

# Andrang im Schlafsaal: Hostels profitieren von der Krise

Von Carmen Pförtner, dpa | 17.09.2010, 07:08

**Düsseldorf.** Ein knallig bunter Plastikkronleuchter spendet gemütliches Licht, kleine Töpfe mit lila Stiefmütterchen zieren die schlichten Holztische im Esszimmer.

Mit solchen individuellen Details punkten kleine, inhabergeführte Hostels bei ihren Gästen. Bei den großen Ketten steht der Preis im Vordergrund - den zunehmend auch Geschäftsreisende schätzen.

Vor sieben Jahren eröffnete Patrick Lange-Böhmer das erste Hostel in Düsseldorf - klein und familiär mit nur 27 Betten. Seit einigen Jahren drücken immer mehr Hostels und Billig-Hotels auf den deutschen Markt. Um 115 Prozent ist die Zahl der Hostels der Marketinggesellschaft Dicon zufolge im Jahr 2009 gewachsen. Bei den anderen Beherbergungsbetrieben wurde nur ein Plus von 6,2 Prozent registriert. «Dieses Wachstum wird rasant weitergehen», vermutet Anke Kleiner vom Hotelverband Deutschland (IHA).

Im Gegensatz zu klassischen Hotels mit eigenem Bad und Zimmer setzen Hostels auf Gemeinschaft: Gruppentoiletten- und Waschräume, Schlafsäle, große Küchen und Aufenthaltsräume lassen wenig Privatsphäre zu. Die großen deutschen Hostel-Ketten A&O und Meininger, die laut Dicon in den vergangenen zwei Jahren ihr Bettenangebot mehr als verdoppelten, gehen einen Mittelweg: Sie bieten sowohl Hostel- als auch Hotel-Leistungen - je nach Geschmack und Geldbeutel.

Damit folgen sie der seit Jahren wachsenden Budget-Hotellerie, die zugunsten des Preises «reduzierte Serviceleistungen» anbietet, wie Dicon schreibt. Es fehlt beispielsweise der Wäschedienst, der Zimmerservice oder der Fön im Bad - teure Leistungen, die ein Geschäftsreisender nicht unbedingt braucht.

Im Hostel A&O müssen sogar Handtücher und Bettwäsche zugebucht werden. «Damit wird das Angebot individualisiert und damit günstiger», erklärt Kristin Paufler, Managerin im Düsseldorfer A&O. Speziell junge Geschäftsleute würden dieses Angebot oft nutzen. «Die Backpacker brauchen dagegen noch nicht einmal Bettwäsche, die haben ihren Schlafsack dabei.»

Mit nur zwei Hostels ist Düsseldorf im Vergleich zu anderen Großstädten eher dünn besetzt. In Berlin, der Geburtsstätte der Hostelbewegung in Deutschland, hat sich die Zahl der Häuser in den vergangenen vier Jahren auf weit über 100 verdoppelt. Die Wirtschaftskrise ist ein Grund für diese Entwicklung: «Wir profitieren ganz klar von der Krise», sagt Thorsten Lemke, Sprecher der Hostelkette A&O. Besonders Geschäftsleute seien eine neue

Zielgruppe. «Viele sind einfach nicht mehr gewillt, teures Geld für vier Sterne auszugeben.» Im Meininger Hostel am Berliner Hauptbahnhof machen Business-Gäste über 15 Prozent der Buchungen aus.

Die kleinen, inhabergeführten Hostels schlagen einen anderen Weg ein. Ihre Zielgruppe sind ganz klar die jungen Rucksacktouristen. «Ich hab damals eine Nische gesehen und ausgenutzt», erklärt Lange-Böhmer, Inhaber des «backpackers Düsseldorf». Das Hostel läuft gut, die mittlerweile 63 Betten seien kontinuierlich gebucht. «Es ist verdammt klein hier, dafür gemütlich», sagt der 24-jährige Spanier Sergio. Gemeinsam mit seinem Kumpel reist er in zehn Tagen von Berlin nach Italien, mit Zwischenstopp in Düsseldorf.

Die Konkurrenz, das Hostel A&O, bereitet dem Inhaber allerdings keine Kopfschmerzen: «Ich vermisse die Geschäftsleute ehrlich gesagt gar nicht. Die wollten eh nur ein Bett zum Schlafen. Die Backpacker suchen dagegen eher ein zweites Zuhause und machen es sich gemütlich hier.» Das sieht die 32-jährige Makiko Mula auch so. Die Japanerin hat einen Job in Düsseldorf gefunden, als Kellnerin in einem Restaurant. Und wohnt jetzt erst einmal im «backpackers».

---

[www.az-web.de/sixcms/detail.php?template=az\\_detail&id=1409414](http://www.az-web.de/sixcms/detail.php?template=az_detail&id=1409414)