

Tourismus

Schick übernachten für überschaubares Geld

Poshtels erobern angesagte Metropolen in Europa – Annehmlichkeiten wie in einem Hotel

Philipp Laage



Typisch für ein Poshtel: die Lobby des Hostels „One 80°“ am Berliner Alexanderplatz

Bild: Azure

Berlin Bei Hostels denken viele an klapprige Stockbetten mit schnarchenden Fremden, zugige Flure und eine schlecht sortierte Gemeinschaftsküche. Die Einrichtung ist nicht schön, aber funktional. Doch dieses Bild ist überholt, eine neue Form des Hostels hat seinen Siegeszug angetreten: das Poshtel. Dabei handelt es sich um eine Wortschöpfung aus „posh“ (schick) und Hostel – und einen absoluten Trend. Die Reisebibel Lonely Planet sprach bereits vom unaufhaltsamen Aufstieg der Poshtels. Was hat es damit auf sich?

Das Poshtel verbindet das Gemeinschaftskonzept des Hostels mit einem aufregenden Design und besonderen Annehmlichkeiten. „Die Gäste finden eine Ausstattung vor, die man sonst nicht mit einem Hostel verbindet, zum Beispiel Pool, Dachterrasse, Bar, Restaurant und kostenloses Frühstück“, sagt Paul Halpenny von Hostelworld.com. Das Poshtel ist also nicht mehr bloß ein möglichst günstiger Platz zum Übernachten, sondern ein ansprechender Ort, an dem man sich gern aufhält. Die Nacht ist trotzdem deutlich günstiger als in einem Hotel.

Halpenny spricht von einer „Revolution der Hostels“, die in den vergangenen Jahren stattgefunden habe. Heute hätten neun von zehn Häusern auch private Zimmer, und es sei schwer, kein kostenloses WLAN zu finden.

„Früher boten Hostels ein günstiges Bett für die Nacht“, sagt Tobias Warnecke, Referent beim Hotelverband Deutschland (IHA). „Heute legen die Reisenden zunehmend Wert auf das Design und die Ästhetik ihres temporären Zuhauses, ohne auf den günstigen Preis und die gesellige und ungezwungene Atmosphäre eines Hostels verzichten zu wollen.“

„Poshtels erleben in ganz Europa und weltweit eine starke Nachfrage“, bestätigt Gillian Tans, CEO der Hotelbuchungsplattform Booking. Das ist zunächst nicht so offensichtlich, weil der Begriff Poshtel noch nicht so verbreitet ist. Die Häuser werden oft als Design-Hostels oder Boutique-Hostels vermarktet.

Spätestens seit dem Aufstieg der Kette Motel One versuchen die Hotels in den Großstädten, Zimmer in zeitgemäßem Design für überschaubares Geld anzubieten. Doch an die Hostel-Preise kommen sie nicht heran. Es sind die angesagten Metropolen Europas, in denen mehr und mehr Poshtels öffnen. Halpenny nennt etwa das „Wallyard Concept Hostel“ in Berlin, das „Sunset Destination“ in Lissabon und das „TOC Hostel“ in Barcelona. Gerade in der deutschen Hauptstadt finden sich viele Poshtels, etwa „The Cat’s Pajamas“ oder „One 80“.

Auch die klassische Hotellerie versucht, diese Nische mit Design-Hotels, Boutique-Hotels oder Lifestyle-Hotels zu belegen. Einen Namen gemacht haben sich etwa die Häuser von 25hours, Prizeotel oder CitizenM. Und die großen Hotelketten legen frische und design-orientierte Marken auf, um Jüngere anzusprechen. Andersherum kann sich ein Gast in einem Hostel mit Einzelzimmer und privatem Bad durchaus wie in einem Hotel fühlen.

„Scharfe Abgrenzungen der einzelnen Marktsegmente werden immer schwieriger und verschwimmen zusehends“, sagt Tobias Warnecke. Accor Hotels zum Beispiel hat gerade die Marke „JO&JOE“ vorgestellt, 50 Häuser sollen bis 2020 weltweit entstehen. Handelt es sich eher um ein Hotel oder Hostel? Eine Firmensprecherin will sich da nicht festlegen. Sie spricht von einem „open house“.