

Airbnb und Co:

Friedliche Koexistenz oder neuer Wettbewerber für die Hospitality Industry - untersucht am Beispiel Köln

Katharina Sonius

Matr.-Nr.: 70254859

Eingereichte Abschlussarbeit zur Erlangung des Grades

Bachelor of Arts (B. A.)

im Studiengang

Tourismusmanagement

an der

Karl-Scharfenberg-Fakultät

der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften

Erster Prüfer: Prof. Dr. H.-D. Quack Eingereicht am: 02.11.2015

Zweiter Prüfer: C. Steinmark, B.A

Inhaltsverzeichnis

Inha	ltsve	rzeichr	nis	•••••		II
Abk	ürzur	ngsverz	zeichnis			V
Abb	ildun	gsverz	eichnis			VI
Tabe	ellenv	verzeic	hnis			VI
Sym	bolve	erzeich	nnis			VI
1	Einle	eitung	•••••			1
	1.1	_			beit	
	1.2					
2	Shar	e Ecor	nomy Forsch	ungsstand	l	2
	2.1	Rachel	Botsman und	Roo Roger	S	3
		2.1.1	Grundprinzipi	ien kollabo	rativer Konsumformen	5
		2.1.2	Treibkräfte de	er Share Ec	onomy	6
	2.2	Martin	Linne			7
		2.2.1	Entstehung ur	nd Marktstr	ukturen	7
		2.2.2	Treibkräfte de	er Share Ec	onomy	8
	2.3	Jeremy	Rifkin			10
	2.4	Nils O	le Oermann			11
		2.4.1	Wirtschaftlich	ne Herausfo	orderungen	11
	2.5	Alex S	tephany			12
		2.5.1	Begriffsdefini	tion		12
		2.5.2	Treibkräfte de	er Share Ec	onomy	13
		2.5.3	Merkmale des	Share Eco	nomy Nutzers	14
	2.6	Zusam	menfassung de	er wichtigst	en Erkenntnisse	15
3	Shar	re Ecor	nomy im Tou	ırismus		17
	3.1	Vermi	ttlungsplattforn	nen von Pr	vatunterkünften	18
		3.1.1	Couchsurfing			18
		3.1.2	9flats / Wimd	u		19
		3.1.3	Airbnb			20
			3.1.3.1	Geschäfts	modell	20
			3.1.3.2	Unternehr	nensentwicklung	22
			3.1.3.3	Angebot i	n Deutschland	23
			3.1.3.4	Einstellun	gen gegenüber der Share Economy	26
			3.1.3.5	Motivstru	ktur der Gäste und Gastgeber	27
				3.1.3.5.1	Motive der Gäste	27
				3.1.3.5.2	Motive der Gastgeber	28

			3.1.3.6	Exkurs: Merkmale der Airbnb Erfahrung	29
	3.2	Reakti	onen der To	ourismusbranche	30
	3.3	Chance	en und Risil	ken der Share Economy	31
	3.4	Auswi	rkungen aut	f das Beherbergungsgewerbe	31
	3.5	Ausge	wählte Hote	elprodukte	32
		3.5.1	Lifestyle-,	Design- und Boutiquehotels	33
		3.5.2	Boardingh	nouse / Serviced Apartments	34
		3.5.3	Exkurs: G	eschäftsmodell von Hotelketten	34
4	Rech	ntliche	Rahmenb	oedingungen	35
	4.1	Rechts	sverhältnisse	e	35
		4.1.1	Zwischen	Airbnb und Gastgeber	36
		4.1.2	Zwischen	Airbnb und Gast	37
		4.1.3	Zwischen	Gast und Gastgeber	39
	4.2	Gewer	beordnung		39
	4.3				
	4.4				
	4.5			ng von Wohnraum	
	4.6		_	gsrecht	
	4.7		_	pe	
5				kt in Köln - Kennzahlen	
6	Meth				
	6.1	Expert	eninterview	/s	50
	6.2	Qualita	ative Inhalts	sanalyse	51
7	Dars	tellung	g der Erge	ebnisse	52
	7.1	Wahrn	ehmung de	s Themas	53
	7.2	Zustan	d der Wetth	bewerbsbedingungen	55
	7.3		_	f den Wettbewerb	
	7.4	Motive	e der Airbnl	b Gäste	63
8	Airb	nb unc	d das Behe	erbergungsgewerbe in Köln	65
	8.1	Handlı	ungsempfeh	ılungen	67
9	Fazit	t			67
Liter	raturv	erzeic	hnis		69
Inter	netqu	ıellenv	verzeichni	s	70
	_			sprechung	
	_				
			_		

	10.1 Liste der Experten	76
	10.2 Interviewleitfaden I	77
	10.3 Interviewleitfaden II	78
	10.4 Gewerbeamt Köln - Kriterienkatalog	80
11	Anhang II	82
	11.1 Transkription: Verband 1	82
	11.2 Transkription: Hostel	88
	11.3 Transkription: Berufsständige Körperschaft	102
	11.4 Transkription: Verband 2	106
	11.5 Transkription: Boardinghouse	117
	11.6 Transkription: Pension	124
	11.7 Transkription: Markenhotel	132

Abkürzungsverzeichnis

AO Abgabenordnung

ARR Average Room Rate

B2B Business to Business

B2C Business to Consumer

BGB Bürgerliches Gesetzbuch

BGH Bundesgerichtshof

DTV Deutscher Tourismusverband e.V.

EStG Einkommensteuergesetz

GewO Gewerbeordnung

GewStG Gewerbesteuergesetz

NRW Nordrhein-Westfalen

RevPAR Revenue per Available Room

SBauVO Sonderbauverordnung

US-Dollar United States Dollar

UStG Umsatzsteuergesetz

WoEigG Wohnungseigentumsgesetz

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Strukturen der Collaborative Economy
Abbildung 2: Bausteine und Symbol von Airbnb
Abbildung 3: Produktlebenszyklus Airbnb
Abbildung 4: Ranking der wertvollsten digitalen Startups im September 2015
Abbildung 5: Aufkommen der größten Airbnb Inserate in Deutschland April 2015 25
Abbildung 6: Angebotenen Betten und geöffnete Beherbergungsbetriebe in Köln 2007- 2014
Tabellenverzeichnis
Tabelle 1: Methodischer Überblick zum Thema Share Economy
Tabelle 2: Ausgewählte Kennzahlen von Airbnb im Überblick 2015
Tabelle 3: Objekttypen bei Airbnb
Tabelle 4: Struktur der 302 geöffneten Beherbergungsbetriebe in Köln 2014
Tabelle 5: Ankünfte, Übernachtungen und durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Köln 2007 - 2014
Tabelle 6: Wahrnehmung des Themas
Tabelle 7: Zustand der Wettbewerbsbedingungen
Tabelle 8: Auswirkungen auf den Wettbewerb
Tabelle 9: Motive der Airbnb Gäste
Tabelle 10: Demografische Daten der Experten

Symbolverzeichnis

<u>Symbol</u> <u>Bedeutung</u>

§ Paragraph

Einleitung 1

1 Einleitung

Die Share Economy erfreut sich eines zunehmenden Bekanntheitsgrads in Deutschland. Menschen teilen Autos, Fahrräder, Gartengeräte, Kleidungstücke oder Wohnungen. Das Startup Airbnb wird oft in einem Atemzug mit Share Economy genannt. Das amerikanische Unternehmen vermittelt weltweit private Unterkünfte und erweitert das Beherbergungsangebot in urbanen Destinationen. Die Anzahl der inserierten Airbnb Unterkünfte wächst und hat die Zimmeranzahl der größten Hotelgruppe¹ weltweit überstiegen. Airbnb und Share Economy werden in der medialen Diskussion oft negativ dargestellt. Die Debatte wird im Tourismus weitergeführt und bislang blieb die Suche nach Konsens ergebnislos. Überwiegen die Chancen dieser neuen Konsumform oder sind die möglichen Risiken zu hoch?

