

HOSTELMÄRKTE IN EUROPA WACHSEN WEITER

Gutes Geld mit wenig Einheiten

Die Autoren Robert Wissmath und Roland Schwecke sind Geschäftsführer der Beratungsgesellschaft DICON und Experten für die Entwicklung von Hostelmärkten in Europa.

Wieder einmal sind Hostels in den Fokus gerückt: Der Konzern A&O fand mit der Texas Pacific Group einen strategischen Investor. Die ist nicht überraschend, schließlich sind Hostels ein Segment mit erstaunlich hohem Marktwachstum, obwohl sie vor mehr als 15 Jahren wie aus dem Nichts erschienen. Die Story hält an: Anfang 2017 wurden 54 Prozent mehr Hostelbetriebe gezählt als fünf Jahre zuvor. In neun der zwanzig untersuchten europäischen Hauptstädte stieg die Zahl der Betriebe über 30 Prozent. In Barcelona wurden rund 45 Prozent, in Lissabon sogar 74 Prozent mehr Hostels identifiziert als in 2012, in Paris rund 14 Prozent. Demgegenüber wuchs das Angebot in Berlin nur noch um rund neun Prozent, hier scheint der Markt langsam eine Sättigungsgrenze erreicht zu haben.

Zum Geschäftsmodell Hostel: Aufgrund des vergleichsweise niedrigen Standards und der besonderen Bettenstruktur ist es auch mit kleineren Betrieben möglich, rentabel zu wirtschaften. Verfügt ein Hotel mit hundert Zimmern üblicherweise über 200 Betten, so kann ein Hostel mit 25 Zimmern durchaus auf die gleiche Bettenkapazität kommen. Die immobilienwirtschaftlichen Implikationen liegen auf der Hand: Bei der baulichen Erstellung werden rund 75 Bäder eingespart, Nebenflächen werden kleiner, der Baukörper ist kompakter, durch das Modell des Dorms (Mehrbettzimmer mit vier und mehr Betten) lässt sich das Konzept an vorhandene Raumgrößen anpassen.

Als Nachfolger der Pensionen wurden Hostels deshalb seit 1990 zu Spezialisten der Umwandlung. So sind für ein Marktwachstum dieses Segments besonders immobilienwirtschaftliche Situationen förderlich, in denen Konversionsobjekte unterschiedlicher Größen verfügbar sind. Berlin war dafür lange Jahre ein idealer Standort. Hier hat sich die Situation durch den mittlerweile engen Immobilienmarkt und die Preissteigerungen allerdings wesentlich geändert, was sich auch am zurückhaltenden Wachstum des Segments ablesen lässt.

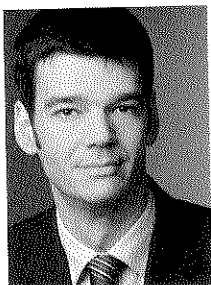
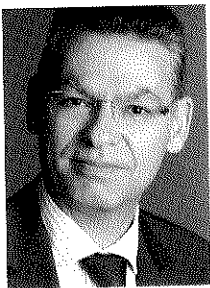
Wenn man das Wachstum in betrieblichen Einheiten ausdrückt, kann es als Indikator für die Verfügbarkeit von Gebäuden (Immobilien) gelesen werden, während das Bettenwachstum diesbezüglich nur begrenzt Aussagekraft besitzt: Oftmals verfügen

die großen Player über Kapazitäten von 500 und mehr Betten. Wenn beispielsweise zwei derartige Betriebe an einem Standort hinzukommen, entstehen exorbitante Wachstumszahlen bezüglich der Bettenkapazitäten, obwohl vielleicht nur zwei geeignete Konversionsobjekte verfügbar waren. Ein typisches Beispiel ist das A&O City in Hamburg mit einer Kapazität von rund 2.000 Betten.

