

URL: http://www.welt.de/welt_print/article3162848/Grosse-Schlafsaele-haben-ausgedient.html

[Bilder ein-/ausblenden](#)

[Artikel drucken](#)

Große Schlafsäle haben ausgedient

Von Maren Osterloh 7. Februar 2009, 02:42 Uhr

Die Idee der Jugendherberge ist 100 Jahre alt. Doch die Häuser müssen mit der Zeit gehen, um eine Zukunft zu haben. Noch macht das Image Probleme

Mario Krogulec sieht aus wie ein Gast. Mit seiner modischen Jeans, dem grauen Sweater und den langen Haaren, die ihm lässig über die Ohren fallen, geht er locker als Rucksacktourist durch. Doch der 35-Jährige ist Herbergsvater. "Lieber Hostelmanager", sagt Krogulec, der den veralteten Begriff nicht mag. Gemeinsam mit Jenny Busch leitet er seit 2007 die Jugendherberge Berlin-Wannsee. Seine Kollegin ist allerdings zurzeit nicht da, sondern reist durch Malaysia. "Anregungen holen", sagt Krogulec. Er selbst tourt lieber mit dem Rucksack durch Argentinien.

Einige Kilometer weiter nordöstlich vom Wannsee sitzt Christian Naumann, Leiter der Jugendherberge International im Herzen Berlins. Eine ungewöhnliche Karriere. Vorher organisierte er größere Firmenevents. "Eines Tages rief ein Headhunter an und fragte, ob ich mir auch vorstellen könnte beim Deutschen Jugendhergswerk (DJH) zu arbeiten", erinnert er sich. Der Mit-Dreißiger mit dem modischen Bärtchen sah sich bereits mit Wollpulli und Gitarre in einer Herberge sitzen. Doch dann schaute er sich ein Haus an und wagte den Neuanfang. Bereut hat er ihn bis heute nicht.

So wie Naumann, Busch und Krogulec will das DJH eigentlich sein: Modern, jung und immer up to date. Angesichts einer sich verändernden Kundschaft mit höheren Ansprüchen - weg von Klassenfahrten, hin zu Familien, Backpackern und Tagungsgästen - muss sich die 100 Jahre alte Institution wandeln.

Doch der Spagat zwischen Schlafsaal und Familienappartement, Erlebnispädagogik und Wlan-Hotspot ist beschwerlich. Zu allem Überfluss hat das Bundespatentgericht Ende Januar angeordnet, die Marke "Jugendherberge" aus dem Register der schützenswerten Marken zu löschen. Ausgerechnet im Jubiläumsjahr des DJH hatte A&O Hotels and Hostels, ein Wettbewerber des DJH im Billig-Übernachtungs-Segment, nach fünf Jahren Rechtsstreit einen Richterspruch zu seinen Gunsten erzielt.

Das DJH nimmt das Urteil offiziell gelassen, will aber Widerspruch einlegen. "Man kann den kommerziellen Anbietern nicht kampflos das Feld überlassen", sagt DJH-Geschäftsführer Bernd Dohn. Diese juristische "Bescherung" im Jubiläumsjahr sei unerfreulich. Aber: "Wenn alle so heißen wollen wie wir, können die Jugendherbergen ja so schlecht nicht sein."

Trotzdem wird die Konkurrenz nicht müde, auf das altbackene Image der Jugendherbergen zu verweisen. "Der miefige Charakter ist schwer wegzukriegen", sagt Nizar Rokbani, Mitgründer der Meininger-Hostels, die dieses Jahr immerhin auch schon zehnjähriges Jubiläum feiern. Dennoch wollen natürlich auch die DJH-Konkurrenten unter dem Begriff "Jugendherberge" gefunden werden, wenn sich die Backpackergemeinde durch Hotel- und Hostelangebote im Internet klickt. Der Meininger-Chef hat auch ein wenig Anerkennung für die Konkurrenz übrig: "Seit wir da sind, bewegen die sich endlich."

Tatsächlich begann das Umdenken beim DJH in den 80er-Jahren. Aufgeschreckt durch den Einbruch der jährlichen Übernachtungszahlen von knapp elf Millionen auf etwa 8,5 Millionen von 1978 bis 1988 mussten neue Konzepte her. Schließlich finanziert sich das als Verein organisierte Herbergswerk weitgehend aus Mitgliedsbeiträgen und Betriebseinnahmen.

Das Ergebnis der Überlegungen: Die Häuser werben nun verstärkt um Familien und Individualreisende. Gleichzeitig begannen sie sich zu spezialisieren.

1989 entstand etwa die erste von 17 Umweltjugendherbergen im bayrischen Prien. Diese Häuser vermitteln nicht nur umweltpädagogisches Wissen, sie versuchen es auch umzusetzen - etwa durch Verzicht auf chlorhaltige Reinigungsmittel oder den Einkauf von Gemüse aus der Region. "Die besonderen Stärken der einzelnen Häuser wurden noch mehr herausgearbeitet", erklärt Knut Dinter, der für das DJH-Marketing im Hauptverband zuständig ist. Inzwischen gibt es Familien-, Sport-, Kultur- und Wohlfühlprofile.