1.1 Problemstellung und Ziel der Arbeit

Die vorliegende Arbeit ist der Versuch, das Meinungsbild der Beherbergungsbranche zu Airbnb herauszustellen und die mediale Diskussion mit Inhalten zu füllen. Folgender Problemstellung wird nachgegangen: Ist die Marktform der Share Economy, am Beispiel von Airbnb, ein nicht zu unterschätzender Wettbewerber für das Beherbergungsgewerbe in Köln oder wird es geringfügige bis keine langfristigen Auswirkungen auf bestehende Strukturen haben? Hierbei wird folgende Hypothese überprüft: Je größer das Angebot von Airbnb, desto stärker ist der Handlungsbedarf vom Beherbergungsgewerbe gegen Airbnb vorzugehen. Vertreter des Beherbergungsgewerbes in Köln dienen als exemplarisches Meinungsbild. Die junge Thematik ist wissenschaftlich noch nicht hinreichend untersucht, weist aber eine hohe Relevanz für die Tourismusindustrie auf.

Eine theoretische Auseinandersetzung der Share Economy als Wirtschaftssystem und die damit verbundenen Auswirkungen auf bestehende Strukturen kann nur am Rande erfolgen und zeigt die Grenzen der Arbeit auf.

1.2 Aufbau

Inhaltlich gliedert sich die Arbeit in neun Kapitel. Im Anschluss an das einleitende Kapitel erfolgt eine chronologische Literaturaufarbeitung des Share Economy Forschungsstandes.

In Kapitel 3 erfolgt die Einordung der Share Economy innerhalb des Tourismus. Außerdem erfolgt die Abgrenzung von Airbnb zu ähnlichen Vertretern der Share Economy. Zudem

¹ Vgl. IHG InterContinental Hotels Group 2015, http://www.ihgplc.com/files/pdf/factsheets/factsheet_worldstats.pdf, 27.10.2015.

wird auf das Unternehmen Airbnb genauer eingegangen. Dargestellt werden u.a. das Geschäftsmodell, sowie Motive zur Nutzung von Airbnb. Außerdem werden generelle Positionen der Tourismusbranche zu Share Economy und Auswirkungen auf das Beherbergungsgewerbe dargestellt.

In Kapitel 4 werden die rechtlichen Rahmenbedingungen der Privatzimmer- und Privatferienwohnungsvermietung betrachtet und es wird versucht die rechtlichen Gegebenheiten auf Airbnb zu übertragen.

Im darauffolgenden fünften Kapitel wird genauer auf den touristischen Markt in Köln eingegangen und wichtige Kennzahlen werden angeführt.

In Kapitel 6 wird die zugrundeliegende empirische Methodik des Leitfaden gebundenen Experteninterviews dargestellt. Des Weiteren wird auf die Anwendung der qualitativen Inhaltsanalyse zur Auswertung der Interviews eingegangen.

In Kapitel 7 werden die Resultate der empirischen Forschung dargelegt. Das Kapitel gliedert sich in vier Unterkapitel, in der die jeweiligen Erkenntnisse der Interviews geordnet dargestellt werden. Grundlage bildet eine Themenmatrix, die einen Überblick zu den Themen der Interviews bietet.

Kapitel 8 stellt die wichtigsten Ergebnisse aus Kapitel 7 zusammenfassend dar. Diese werden in Bezug zur Forschungsfrage und der Problemstellung gesetzt. Im Anschluss werden vorsichtig Handlungsempfehlungen für das Beherbergungsgewerbe, Airbnb und die Kommunalpolitik formuliert.

Kapitel 9 ist eine abschließende Betrachtung der Thematik und soll weiterführenden Forschungsbedarf aufzeigen.

2 Share Economy Forschungsstand

Das folgende Kapitel ist eine chronologische Aufarbeitung der bedeutendsten Autoren der Share Economy Forschung. Die überwiegend populärwissenschaftliche Literatur zu der Thematik, unterstreicht die Aktualität des Themas und zeigt den wissenschaftlichen Forschungsbedarf auf. Im Fokus stehen die unterschiedlichen Begriffsdefinitionen und die Treiber der Share Economy. Ziel des Kapitels ist, einen umfassenden Überblick der Thematik zu geben und eine Grundlage zur Beantwortung der Forschungsfrage zu erarbeiten.

2.1 Rachel Botsman und Roo Rogers

Der Begriffsursprung führt auf den Ökonomen Martin Weitzman² zurück, der 1984 den Begriff der Share Economy bedeutend geprägt hat. Der Wohlstand für alle erhöht sich, je mehr unter allen Marktteilnehmern geteilt wird, so die These. Zu jener Zeit wurde der Begriff im Zusammenhang mit dem von Weitzman entwickelten Gehältersystem genannt. Bis zum heutigen Tage unterlag der Begriff Share Economy einem Bedeutungswandel und wird nun überwiegend mit dem Internet assoziiert.³

Bislang gibt es keinen einheitlichen Terminus der hier diskutierten Konsumform. Um Klarheit zu schaffen geben Botsman und Rogers⁴ den unterschiedlichen Begriffen erste eigene Definitionen, die sich im Kern ihrer Bedeutungen überschneiden. Die Definitionen haben nicht den Anspruch erschöpfend zu sein. Als übergeordneter Begriff dient die *Collaborative Economy* "an economy built on distributed networks of connected individuals and communities versus centralized institutions, transforming how we can produce, consume, finance, and learn."⁵

Die Anordnung der Share Economy innerhalb der *Collaborative Economy* wird in Abbildung 1 veranschaulicht.

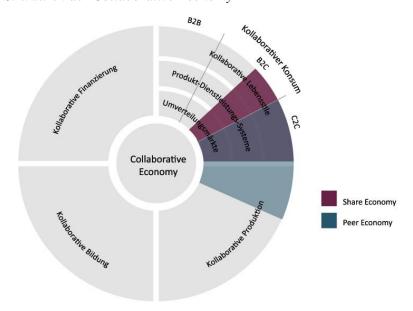


Abbildung 1: Strukturen der Collaborative Economy

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Botsman, R., 2013, http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#9, 16.09.2015.

² Vgl. Weitzman, M. L., 1984.

³ Vgl. Wedde, P., Wedde I., 2015, S. 1.

⁴ Vgl. Botsman, R.; Roo, R., 2011.

⁵ Botsman, R., 2013, http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#6, 16.09.2015.

Vier Bausteine bilden die Grundlage des Wirtschaftsmodells: Kollaborative⁶ Bildung, kollaborative Finanzierung, kollaborative Produktion und kollaborativer Konsum.⁷ *Collaborative Consumption* ist an dieser Stelle mit kollaborativer Konsum übersetzt und wird definiert als "an economic model based on sharing, swapping, trading, or renting products and services, enabling access over ownership."⁸

Die Autoren haben drei Systeme herausgearbeitet, um die Vielzahl der heterogenen Produkte innerhalb des kollaborativen Konsums einzuteilen. Das erste System wird als "Umverteilungsmärkte" bezeichnet. Gegenstand sind die ungenutzten oder ungewollten Güter eines Konsumenten. Diese werden entweder kostenfrei oder -pflichtig an andere Nutzer zum Zwecke der Bedarfsdeckung umverteilt. Generell führt dies zu einer Verlängerung des Produktlebenszyklus und wirkt somit indirekt ressourcenschonend.⁹

Botsman und Rogers ordnen Airbnb in das System des "kollaborativen Lebensstils" ein. Hier wird nicht-materielles Vermögen, wie Fähigkeiten, Dienstleistungen und Raum, jedoch auch Geld ausgetauscht und gehandelt.¹⁰

Das dritte System wird als "Produkt-Dienstleistung-System" bezeichnet. Hier erwirbt der Konsument Zugang zu einem Produkt ohne es zu besitzen. Zum einen kann das Produkt viel mehr Konsumenten zur Verfügung stehen, zum anderen beeinflusst es die persönliche Einstellung zu Besitz. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht muss der Einzelne nicht den vollen Aufwand leisten, um die Eigenschaften eines Produktes zu nutzen.¹¹

Angesiedelt innerhalb des Kollaborativen Konsums, unterteilt in die oben skizzierten Systeme, liegen Share Economy und *Peer Economy*. Share Economy wird definiert als "an economic model based on sharing underutilized assets from spaces to skills to stuff for monetary or non-monetary benefits." In der Share Economy findet ein *Business to Business* (B2B) und ein *Business to Consumer* (B2C) Austausch statt, wohingegen *die Peer Economy* den reinen Austausch von Privatperson zu Privatperson wiederspiegelt:

⁶ Bedeutungsübersicht: gemeinsam; zusammen arbeitend, entwickelnd, http://www.duden.de/rechtschreibung/kollaborativ, Stichwort, kollaborativ, 27.10.2015.