Die Verfügbarkeit von Objekten bezieht sich bei touristischen Immobilien üblicherweise auf städtische Lagen, die meist unweit von den zentralen touristischen Zielen gelegen sind. Bei unserer Recherche wurde allerdings deutlich, dass sich neue Hostels in manchen Städten nicht mehr nur in den diesen touristischen Kernbereichen befinden. In London beispielsweise werden Bereiche wie Heygate, Woodbury, Shoreditch und andere erschlossen. Hier zeigt sich eine neue Entwicklung, die mit der enormen Zunahme des touristischen Aufkommens und des städtetouristischen Aufkommens in Verbindung gebracht werden kann: Tourismusströme müssen sich mehr verteilen, um dem Bedarf der Reisenden und den Wünschen der städtischen Bevölkerung gleichermaßen gerecht zu werden. Außerdem verändert sich die Vorstellung von touristischen Zielen – ein Trend, der von Playern wie Airbnb befördert wurde, nämlich die Verschiebung der touristischen Aufmerksamkeit hin zur städtischen Normalität. „Living like Locals“ war der diesbezügliche Slogan des Unternehmens, der sich einmal auf den städtischen Alltag, aber auch auf die alltägliche Situation des touristischen Wohnens bezog und den Zeitgeist eines großen Bereichs des aktuellen Reiseverhaltens traf.

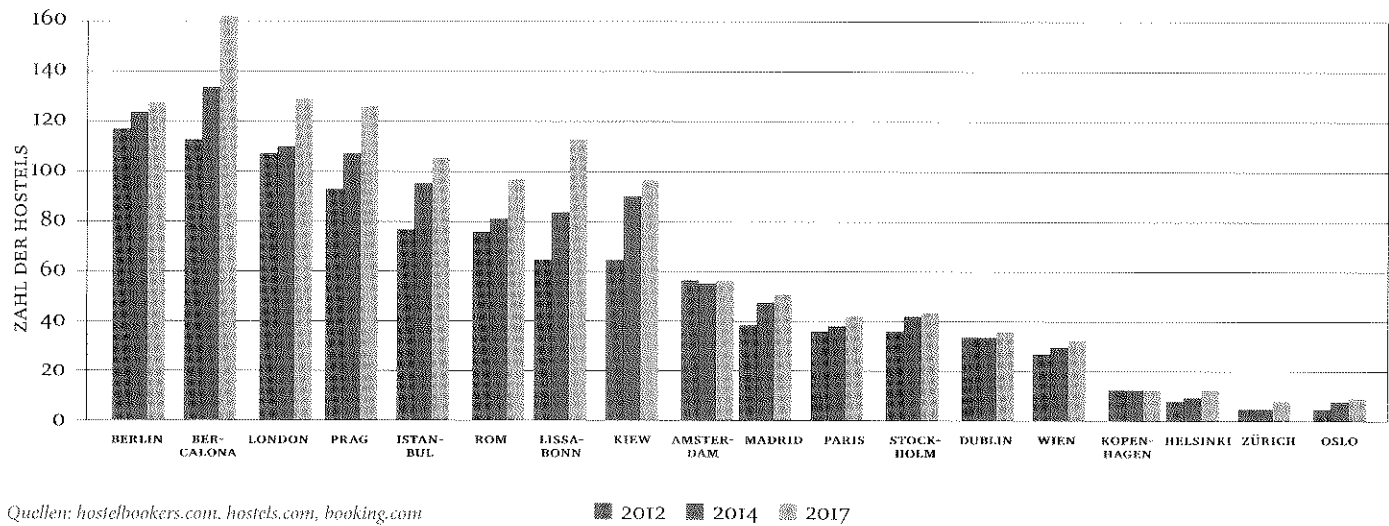
Weil Hostels in ihrer Geschichte häufig touristische Pionierbetriebe touristischer Mobilität waren und heute noch sind, können sie solche Trends frühzeitig adaptieren und tragen zur touristischen und immobilienwirtschaftlichen Entwicklung neuer touristischer Spots bei. Auch Airbnb stieß in diese Lücke und ermöglichte einer Vielzahl von Anbietern kleinteiligere Strukturen noch dezentraler aufzubauen, als es den Hostels möglich war. Wie unsere Untersuchung der Entwicklung von Airbnb aus dem Jahr 2012/2013 zeigte, waren in Berlin 89 Betriebe in pensionsähnlicher Größe (mit einer Größe mit neun Betten und mehr), rund ein Drittel dieser Anbieter arbeiteten mit mehr als einem Inserat, der größte Anbieter verfügte damals schon über rund 315 Betten. Dass Berlin kein Einzelfall war, zeigten Daten aus New York und anderen internationalen Destinationen.