Die Veränderungen lassen sich an den Zahlen ablesen. Zwar machen Schüler auf Klassenfahrt immer noch den Großteil der Gäste aus - doch ihr Anteil liegt nur noch bei 41 Prozent. Vor rund 30 Jahren waren es noch 53,5 Prozent. Die öffentlich geförderten Erholungsfreizeiten, in denen zum Beispiel Großstadtkinder zum Ausspannen aufs Land fahren, sind längst ganz weggefallen. Immerhin ein Viertel aller Gäste machten früher solche staatlich geförderten Fahrten aus. Die zwei am stärksten wachsenden Gruppen sind nun Familien und Tagungsgäste.

Das kann auch Mario Krogulec für seine Wannsee-Herberge bestätigen. Fast ein Drittel seiner Gäste sind Familien. Seit April vergangenen Jahres gibt es für deren Bedürfnisse zwei neue Apartments. Mit zwei Bädern, drei Schlafzimmern, einer modern eingerichteten Küche und einem auf zwei Ebenen aufgeteilten Wohn- und Essbereich bieten die neuen Wohnungen den Familien vor allem Unabhängigkeit. In den Tagungsräumen, die mit Flipchart und Beamer ausgestattet werden können, bilden sich Azubis der Drogeriekette Rossmann, Englisch-Abiturienten oder Personalmanager weiter.

Solche Gäste sind mit Früchtetee in Edelstahlkannen, Klo auf dem Gang oder grau-kratzigen Überdecken nicht mehr zufrieden zu stellen. Selbst die eher als anspruchslos geltenden Backpacker aus aller Welt, die Christian Naumann beherbergt, wollen Dusche und WC auf dem Zimmer haben.

Rucksacktourist Marc aus Australien könnte sich auch ein Hotel leisten, aber er mag die multikulturelle Atmosphäre im Berlin International nahe am Potsdamer Platz. Ein 16-Betten-Zimmer muss trotzdem nicht sein. Marc schätzt sein eigenes Bad und den WLAN-Hotspot für seinen Apple.

Die gestiegenen Ansprüche spürt auch die Konkurrenz. "Unser neues Hotel am Lehrter Bahnhof in Berlin wird mit Klimaanlage ausgestattet", sagt Meininger-Chef Rokbani. Zudem versuchen viele private Hostels, die in Berlins angesagten Stadtteilen fast an jeder Ecke zu finden sind, mit modernem Ambiente und Club-Atmosphäre zu punkten.

"Das DJH ist eben 100 Jahre alt. Es braucht Zeit, bis sich das Bild in den Köpfen der Menschen verändert", sagt Herbergsleiter Krogulec zu den Vorurteilen, die viele noch haben. "Dass wir hier einen riesigen Flachbildfernseher im Gemeinschaftsraum, eine Bar oder ein Internetterminal und Hotspot für WLAN haben, kann sich kaum jemand vorstellen."

Krogulec kennt beide Seiten. Er arbeitete acht Jahre bei einer kleineren Hostelkette in Berlin. Da werde geworben wie bei den Billigfliegern, sagt er mit Blick auf die Übernachtungspreise für zwölf Euro. Die gäbe es dann aber auch nur für den 16-Betten-Schlafsaal ohne WC. Und Bettbezüge zahle der Gast extra. In der Jugendherberge kostet eine Übernachtung im Durchschnitt 16 Euro.

Ihm habe bei der privaten Konkurrenz die pädagogische und soziale Idee gefehlt: "Behindertengruppen wurden zum Teil am Telefon abgewimmelt, weil sie nicht zum hippen Ambiente der Backpackerszene passen." Doch natürlich habe die Struktur der privat organisierten Hostels auch Vorteile. Die seien einfach spontaner und könnten schneller reagieren. "Behördenstruktur", nennt Meininger-Chef Rokbani den

Aufbau des DJH.

Allerdings hinkt der Vergleich auch zwischen den hippen privaten Hostels in den Großstädten und den fast 340 Jugendherbergen von Borgwedel bis Morsbach. "Die Konkurrenz betreibt Rosinenpickerei in den Großstädten", sagt DJH-Geschäftsführer Dohn.

Christian Naumann ist einer der Rosinenpicker unter den DJH-Herbergslleitern. Seine Jugendherberge International hat eine Auslastung von über 80 Prozent. Davon sind kleinere Häuser in der Provinz weit entfernt. Viele können sich über die Wintermonate mit Aufräum- und Sanierungsarbeiten beschäftigen. Doch auch hier gibt es Veränderungen. Die großen Schlafsäle mit zehn Betten und mehr haben überwiegend ausgedient. Größere Einheiten werden zu Zweibett-Zimmern mit Bad/WC.

Eine gute Nachricht für Nostalgiker: Das Sechsbettzimmer mit Toilette auf dem Gang wird wohl dennoch nicht aussterben. "Die jüngeren Klassen und die Low-Budget-Reisenden wollen gar nichts anderes", sagt Krogulec.