⁷ Vgl. Botsman, R., 2013, http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#6, 16.09.2015, Übersetzung d. A.

⁸ Ebd.

⁹ Vgl. Botsman, R.; Roo, R., 2011, S. 72f.

¹⁰ Vgl. Ebd., 2011, S. 73f.

¹¹ Vgl. Ebd., 2011, S. 71f.

¹²Botsman, R., 2013, http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#6, 16.09.2015.

"Person-to-person marketplaces that facilitate the sharing and direct trade of assets built on peer trust."¹³

Es ist wichtig, an dieser Stelle alle Definitionen zu betrachten. Jede einzelne hebt eine bestimmte Facette der neuen Konsumform hervor und verdeutlicht die Schwierigkeit der Bedeutungsdefinition. Nachfolgend werden weitere Definitionen für Share Economy vorgestellt, die abhängig vom Autor, unterschiedlich interpretiert werden. Hieran wird die fehlende einheitliche Definition der Konsumform innerhalb der Wissenschaft aufgezeigt. Es bleibt jedoch fragwürdig, welche Begriffsdefinition sich für die junge Thematik etablieren wird.

In der vorliegenden Arbeit ist der Begriff Share Economy bewusst gewählt und orientiert sich an der Begriffsdefinition nach Linne¹⁴, "Share Economy bezeichnet das Tauschen, Teilen und Teilhaben von Waren und Dienstleistungen zwischen Privatpersonen mittels Geld oder Gegenleistung."¹⁵, dargestellt in Kapitel 2.2. Die Definition von Linne umfasst den Aspekt des Teilens, sowie den monetären Faktor der Transaktion. Zudem gehört Airbnb der Share Economy an, zugeordnet dem kollaborativen Konsum nach Botsman. Außerdem gewinnt der Terminus im deutschsprachigen Raum schrittweise an Bekanntheit und wird zunehmend verwendet.¹⁶

2.1.1 Grundprinzipien kollaborativer Konsumformen

Laut Botsman und Rogers findet eine Umverteilung der ökonomischen Machtverhältnisse statt. Von zentralisierten Unternehmen weg, hin zu dezentralen Netzwerken Einzelner und Gemeinschaften. Der klassische Zwischenhändler verliert an Bedeutung und das Verhältnis vom Produkt zum Verbraucher verändert sich. Es entsteht ein anderes Vertrauensverhältnis zu dem Produzenten. Die Autoren bezeichnen den Verbraucher aus dem 20. Jhd. als passiv, wohingegen der Verbraucher der *Collaborative Economy* des 21. Jhd. aktiv ist und teilweise zum Produzenten wird. Somit wird deutlich, dass nach Botsman und Rogers ein Wandel des Wirtschafts- und Kultursystems bevorsteht. ¹⁷

Botsman und Rogers haben vier Grundprinzipien herausgearbeitet, die jede gemeinschaftliche Konsumform in ihrer Funktionsweise kennzeichnen: "critical mass,

 $^{^{13}}Botsman,\,R.,\,2013,\,http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#6,\,16.09.2015.$

¹⁴ Vgl. Linne M., 2014.

¹⁵ Ders., 2015, S. 4.

 $^{^{16}}$ Vgl. Demary, V., 2015, http://www.iwkoeln.de/presse/gastbeitraege/beitrag/vera-demary-imwirtschaftsdienst-was-die-sharing-economy-ausmacht-210439, 16.09.2015.

¹⁷ Vgl. Botsman, R.; Roo, R., 2011, S. xv.

idling capacity, belief in the commons and trust between strangers."¹⁸ Die kritische Masse zu erreichen ist essentiell innerhalb des gemeinschaftlichen Konsums. Der Verbraucher beansprucht Produktvielfalt, um zufrieden zu sein und erneut zu konsumieren. Ohne ein gewisses Marktvolumen kann das System nicht funktionieren und der Kunde würde weiter zu herkömmlichen Konsumformen tendieren. Ungenutzte oder auch leerstehende Kapazität ist einer der Grundpfeiler der Share Economy. Eine Bohrmaschine wird im Durchschnitt für sechs bis 13 Minuten vom Besitzer in seinem ganzen Leben genutzt. In der verbleibenden Zeit bleibt die Maschine ungenutzt. ¹⁹

Die Autoren verdeutlichen durch dieses Beispiel das Potential welches in der Share Economy steckt und wie umfassend die verschiedensten Lebensbereiche des Einzelnen beeinflusst werden können. Die entscheidende Rolle des Internets, Menschen zu vernetzten und somit Bedarfsansprüche zu decken wird im weiteren Verlauf der Arbeit noch genauer erläutert. Share Economy erfordert einen gewissen Glauben an den Gemeinschaftssinn einer Sache. Ohne die Community funktioniert das Teilen nicht. Die Autoren stellen die These auf, dass je mehr Menschen an der Share Economy teilnehmen, desto besser funktioniert das System und der Nutzten für das Individuum innerhalb der Gemeinschaft steigt. Konsument und Produzent treten in der konsumgeprägten Welt heutzutage kaum direkt in Verbindung. Einen direkten Kontakt bedarf es nicht, da Zwischenhändler die fehlerfreie Abwicklung innerhalb der Wertschöpfungskette garantieren. In der Share Economy ist diese Rolle nicht mehr notwendig. Plattformen übernehmen teilweise diese Rolle und bieten den digitalen Marktplatz, um den selbstgesteuerten Austausch der beiden Parteien zu ermöglichen.²⁰ Immer wichtiger sind hierbei Bewertungsprofile der Nutzer. Bewertungen schaffen Vertrauen innerhalb der Community und ersetzten den Bedarf an herkömmlichen Zwischenhändlern, die Kontrolle ausüben²¹. Das Vertrauen in unbekannte Menschen ist erforderlich in der Share Economy. Die technologische Entwicklung ist nicht nur ein Treiber der Share Economy, sondern verringert die Distanz, die zu einer fremden Person herrschen kann.²²

2.1.2 Treibkräfte der Share Economy

Es werden vier Treiber der Share Economy benannt, die weitestgehend innerhalb der Scientific Community übereinstimmen und auch von anderen Autoren benannt werden.

¹⁸ Botsman, R.; Roo, R., 2011, S. xvi.

¹⁹ Vgl. Ebd., 2011, S. 75-81.

²⁰ Vgl. Ebd., 2011, S. 83 -93.

²¹ Vgl. Ebd., 2011, S. 140f.

²² Vgl. Ebd., 2011, S. 92.

Als stärkster Treiber ist der *Technologische Fortschritt* zu nennen. Mit diesem geht, das Internet und die zunehmende Digitalisierung des Alltags einher. Soziale Netzwerke und mobile Endgeräte stellen die Rahmenbedingungen der Share Economy.²³ Der moderne Mensch definiert sich nicht mehr über seinen Besitz. Die Möglichkeit, Zugang zu Dingen zu haben und der eigene Ruf innerhalb der Community, wird an Bedeutung gewinnen.²⁴ Der *Wertewandel* führt zu neuen Verhältnissen vom Eigentum und Teilen in der digitalen Gesellschaft.²⁵ Sicherlich beeinflusst der Wertewandel auch den dritten Treiber, die *Wirtschaftliche Realität*. In ihm zeichnet sich vor allem der Hyperkonsum ab. Die Gesellschaft konsumiert immer mehr und immer schneller. Botsman und Rogers benennen vier Gegebenheiten, die diese Entwicklung hervorgebracht hat: "the power of persuation; the buy now, pay later culture; the law of life cycles, and the 'just one more' factor''²⁶. Als *Ökologischen Druck*, benennen die Autoren den letzten Treiber der Share Economy. Hiermit verdeutlichen sie den ressourcenschonenden Ansatz und dass ein besserer Umgang mit begrenzten Ressourcen stattfinden muss. Besonders die Verlängerung des Produktlebenszyklus innerhalb der Share Economy, greift diesen Ansatz auf.²⁷

2.2 Martin Linne

"Share Economy bezeichnet das Tauschen, Teilen und Teilhaben von Waren und Dienstleistungen zwischen Privatpersonen mittels Geld oder Gegenleistung."²⁸ Linne ist einer der wenigen deutschsprachigen Autoren, die sich wissenschaftlich mit dem Thema Share Economy auseinander setzten. Ein Grundsatz der Share Economy ist das Teilen, dabei ist Teilen nicht neu. Das Neue am Teilen ist die Art wie miteinander geteilt wird.