Neben immobilienwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der Veränderungen der touristischen Nachfrage sind weitere Aspekte für die anfangs geschilderte Entwicklung maßgeblich. Hierzu zählen die Verfügbarkeit von kleinen bis mittelgroßen preislich und genehmigungsrechtlich geeigneten Konversionsobjekten und Investoren, die gewillt sind, dieses Segment zu akzeptieren (In diesen Größenbereichen etabliert die Markenhotellerie ebenfalls neue Kon-



Haben die Hostelmärkte in europäischen Metropolen untersucht: Robert Wissmath (Foto oben) und Roland Schwecke

Hostelmarkt in Europäischen Großstädten Nov/Dez 2012 & Mai/Juni 2014 /Jan 2017



Quellen: hostelbookers.com, hostels.com, booking.com

zepte, die bezüglich der Finanzierbarkeit oftmals die besseren Chancen haben). Voraussetzung ist auch die Genehmigungsfähigkeit von Konversion, die momentan in fast allen europäischen Städten – besonders bei Konversion von Wohnraum in Gewerbe – problematisch ist. Insofern steht zu vermuten, dass es in vielen Städten schwieriger wird, touristische Betriebe jenseits der Konzernhotellerie zu etablieren.

In einigen Metropolen (Barcelona oder Venedig) stößt die touristische Entwicklung bereits an die Grenzen der Zumutbarkeit für die Einwohner und führt zu erheblichen Konflikten mit der Bevölkerung. In vielen anderen Destinationen ist ähnliches zeitnah zu erwarten, weshalb bei dem Trendreport des amerikanischen Online-Magazins Skift für 2017 eine Entzerrung der Tourismusströme als neuer Trend im Tourismus ausgerufen wurde. Sie wird einmal über die Erschließung neuer Lagen (1) oder durch eine Begrenzung der Bettenzahl der Objekte (2) möglich sowie durch die Steuerung des „touristischen Eintrags“ von Gästen (3) in die städtischen Nachbarschaften. Alle drei Optionen werden durch den beobachtbaren Industrialisierungsschub der internationalen Konzernhotellerie allerdings nicht unbedingt befördert, denn die Entzerrung der Tourismusströme setzt eine

bessere Integration der touristischen Einrichtungen in das regionale Gefüge voraus, gegebenenfalls durch regionale integrierte und regional engagierte Betreiber, die nicht nur auf stadtstrukturell ähnliche Lagen eines Standorts angewiesen sind.

Neue Vertriebsstrukturen, die aufgrund ihrer Skalierbarkeit nun auch sehr kleine Einheiten technisch zeitgemäß versorgen, ermöglichen vermehrt neue Konzepte. Schon jetzt zeigen die Superhosts bei Airbnb, dass sich mit wenigen Einheiten gutes Geld verdienen lässt. Mit den im Kontext des Hotels 4.0 entstehenden technischen und wirtschaftlichen Innovationen ergeben sich neue Möglichkeiten für andere betriebliche Formen, die aufgrund ihrer Kostenstrukturen auch andere touristische Lagekriterien in den Blick nehmen können.

Es könnten also derartige Entwicklungsschritte problemlos möglich werden. Dies wird auch nötig werden, denn bei einer weiteren zunehmenden touristischen Mobilität – und von dieser ist derzeit auszugehen – birgt die Clusterbildung von großen Übernachtungsbetrieben in den Zentren der Tourismusmetropolen sowohl städtebaulich als auch touristisch erhebliche Risiken für die Zufriedenheit der Reisenden sowie der Einwohner. <

Neue Wege der Mitarbeiterbindung:
Branchenspezifische Fernstudiengänge!
 ↳ Unsere kostenfreie Hoteline
 0300 / 34 22 100
 Melden Sie Ihren Mitarbeiter verbindlich an und testen den gewählten Lehrgang.

berufsbegleitend & flexibel

- › Hotelbetriebswirt (DHA)
- › Revenue Manager (DHA)
- › Fachwirt im Gastgewerbe (IHK)
- › F&B Manager (DHA)
- › Sales Manager (DHA)
- › Sommelier-Ausbildungen
- › E-Commerce Manager (DHA) **NEU**
- › Fit for leadership – Führungsführerschein (DHA) **NEU**

DHA
 DEUTSCHE
 HOTELAKADEMIE