfen dann entscheiden, ob ihre Eltern oder Großeltern mit dabei sein dürfen oder nicht.«

Parallel dazu arbeitet seine Familie – und dazu zählt RSS nicht nur seine Mutter und seine Ehefrau, sondern als »erweiterte Familie« auch alle Seetel-Mitarbeiter – am neuen Markenkern der Gruppe: ihrer Vision. Die Oberbegriffe stehen schon fest, jetzt gilt es, »Liebe«, »Respekt« und »Sinn« in eine alltagstaugliche Strategie zu verwandeln.

Dass Rolf Seelige-Steinhoff vielleicht noch 30 Jahre hat, findet er schlicht empörend! »Das ist zu wenig, ich habe noch so viele Ideen, da brauche ich noch mindestens 40 oder 50 Jahre.« Frühestens dann übergibt er an seinen Sohn. Dieser, so der stolze Vater, sei zwar erst zwölfdreiviertel. Sehe sich aber schon heute »in der angenehmen Pflicht, das Unternehmen zu übernehmen«. 📄

Seetel Hotels

Gründung: 1992

Geschäftsführender Gesellschafter:

Rolf Seelige-Steinhoff

Portfolio auf Usedom:

- Sechs 3- bis 5-Sterne-Hotels
- Sechs Ferien-Residenzen (3) und -Villen (3)
- Privatbrauerei »Usedomer Brauhaus« mit Braugasthaus
- Orientalische Wellnessoase »Shehrazade«

Portfolio auf Mallorca:

- Hotel Bahia del Sol
- Café Katzenberger

In Planung (Usedom):

- Grandhotel Kaiserstrand mit 130 Hotelzimmern (Investition: 36 Millionen Euro) und Mare Balticum Suite Resort mit 70 Suiten und Apartments (18 Millionen Euro) an der Strandpromenade in Bansin
- Kaffeerösterei

Umsatz 2014: 28,1 Millionen Euro

Auslastung 2014: 69,2 Prozent – 98 Prozent deutschsprachige Gäste

Mitarbeiter: 415