2.2.1 Entstehung und Marktstrukturen

Ein Waschsalon ermöglicht es den Nutzern zu waschen, ohne eine eigene Waschmaschine zu besitzen. Wieder ist die Funktion des Gutes und der damit verbundene Zugang zu diesem wichtiger als es zu besitzen. Ein herkömmlicher Waschsalon zählt jedoch nicht zur Share Economy, obwohl hier Kapazitäten effizienter genutzt werden. Die Nutzung von Smartphones und mobilem Internet sind die beiden Merkmale, die die Share Economy

²³ Vgl. Botsman, R., 2013, http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#6, 16.09.2015.

²⁴ Vgl. Leadbeater, C., 2009, S. 26.

²⁵ Vgl. Botsman, R., 2013, http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#6, 16.09.2015.

²⁶ Botsman, R.; Roo, R., 2011, S. 21.

²⁷ Vgl. Botsman, R., 2013, http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#6, 16.09.2015.

²⁸ Linne, M., 2015, S. 4

vom gewöhnlichen Teilen von Konsumgütern abheben. Das Internet alleine, räumlich gebunden an einen Personal Computer (PC) ist nicht ausreichend. Die Möglichkeit der Echtzeit und individuellen Informationsvermittlung zeichnet die Share Economy aus.²⁹ GPS und soziale Netzwerke stellen den flexiblen Kontakt zwischen dem Anbieter und Nutzer her. "Technologie unterstützt den Marktmechanismus, die richtigen Dinge zur richtigen Zeit, am richtigen Ort verfügbar zu machen."³⁰ Es gibt so gut wie keine Eintrittsbarrieren, praktisch jeder mit mobilem Internetanschluss kann teilnehmen.

Drei Akteure bilden die Marktstruktur der Share Economy. Der Anbieter des Sharing-Objektes, der Nutzer des Sharing-Objektes und der Portalbetreiber. Die virtuelle Plattform des Portalbetreibers institutionalisiert den klassischen Markt, wo Anbieter und Nutzer zusammentreffen. Ohne die Technologie, die digitale Plattform, können Anbieter und Nutzer nicht in der Art und Weise interagieren, die ein Share Economy Objekt benötigt. Der Austauschprozess funktioniert in beide Richtungen. Entweder initiiert vom Anbieter oder vom Nutzer des Sharing-Objektes. Linne teilt die Produkte der Share Economy in zwei Systeme ein: Such- und Tauschportale und Vermittlungsportale. Den Unterschied kennzeichnet er durch die Art der Finanzierung der Plattform. Wohingegen sich die Suchund Tauschportale nur über Einstellgebühren der Angebote finanzieren, nehmen Vermittlungsportale Provisionen für erfolgreiche Transaktionen.³¹ Weitere Unterschiede bestehen aus der juristischen Perspektive, die in Kapitel 4.1 Rechtsverhältnisse weiter erläutert werden.

2.2.2 Treibkräfte der Share Economy

Die Vernetzung des Menschen führt zu einem Wandel der Einstellungen gegenüber Konsum. Die junge Generation wächst mit dem *Internet* auf. Online werden ganz selbstverständlich Informationen, persönliche Interessen und das Privatleben geteilt. Es wird nicht zwischen realer und virtueller Welt unterschieden. Diese Verhaltensweisen werden in der Offline Welt weitergeführt. Soziale Netzwerke expandieren in das soziale Umfeld und beeinflussen die Art und Weise wie miteinander agiert wird. Der Konsument des 21.Jhd. ist in virtuellen Communitys vernetzt. Die Share Economy weitet die virtuelle Gemeinschaft auf die reale Welt aus, in der reale Güter oder Dienstleistungen geteilt werden.³²

²⁹ Vgl. Linne M., 2014, S. 9f.

³⁰ Stampfl N. S., 2014, S. 15.

³¹ Vgl. Linne M., 2014, S. 10ff.

³² Vgl. Stampfl N. S., 2014, S. 15ff.

Die *Online Community* ist ein Ort, indem das Individuum sich nicht selbst aufgeben muss um teilhaben zu können. Es ist für die einzelne Person sogar förderlich Teil einer Community zu sein. Die Share Economy lebt davon, dass sie eine kritische Masse erreicht. Jeder neue Nutzer erweitert das Angebot und somit steigt der Wert für alle. Einer Gruppe zugehörig zu sein und diese durch die eigene Persönlichkeit selbstständig mitgestalten zu können und das Gefühl Teil eines großen Ganzen zu sein, sind Motive für die Nutzer, Teil einer virtuellen Community zu werden. Die Share Economy vermittelt ihren Nutzern gegen Entgelt einen immateriellen Mehrwert, der über die reine Konsumerfahrung hinausgeht. Der Mensch hinter dem Produkt ist für viele der Grund teilzunehmen.³³

Die sich verändernde Beziehung zu Eigentum lässt sich auch allgemein auf den abnehmenden Stellenwert von materiellen Gegenständen im Leben zurückführen. Viele Dinge, die früher die Regale der Haushalte füllten, sind heute in digitalisierter Form zu finden. Musik, Filme oder auch Bilder werden im Internet, der Cloud oder auf dem heimischen PC gespeichert. Hinzukommend führt der *Wertewandel* zu einer neuen Definition von Wohlstand. "Nicht materieller Wohlstand, sondern Wohlbefinden ist das Maß der Dinge des Konsumenten von heute."³⁴ Also ein bewusster Konsum, der zu einer hochwertigen Lebensqualität führt. Die Beziehung zum Produkt verändert sich nicht nur durch die Abnahme der materiellen Gegenstände im Leben, sondern auch dadurch dass Produkte verkürzte Produktlebenszyklen haben und es sich nicht immer lohnt das neueste Modell des Marktes zu besitzen, da im kurzen Abstand verbesserte Produkte erscheinen. Hier setzt die Share Economy an, die Zugang zu verschiedensten Produkten ermöglicht ohne diese zu besitzen.³⁵

Share Economy bietet außerdem, unter ökologischen Gesichtspunkten, die Chance ressourcenschonend zu handeln, bedingt durch den bereits angesprochenen verlängerten Produktlebenszyklus. Alternative Konsumformen werden immer wichtiger innerhalb der Gesellschaft. Das Bewusstsein ist vorhanden, dass der *Hyperkonsum* nicht zu vereinbaren ist mit nachhaltigen Aspekten, jedoch möchte der Verbraucher auch nur bedingt Konsumverzicht betreiben. Share Economy kann hier eine Alternative bieten. Eine Abwendung vom Hyperkonsum kann auch eine Abkehr vom kapitalistischen System darstellen. Gezeichnet durch die Folgen der Weltwirtschaftskrise hat der Verbraucher weniger Vertrauen in die Politik und wirtschaftlichen Systeme. Diese erscheinen oft

³³ Vgl. Stampfl N. S., 2014, S. 17f.

³⁴ Ebd., 2014, S. 20.

