

/14

Immobilieninterview mit Marcus Praschinger, Gründer und Geschäftsführer der Hostelkette Wombat's

„Unser ältester Gast ist 92 Jahre alt“

Der Wombat's-Boss erzählt, warum man mit Jugendherbergen mehr Geld verdienen kann als mit Fünf-Sterne-Hotels, das Unternehmen wie ein australisches Beuteltier heißt und englische Aristokraten die europaweite Expansion finanzieren.



Foto: Pappo Schuster

Marcus Praschinger vor dem neuen Wombat's-Flaggschiff am Wiener Naschmarkt, das im März eröffnet wird: „Dann haben wir in Wien knapp 1.000 Betten, das reicht. Wir wollen aber in ganz Europa expandieren.“

DIE FRAGEN STELLTE ROBERT WIEDERSICH

TOP-GEWINN: In Österreich verbindet man mit Jugendherbergen immer noch bescheidene Unterkünfte, miefende Schlafsäle und Gemeinschaftsduschen. Wombat's macht es anscheinend besser und wurde von der Internet-Plattform Hostelworld.com viermal zur beliebtesten Hostelkette der Welt gewählt. Die Auslastung liegt bei traumhaften 80 Prozent. Im März eröffnen Sie am Naschmarkt ein durchgestyltes drittes Haus in Wien. Wie haben Sie den Imagewandel geschafft?

PRASCHINGER: Schwer, der Imagewandel ist immer noch nicht ganz vollzogen. Für uns war die Entscheidung für ein Hostel trotzdem klar und wir wussten, was es dafür braucht: gute Stimmung unter den Gästen, Mitarbeiter, die viel gereist sind und genauso ticken wie unsere Gäste, verbunden mit der Hardware und der Qualität, die man aus einem

Hotel gewohnt ist. Da spreche ich von Sauberkeit, funktionierenden Duschen und einem Bad in jedem Zimmer. Das zieht die Gäste an und lässt sie den Ruf weitertragen. Die Gäste wissen, bei uns ist was los. Wenn ich heute alleine in eine Großstadt reise, will ich nicht alleine auf dem Zimmer sitzen, sondern Leute treffen und Party machen.

TOP-GEWINN: Was sich nicht geändert hat, ist die Größe der Zimmer. Sechs-Bett-Zimmer sind Standard.

PRASCHINGER: Der Zwei-Bett-Zimmeranteil beträgt 20 Prozent, der Rest sind Vier- und Sechs-Bett-Zimmer. Die Mehrbettzimmer sind die Möglichkeit für den Einzelnen, günstig zu übernachten. Wenn ich auf 20 Quadratmeter nicht nur zwei, sondern vier oder fünf Leute unterbringe, kann ich einen günstigen Preis anbieten. Mit 15 bis 18 Euro ist man im Mehrbettzimmer dabei.

TOP-GEWINN: Gibt es noch eine klare Zielgruppe: 16 bis 25 Jahre und Rucksacktourist?

PRASCHINGER: 16- bis 25-Jährige sind nach wie vor unsere Zielgruppe. Sie sind es aber nicht nur. Eine Durchmischung findet statt. Immer mehr Menschen – auch Familien mit Kindern und Paare – kommen drauf, dass ein Hostel eine qualitative Alternative zum billigen Hotel und zur Pension ist. Weil die Hostels zentral liegen, die Stimmung unschlagbar ist. Unser ältester Gast ist 92 und kommt jedes Jahr. Das ist ein Australier, der durch Europa tourt und im Mehrbettzimmer schläft. Seine einzige Bedingung: Er möchte im Stockbett unten schlafen.

TOP-GEWINN: Auch die Idee kommt aus Australien ...

PRASCHINGER: Ich war Mitte der 1990er mit Sascha Dimitriewicz (Anm.: Wombat's-Co-Gründer) in Australien unterwegs. Dort haben wir beim Billardspielen einen Australier kennengelernt. Er hat immer davon geredet, dass er aus seinem Haus einmal ein Hostel macht und es Wombat's nennen will. Er hatte ein Faible für die Beuteltiere. So sind wir auf die Idee und den Namen gekommen. Dann haben wir eine Menge Marktforschung betrieben und sind draufgekommen, dass es außer den klassischen Jugendherbergen nichts Vergleichbares gibt.

TOP-GEWINN: War es einfach, dafür eine Finanzierung zu bekommen?