³⁵ Vgl. Ebd., 2014, S. 19ff.

intransparent, weshalb vor allem eine Tendenz zu kleineren und transparenteren Unternehmen besteht oder zu einer *peer-to-peer* Transaktion. Von dieser Konstellation versprechen sich die Konsumenten einen höheren Grad der Authentizität, da die *peer-to-peer* Transaktion eine persönlichere Erfahrung sein kann.³⁶

2.3 Jeremy Rifkin

Nach Rifkins³⁷ Prognose wird die Share Economy ein wichtiger Akteur einer Übergangsphase sein, die in einem neuen Wirtschaftssystem enden wird.³⁸ Die "kollaborativen Commons" sind ein neues Paradigma, welches den Kapitalismus schleichend ablösen wird. Nach seiner Ansicht wird der Kapitalismus auf lange Sicht bestehen können, jedoch wahrscheinlich nicht die zweite Hälfte des 21. Jhd. als vorherrschendes Wirtschaftssystem überstehen.³⁹ Am Ende wird der Kapitalismus in seiner reinsten Form seinen eigenen Untergang einleiten. Der freie Wettbewerb führt zu extremer Produktivität, dieser zu sinkenden Produktionskosten durch optimierten Technologieeinsatz und sinkenden Preisen am Markt. Rifkin behauptet, das die Produktionskosten jeder weiteren Einheit auf null fallen werden und somit keine Grenzkosten⁴⁰ vorliegen. Der Markt wird bestimmt von Überfluss, die Preise fallen und der Kapitalismus verliert seine profitorientierte Grundlage.⁴¹

Betrachtet werden ausschließlich die Aspekte, in denen sich Rifkin auf die Bedeutung von Share Economy bezieht, eine umfassendere Auseinandersetzung mit seiner Prognose würde den Rahmen dieser Arbeit überschreiten.

Rifkin ordnet der Finanzkrise 2008 einen entscheidenen Beitrag zu, der die Einstellung der Konsumenten zu Eigentum verändert hat. Wie schon angeführt von Linne und angedeutet von Botsman und Rogers, dass sich die Menschen ihrem angehäuften Besitz gegenüber sahen und begannen an dem Sinn von exzessivem Konsum zu zweifeln. So entstand seiner Theorie nach die Share Economy "buchstäblich über Nacht"⁴², ermöglicht durch das Internet. Rifkin bezeichnet das soziale Vertrauen der Marktteilnehmer als Motor dieser Wirtschaft, in der ungenutzte Güter mit anderen getauscht werden. Resultieren wird dies

³⁶ Vgl. Stampfl N. S., 2014, S. 22 -24.

³⁷ Vgl. Rifkin, J., 2014.

³⁸ Vgl. Staun, H., 2014, http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/jeremy-rifkin-die-null-grenzkostengesellschaft-13151899-p3.html?printPagedArticle=true#pageIndex_3, 20.09.2015.

³⁹ Vgl. Rifkin, J., 2014, S. 9f.

⁴⁰ "Die Grenzkosten einer Aktivität sind die zusätzlichen Kosten, die bei Ausdehnung dieser Aktivität um eine weitere Einheit entstehen." Krugman, P.; Wells, R., 2012, S. 210.

⁴¹ Vgl. Rifkin, J., 2014, S. 11-15.

⁴² Ebd., J., 2014, S. 342.

in "das Internet der Dinge"⁴³, als globale Infrastruktur, in der Kommunikation, Logistik und Energiegewinnung von allen Teilnehmern gemeinschaftlich organisiert werden.⁴⁴ Inwieweit seine Theorie realistisch ist, wird von der Wissenschaft diskutiert und angezweifelt. Letztendlich soll darauf hingewiesen werden, wohin sich die Share Economy entwickeln kann und welchen Stellenwert sie annehmen könnte.

2.4 Nils Ole Oermann

Oermann⁴⁵ betrachtet die Share Economy in ihren Grundzügen, unter dem Aspekt der Wirtschaftsethik und deren mögliche Auswirkungen auf die Gesellschaft. Er benennt die Share Economy als mögliches Beispiel für eine zukünftige Marktwirtschaft. Als generelle Treiber, die sich nicht nur auf die Share Economy beziehen, sondern auf jede zukünftige Marktwirtschaft, bezeichnet er die Globalisierung und vor allem die Digitalisierung. Daraus resultieren eine Beschleunigung der Transaktionen sowie eine mögliche Senkung der Transaktionskosten. Die zunehmende Vernetzung lässt neue Geschäftsmodelle entstehen, die das ressourceneffiziente Teilen zum niedrigeren Preis ermöglichen. In der "digitalen Tauschwirtschaft"⁴⁶ findet eine Verschmelzung von Produzent und Konsument zum "Prosumenten" statt. Der Konsument erstellt seine eigenen Güter und Dienstleistungen und bietet diese anderen über das Peer Netzwerk zum Tausch oder Kauf an. Bedrohlich kann dies für Unternehmen werden, die im Zuge der Dezentralisierung der Transaktion auf klassischen Kanälen vertreten sind und somit vorbei an den Konsumenten die Waren vertreiben. Die Idee vom freien Markt verändert sich, der Konsument muss Dinge nicht in sein Eigentum überführen. Einfaches Teilen mit anderen Nutzern genügt. Die Geschäftsmodelle der Share Economy basieren auf der Mehrfachnutzung von Gütern und finanzieren sich über den effizienten Gebrauch.⁴⁷

2.4.1 Wirtschaftliche Herausforderungen

Die Share Economy kann viele wirtschaftsethische Fragen aufwerfen, für die es zu diesem Zeitpunkt noch keine Antworten gibt. Oermann kritisiert u.a. die neue Stellung des "Prosumenten", in der das globale oder lokale Angebot nationale Sozialstandards unterläuft, die letztendlich auf teilweise schlechtere Verhältnisse hinauslaufen könnten. Wenn Zugang wichtiger als Kauf und Besitz wird, verändern sich die aktuellen gesetzlichen Rahmenbedingungen. Die Frage ist, ob Share Economy wirklich

⁴³ Rifkin, J., 2014, S. 342.

⁴⁴ Vgl. Ebd., 2014, S. 338-344.

⁴⁵ Vgl. Oermann, N. O., 2015.

⁴⁶ Ebd., 2015, S. 117.

⁴⁷ Vgl. Ebd., 2015, S. 115-118.

ressourcensparend ist oder diesen Effekt sogar verstärkt. Inwifern wird sich das gesellschaftliche Zusammenleben durch die notwendigen sozialen Netzwerke verändern? Welcher Teil der Wertschöpfung bleibt bei den Konsumenten und Produzenten hängen unter Berücksichtigung der Anbieter der digitalen Plattformen? Was passiert mit den Menschen, die nicht über die technologischen Voraussetzungen verfügen?⁴⁸ Oermann gibt keine Antworten zu den aufgeworfenen Fragen, sondern will viel mehr das Bewusstsein der Gesellschaft sensibilisieren, sich diesen Fragen zu stellen und Lösungen zu finden.

2.5 Alex Stephany

In seinem populärwissenschaftlichen Buch "The Business of Sharing"⁴⁹ betrachtet er die Entwicklungen der Share Economy aus der unternehmerischen Perspektive. Stephany ist Mitbegründer eines englischen Share Economy Unternehmens und zeigt Möglichkeiten derselben auf.

2.5.1 Begriffsdefinition

"The sharing economy is the value in taking underutilized assets and making them accessible online to a community, leading to a reduced need for ownership."⁵⁰ Seine Definition umfasst fünf Hauptmerkmale: Wert, ungenutzte Vermögensgegenstände, digitaler Zugang, Community und reduziertes Bedürfnis nach Eigentum, die im folgenden Text erläutert werden. Auch diese Definition hat nicht den Anspruch, die eine, allumfassende zu sein, sondern versucht die Perspektive von Stephany zur Share Economy einzufangen.⁵¹

In der zu Grunde liegenden Definition bezieht sich Stephany auf Share Economy Plattformen, die eine Gewinnerzielungsabsicht innehaben und somit Erträge abwerfen. Diese Absicht muss nicht immer vorhanden sein, es gibt durchaus Beispiele, die auf einem kostendeckenden Prinzip beruhen oder ohne monetäre Beteiligung funktionieren. Die Plattformen handeln mit ungenutzten Vermögensgegenständen, diese können von materieller oder nicht physischer Natur sein. Wertschöpfung entsteht, wenn die ungenutzten Kapazitäten in nutzbare Kapazitäten umgewandelt werden. Die Geschäftsidee basiert darauf, die Auslastung eines Gutes zu erhöhen. Das Internet bietet den digitalen Marktplatz, den ungenutzten Vermögensgegenstand verfügbar für potentielle Nutzer zu machen und somit Zugang zu einer unbegrenzten Nachfrage zu schaffen. Nicht jedoch die

⁴⁸ Vgl. Oermann, N. O., 2015, S. 118f.

⁴⁹ Vgl. Stephany, A., 2015.

⁵⁰ Vgl. Ebd., 2015, S. 9.

⁵¹ Vgl Ebd., 2015, S. 13f.

Nutzung des Internets als Vertriebsplattform, kennzeichnet die Share Economy, sondern die Community, die hinter den verschiedenen Anwendungen steckt. Ein erfolgreiches Share Economy Unternehmen braucht eine Community, die miteinander sozial agiert, vor allem in der Realität. Diese Gemeinschaften bilden ihre eigenen Submilieus, zusammengebracht z.B. durch ein gemeinsames Hobby, in der Vertrauen untereinander als höchstes Gut geachtet wird. Daraus resultiert ein reduziertes Bedürfnis nach Eigentum, da Güter oder Dienstleistungen mit anderen geteilt werden und der eigene Bedarf gedeckt werden kann. Kennzeichnend für die Geschäftsmodelle ist, dass zum Teil materielle Güter durch Dienstleistungen ersetzt werden, z.B. bei Car Sharing Angeboten.⁵²

Die Terminologie Share Economy assoziiert positive Aspekte, weshalb viele Start-ups sich als Teil derselben bezeichnen. Stephany teilt die Kernbedeutung der Share Economy, die auf dem Erleben von geteilten Erfahrungen basiert, ordnet die Share Economy aber nicht als neue Wirtschafsform ein. Er distanziert sich von der Sichtweise, dass Share Economy die Umverteilung von Geld verursacht oder das Ende des Privateigentums ist, sondern behauptet, "this economy is capitalism distilled"53. Somit stellt Share Economy nur eine andere Erscheinungsform der kapitalistischen Wirtschaftsform dar.

2.5.2 Treibkräfte der Share Economy

Geteilt wurde schon immer in der Gesellschaft, früher war es ganz normal innerhalb der Nachbarschaft Dinge zu tauschen oder auszuleihen. Doch partiell ist das Teilen in den Hintergrund gerückt. In der zweiten Hälfte des 20. Jhd. erlebten die Menschen der Industrienationen den wirtschaftlichen Aufschwung und konsumierten umfassend. Heute entdeckt vor allem die "Generation Y" das Teilen wieder neu, in einer Art Déjà-vu. ⁵⁴

Das *Internet* als unbegrenzter Marktplatz, macht es möglich. Noch nie stand der einzelne Verkäufer einer so unbegrenzten Anzahl an möglichen Käufern gegenüber. Früher hat die Größe des Marktplatzes den Käuferkreis räumlich begrenzt, diese Grenzen bestehen heute in dieser Form nicht mehr. *Mobile Endgeräte* und *GPS* ermöglichen die Nutzung des Internets an fast jedem Ort der Welt. So werden Dienstleitungen ermöglicht, die auf Standortdaten basieren und ohne eine Lokalisierung des Sharing Gebers und Nehmers nicht funktionieren könnten. Dinge mit fremden Menschen zu teilen erfordert Vertrauen. *Soziale Netzwerke* schaffen dieses Vertrauen. Die meisten Share Economy Plattformen

⁵² Vgl. Stephany, A., 2015, S. 9-12.

⁵³ Ebd., 2015, S. 14.

⁵⁴ Vgl. Ebd., 2015, S. 15-21.

verknüpfen die sozialen Profile ihrer Nutzer, um die Identifikation zu gewährleisten. Bewertungssystem und Profile auf den Plattformen schaffen Vertrauen untereinander und geben der virtuellen Person Menschlichkeit. Soziale Netzwerke erweitern sich zu *Online Communitys*, in der Gleichgesinnte aufeinandertreffen und das Gefühl der Zugehörigkeit verspüren.⁵⁵

Die Weltwirtschaftskrise 2008 und ihre Auswirkungen führt zu einem zunehmenden Misstrauen gegenüber großen Unternehmen. Zu dieser Zeit stellen andere Konsumformen eine willkommene Alternative dar und Share Economy Unternehmen profitieren von diesem Verbraucherwandel. Die Erkenntnis, dass Besitz alleine nicht glücklich macht, festigte sich in den Köpfen. Auch dass kein zwischengeschaltetes Unternehmen benötigt wird, um Produkte und Dienstleistungen zu konsumieren, befürworten die Nutzer. ⁵⁶

Die Auswirkungen des Klimawandels führen zu einem *steigenden Umweltbewusstsein* der Weltbevölkerung. Faktoren, wie der zunehmender Wasserverbrauch oder der steigende Kohlenstoffdioxidgehalt, halten den Menschen die Auswirkungen ihres Handelns vor Augen. Somit ergibt sich die Erkenntnis, dass anhaltender Konsum in dieser Weise nicht nachhaltig ist und nicht weitergeführt werden sollte.⁵⁷

Nach Stephany ist die Share Economy nachhaltig, da sie auf dem Prinzip des freien Marktes basiert. Das Teilen hinterlässt einen Mehrwehrt bei den Mensch, vor allem in Form von Geld.⁵⁸

2.5.3 Merkmale des Share Economy Nutzers

Share Economy schafft einen "Mikrokapitalismus"⁵⁹, in dem jeder zum Unternehmer werden kann und dadurch teilweise freier ist. Die Möglichkeit zur Selbstbestimmtheit und Eigenständigkeit kennzeichnet die Share Economy in ihren Grundsätzen. Wie bereits ausgeführt, verändert sich der Status des Konsumenten weg von einem eher passiven zu einem aktiven Konsumenten. Der sogenannte "Prosument" entsteht. Auf der einen Seite nutzt er Share Economy Dienste, auf der anderen Seite bietet er Dienstleistungen oder Güter an. Der Nutzer kann Käufer, Verkäufer oder beides gleichzeitig sein.⁶⁰ Für den

⁵⁵ Vgl. Stephany, A., 2015, S. 21-26.

⁵⁶ Vgl. Ebd., 2015, S. 26-30.

⁵⁷ Vgl. Ebd., A., 2015, S. 30ff.

⁵⁸ Vgl. Ebd., A., 2015, S. 37.

⁵⁹ Vgl. Botsman, R.; Roo, R., 2011.

⁶⁰ Vgl. Stephany, A., 2015, S. 41ff.

Nutzer ist vor allem der Anreiz ein nicht standardisiertes Produkt zu erwerben, ein Grund die Share Economy Angebote zu nutzen.

Stephany stellt generell drei Hauptmotive für die Nutzung von Share Economy Diensten heraus:

- 1. Wirtschaftliche Vorteile (Geld sparen oder verdienen)
- 2. Mehrwert eines sozialen Erlebnisses, das Gefühl von Menschlichkeit und Zugehörigkeit
- 3. Glaube an eine gemeinsame Vision, eine höhere Sache⁶¹

Es müssen nicht zwingend alle Motive auf den Einzelnen zutreffen, außerdem kann die Priorisierung differenzieren.

Der disruptive Charakter einiger Share Economy Start-ups wird auch durch Stephany bestätigt. Es handelt sich dabei um innovative Technologien, anfänglich unterschätzt, die für etablierte Geschäftsmodelle existenzbedrohend sind⁶². Disruptive Technologien finden sich in allen Wirtschafsbranchen und stellen kein Alleinstellungsmerkmal der Share Economy dar.⁶³

2.6 Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse

Tabelle 1 stellt zusammenfassend die wichtigsten methodischen Aspekte der genannten Autoren im Hinblick auf die Share Economy dar Deutlich werden die unterschiedlichen, aber auch übereinstimmenden Begriffsdefinitionen, Treiber und Dimensionen der Share Economy. Die Theorie von Weitzmans wird an dieser Stelle nicht weiter betrachtet.