PRASCHINGER: Die Idee eines Hostels war gut, bis zu dem Zeitpunkt, als wir draufgekommen sind, dass uns dafür niemand Geld geben will. Die Kombination aus jungen enthusiastischen Menschen mit einer guten Idee, Ausbildung und etwas Eigenkapital hat in Österreich damals nicht gereicht. Bei den Banken haben wir uns lange blutige Nasen geholt. Wir haben sogar den Business-Plan „schlechtgeschrieben“. Wir mussten erst lernen, dass man darin nicht im ersten Jahr Gewinn annehmen darf. Das geht gar nicht. Das erste Jahr Verlust, das zweite leichten Verlust und im dritten mit einer Null bilanzieren, erst dann schaut es glaubwürdig aus.

TOP-GEWINN: Mittlerweile haben Sie keine Probleme mehr bei der Finanzierung?

PRASCHINGER: Als wir unsere Zahlen dann mehr als übertroffen haben, waren die Probleme schnell gelöst. Unser Ziel ist immer 80 Prozent Auslastung. In der Regel sind wir darüber. Die Leute bleiben im Schnitt zwei bis 2,5 Tage. Die Investoren kalkulieren bei Budgethotels mit sechs bis sieben Prozent Rendite. Die Investitionskosten sind viel geringer als in einem Fünf-Sterne-Haus und wir bringen einfach auf engerem Raum

GELD & BÖRSE

Wombat's: Hostelprofis mit Expansionsdrang

Marcus Praschinger und Sascha Dimitriewicz, beide 42, hatten schon jede Menge Erfahrung in der Hotellerie und mit Rucksackreisen, als sie 1998 Wombat's gründeten und ein Jahr später ihr erstes Hostel (internationale Bezeichnung für Jugendherberge) aufsperrten. Heute ist Wombat's zu einer Kette mit über 1.600 Betten angewachsen und betreibt zwei Standorte in Wien (der Dritte am Naschmarkt öffnet im März), je einen in Berlin und München. Der Umsatz beträgt über acht Millionen Euro. Häuser in Venedig und Budapest sind in Planung. Die europaweite Expansion soll nun von einer englischen Aristokratenfamilie finanziert werden.



Foto: Wombat's

Modern, freundlich, sauber, rund um die Uhr geöffnet, günstige Preise: Hostels kommen bei jungen Reisenden gut an

mehr Leute unter. Das heißt mehr Umsatz pro Quadratmeter als in manchen Hotels bei geringerem Personalaufwand.

TOP-GEWINN: Die Konkurrenz schläft nicht. Die deutsche Hostelkette Meininger baut den zweiten Wiener Standort, Motel One eröffnet am Westbahnhof. Im Vergleich zu

Berlin, wo Sie auch ein Haus betreiben und an jeder Ecke ein Hostel oder Budgethotel steht, ist die Konkurrenz aber gering.

PRASCHINGER: Das hängt mit den niedrigen Immobilienpreisen zusammen. Dadurch, dass Berlin sehr günstig ist und man bis vor Kurzem auch noch in sehr guten Lagen billig

bauen konnte, gibt es dort über 100 Hostels, während es in Wien etwa 40 sind. Natürlich ist Berlin auch größer und für unsere Zielgruppe noch attraktiver. Die Immobilienpreise sind aber letztendlich entscheidend. In Städten wie Paris finden Sie wenige Hostels, weil die Immobilien teuer sind und man für eine Nacht im Mehrbettzimmer 30 Euro zahlt. Da macht man gleich ein Hotel und verlangt Zimmerpreise von 400 Euro.

TOP-GEWINN: Wie sehen Ihre Expansionspläne aus?

PRASCHINGER: In Wien haben wir mit dem neuen Haus am Naschmarkt knapp 1.000 Betten, das reicht. In Österreich wären noch Salzburg und Innsbruck interessant. Wir wollen aber in ganz Europa expandieren. Dazu ist ein Familienfonds einer sehr wohlhabenden englischen Familie bei uns eingestiegen. In Venedig und Budapest haben wir schon jetzt konkrete Projekte vor Abschluss, die 2013 eröffnen sollen. In den anderen touristisch interessanten Städten sind wir gerade mit Feuereifer dabei, etwas zu suchen. Paris, London, Amsterdam, Barcelona, Rom . . . dort wollen wir in den nächsten Jahren hin. Eine große Expansion, ohne dabei unseren Charme zu verlieren. Das muss uns gelingen, das ist unser Erfolgsrezept.