Gemeinsam ist den Definitionen das Teilen von ungenutzten Kapazitäten, in jeglicher Form, gegen monetäre oder nicht monetäre Gegenleistung. Die durch den Autor gewählte Definition zeigt in einem gewissen Grade den Anteil des ursprünglich altruistischen Motives des Tauschens und Teilens der Share Economy auf.⁶⁴ Wohingegen Botsman und Rogers durchaus dieses Motiv aufgreifen, verneint Stephany es explizit und bezieht sich auf die reinen kommerziellen Aspekte.⁶⁵

⁶² Vgl. Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., 2015a, S. 6,

 $http://www.vzbv.de/pressemitteilung/sharing-economy-beim-teilen-ist-verbrauchern-sicherheit-wichtig, \\14.08.2015.$

⁶¹ Vgl. Stephany, A., 2015, S. 44.

⁶³ Vgl. Stephany, A., 2015, S. 154.

⁶⁴ Vgl. Baumgärtel, T., 2014, http://www.zeit.de/2014/27/sharing-economy-tauschen, 13.08.2015.

⁶⁵ Vgl. Kapitel 2.1 / Kapitel 2.5.1.

Den wichtigsten Treiber stellt der technologische Fortschritt dar, in Form des sozialen Internets, diesen Aspekt teilen alle Autoren. Des Weiteren charakterisiert der fortlaufende Wertewandel und das damit einhergehende veränderte Umweltbewusstsein zusätzliche wichtige Treiber, dargestellt in Tabelle 1 (S. 17).

Die Spalte Dimension beschreibt die wirtschaftswissenschaftliche Einordnung der Share Economy, durch den jeweiligen Autor. Dabei stellt es z.B. für Linne eine alternative Konsumform dar, die parallel zu Kapitalismus und Marktwirtschaft existiert. Für Rifkin hingegen stellt die Share Economy nur eine Momentaufnahme dar, die in einem langen Prozess dazu beiträgt den Kapitalismus zu überwinden. Stephany hingegen sieht die Share Economy als "reinste" Form des Kapitalismus an,⁶⁶

⁶⁶ Vgl. Kapitel 2.2 / Kapitel 2.3 / Kapitel 2.5.

Tabelle 1: Methodischer Überblick zum Thema Share Economy

Autor	Definition	Treiber	Dimension
Botsman / Rogers	"An economic model based on sharing underutilized assets from spaces to skills to stuff for monetary or non-monetary benefits."	 Technologische Fortschritt Wertewandel Wirtschaftliche Realität Ökologischer Druck 	Bestandteil eines neuen Wirtschaftssystems (Collaborative Economy), die eine neue Konsumform darstellt
Linne	"Share Economy bezeichnet das Tauschen, Teilen und Teilhaben von Waren und Dienstleistungen zwischen Privatpersonen mittels Geld oder Gegenleistung."	 Internet Online Community Wertewandel Hyperkonsum 	Alternative Konsumform
Rifkin	-	 Internet Soziales Vertrauen der Marktteilnehmer 	Übergangs- Wirtschaftssystem auf dem Weg zu einem neuen Wirtschaftssystem (Kollaborativen Commons)
Oermann	-	GlobalisierungDigitalisierung	Zukünftiges Wirtschaftssystem
Stephany	"The sharing economy is the value in taking underutilized assets and making them accessible online to a community, leading to a reduced need for ownership."	 Internet Mobile Endgeräte und GPS Soziale Netzwerke Online Community Weltwirtschaftskrise Umweltbewusstsein 	Kapitalistisch – kommerzielle Konsumform

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Botsman, R.; Roo, R., 2011/Linne, M., 2014/Rifkin, J., 2014/Oermann, N. O., 2015/Stephany, A., 2015.

3 Share Economy im Tourismus

Es lassen sich verschiedene Anwendungsbeispiele für den Tourismus finden. Darunter gehören z.B. Car Sharing, Bike Sharing oder auch Food Sharing Angebote. Alle diese Angebote wurden nicht explizite für die touristische Nutzung entwickelt und können von

Einheimischen sowie Touristen gleichermaßen genutzt werden. Das hier betrachtete Share Economy Angebot, als Unterkunftsvermittlung, unterscheidet sich durch sein touristisch ausgelegtes Angebot. Exemplarisch wird die Online-Plattform Airbnb analysiert. Vorgeschaltet findet eine Abgrenzung von Airbnb zu anderen Unterkunftsvermittlungsplattformen statt. Nachfolgend wird auf das Geschäftsmodell von Airbnb eingegangen sowie weitere Faktoren.

3.1 Vermittlungsplattformen von Privatunterkünften

Leerstehende Häuser, Wohnungen oder Zimmer von Privatleuten können mithilfe von Vermittlungsplattformen in den Wertschöpfungsprozess eingeschleust werden. Es existieren verschiedene Portale die diese Dienste anbieten. Für den deutschen Markt sind vor allem Couchsurfing.com, 9flats.com, Wimdu.de und Airbnb.de als größter Anbieter, relevant.

3.1.1 Couchsurfing

Couchsurfing ging 2004 online und stellt ein Gastfreundschaftsnetzwerk dar, in der Gastgeber kostenlos ihre Couch oder ein Bett anderen Mitgliedern zur Verfügung stellen, zum Zwecke der kurzfristigen Beherbergung. Die bis dato Non-Profit Organisation unterlag 2011 einer Unternehmensumstrukturierung und Investorengelder flossen ein.⁶⁷ Es gibt ca. zehn Millionen "Couchsurfer" weltweit in ca. 200.000 Städten.⁶⁸

Die Gastfreundschaft steht beim Couchsurfing im Vordergrund. Es soll für Gastgeber sowie "Couchsurfer" ein Mehrwert entstehen. Es geht um das Erlebnis, welches entsteht wenn Gastgeber und "Couchsurfer" miteinander interagieren. Der Wille sich miteinander auseinander zu setzen gehört zur Couchsurfing Erfahrung hinzu. Es geht nicht um die reine Couch, die vermittelt wird, sondern die Begegnung ist ausschlaggebend. Laut Picard und Buchberger⁶⁹ handelt es sich deshalb um eine reale und authentische Erfahrung.⁷⁰

Es kommt durchaus vor, dass aus "Couchsurfern" Gastgeber werden und somit eine reziproke Beziehung entsteht. Das Grundprinzip von Gastfreundlichkeit beruht auf diesem Prinzip und nach Graburn⁷¹ sind "Couchsurfer" ein Netzwerk aus nicht endender Gegenseitigkeit.⁷² Innerhalb der Couchsurfing Community spielen Nutzerprofile und

⁶⁷ Vgl. Hartmann, R., Pasel, S., 2014, S. 93.

⁶⁸ Vgl. Couchsurfing International, Inc, 2015, http://www.couchsurfing.com/about/about-us/, 01.10.2015.

⁶⁹ Vgl. Picard, D., Buchberger, S., 2013.

⁷⁰ Vgl. Ebd., S., 2013, S. 20.

⁷¹ Vgl. Graburn, N., 2013.

⁷² Vgl. Ebd., 2013, S. 174.

gegenseitige Bewertungen eine erhebliche Rolle. Ohne das Vertrauen in die Gemeinschaft würde das Prinzip nicht funktionieren.⁷³

Der grundlegendste Unterschied zu Airbnb, besteht in der kostenlosen Übernachtung. Auch werden im Normalfall nur Schlafgelegenheiten innerhalb der Wohnung des Gastgebers angeboten und keine ganze Unterkunft. Die Unverbindlichkeit der Übernachtungszusage, stellt auf Seiten des "Couchsurfer" ein erhebliches Risiko dar. Die Unterkunft kann jederzeit durch den Gastgeber abgesagt oder die vorab vereinbarte Aufenthaltsdauer verkürzt werden. Somit ist der "Couchsurfer" der Handlungsgewalt des Gastgebers ausgeliefert.⁷⁴

Generell bedient Couchsurfing einen Nischenmarkt und wird wahrscheinlich keine erheblichen Auswirkungen auf die kommerzielle Tourismusindustrie oder Airbnb haben. Bedingt vor allem durch den nicht monetären Aspekt der Gratisübernachtung und die fehlende Verbindlichkeit der Leistungserbringung.⁷⁵

3.1.2 9flats / Wimdu

9flats und Wimdu stellen die direkten Konkurrenten im Wettbewerb zu Airbnb dar, da sie das gleiche Geschäftsmodell aufweisen und somit die gleiche Dienstleistung anbieten.

Wimdu bietet ca. 300.000 Unterkünfte weltweit an. Sitz der Wimdu GmbH ist Berlin und das deutsche Unternehmen ging im März 2011 online.⁷⁶ Das Unternehmen erhebt eine Bearbeitungsgebühr auf den Gesamtpreis, die von Gast und Gastgeber erhoben wird.⁷⁷ In Köln umfasst das Angebot ca. 427 Unterkünfte.⁷⁸

Die 9 Flats GmbH sitzt in Hamburg und über 9flats.de können ca. 200.000 Unterkünfte weltweit gebucht werden.⁷⁹⁸⁰ Im Unterschied zu Wimdu oder Airbnb trägt der Gastgeber die volle Vermittlungsgebühr von 12 bis 15 Prozent des Unterkunftspreises.⁸¹ Weitere Unterscheidungspunkte sind zum einen die Möglichkeit der Direktbuchung über die

⁷³ Vgl. Bialski, P., 2013, S. 168f.

⁷⁴ Vgl. Hartmann, R., Pasel, S., 2014, S. 98.

⁷⁵ Vgl Ebd., S., 2014, S. 104.

⁷⁶ Vgl. Wimdu.de, 2015a, http://www.wimdu.de/aboutus#about-us-imprint, 02.10.2015.

⁷⁷ Vgl. Hotelverband Deutschland e.V.,2015, S. 111.

⁷⁸ Vgl. Wimdu.de, 2015b, http://www.wimdu.de/, Stand 02.10.2015.

⁷⁹ Vgl. 9 Flats GmbH, 2015a, http://about.9flats.com/de/legal-info, 02.10.2015.

⁸⁰ Vgl. 9 Flats GmbH, 2015b, http://www.9flats.com/de/, 02.10.2015.

⁸¹ Vgl. Hotelverband Deutschland e.V.,2015, S. 111.

Plattform, sowie die Option der Barzahlung bei Ankunft. 8283 342 Unterkünfte sind in Köln über die Plattform buchbar. 84

3.1.3 Airbnb

Das Unternehmen wurde 2008 von Joe Gebbia, Brian Chesky und Nathan Blecharcyk in San Francisco gegründet. Die frischen Absolventen, der Rhode Island School of Design, benötigten zusätzliches Geld, um die damalige Mieterhöhung der Wohnung bezahlen zu können. So entstand die Idee, einen Schlafplatz, bestehend aus einer einfachen Luftmatratze, in der eigenen Wohnung unbekannten Menschen anzubieten. Das Prinzip funktionierte. Nach mehreren Übernachtungsgästen und einer durchgängigen positiven Resonanz dieser, entwickelte sich die Idee zur Unternehmensgründung. So entstand das Unternehmen Airbnb um ein zusätzliches Angebot zu Zeiten von Nachfrageüberschuss zu bieten und Einkommen daraus zu generieren. Seit 2011 ist Airbnb.de als deutscher Ableger verfügbar.

3.1.3.1 Geschäftsmodell

Airbnb ist ein gemeinschaftlicher Marktplatz auf dem Menschen Unterkünfte inserieren und buchen können. Airbnb besitzt keine Unterkünfte, diese werden alleine von den Nutzer zur Verfügung gestellt. Die Einstellung eines Inserates auf Airbnb ist kostenlos. Verwaltet wird die Verfügbarkeit der Unterkunft über einen Kalender, wodurch keine durchgängige Verfügbarkeit einer Unterkunft gewährleistet ist und sie nur an bestimmten Daten vakant ist. Dieses Merkmal steht im Unterschied zur Hotelleistung, die i.d.R. eine durchgängige Verfügbarkeit anbietet. Die Buchungsanfrage wird innerhalb des internen Kommunikationssystems abgewickelt und unterliegt dem Bestätigungsvorbehalt des Gastgebers.⁸⁷

"Airbnb stellt eine Online-Plattform zur Verfügung, die Gastgeber, welche Unterkünfte vermieten möchten, mit Gästen in Verbindung bringt, die solche Unterkünfte mieten

⁸² Vgl. Stiftung Warentest, 2015, S. 87.

⁸³ Vgl. 9 Flats GmbH, 2015c, http://faq.9flats.com/hc/de/categories/200049268-Gastgeber, 02.10.2015.

⁸⁴ Vgl. 9 Flats GmbH, 2015d,

 $http://www.9flats.com/de/searches?utf8=\%E2\%9C\%93\&mode=list\&search\%5Bcurrency\%5D=EUR\&search\%5Bsort_by\%5D=top_ranking\&search\%5Bwoeid\%5D=667931\&search\%5Bgeo_region\%5D=false\&search%5Bpoint_of_interest\%5D=false\&search\%5Bquery\%5D=K\%C3\%B6ln\%2C+Deutschland\&search%5Bstart_date\%5D=&search%5Bend_date\%5D=&search%5Bnumber_of_beds\%5D=2\&number_of_adults=2&search%5Bnumber_of_children\%5D=0&commit=Suchen, Stand 02.10.2015.$

⁸⁵ Vgl. Botsman, R.; Roo, R., 2011, S. ixf.

⁸⁶ Vgl. Hotelverband Deutschland e.V.,2015, S. 111.

⁸⁷ Vgl. Stephany, A., 2015, S. 47.

möchten."⁸⁸ Airbnb stellt nur den Kontakt her und wickelt die Buchung über Airbnb Payments ab. Einnahmen werden durch das Erheben einer Provision generiert. Weitere Erläuterungen dazu in Kapitel 4.1.1 und 4.1.2. Neben der Einnahmenfunktion erfüllen diese Service-Gebühren noch eine weitere wichtige Funktion, sie schaffen ein Gefühl von Sicherheit gegenüber der Leistungserbringung innerhalb der Community. Gebühren fördern außerdem die Glaubwürdigkeit in Airbnb, als vertrauenswürdiges Unternehmen und das Vertrauen der Nutzer untereinander.⁸⁹

In Tabelle 2 ist u.a. die Gesamtanzahl an Gästen dargestellt, die Airbnb seit der Gründung genutzt haben.

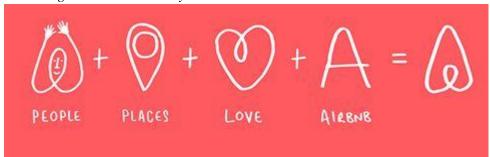
Tabelle 2: Ausgewählte Kennzahlen von Airbnb im Überblick 2015

Gäste insgesamt	Inserate insgesamt weltweit	Inserierte Städte weltweit	
ca. 40.000.000	ca. 1.500.000	ca. 34.000	

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Airbnb Ireland, 2015b, https://www.airbnb.de/about/about-us, 29.10.2015.

Die Anzahl der Gäste steht stellvertretend für die Community hinter Airbnb, die kennzeichnend für ein Share Economy Unternehmen ist. Bindeglied der Airbnb Community ist das gemeinsame Interesse in ein ähnliches Reiseerlebnis, verdeutlicht durch das Symbol "Bélo" und den abgeleiteten Slogan "Belong anywhere". In Abbildung 2 sind die Bausteine und das Symbols dargestellt. Das Marketinginstrument soll den Nutzer das Gefühl der Gruppenzugehörigkeit vermitteln, egal wo man sich auf der Welt befindet.⁹⁰

Abbildung 2: Bausteine und Symbol von Airbnb



Quelle: Designboom, 2014, http://www.designboom.com/design/airbnb-rebrand-gives-its-community-asense-of-belonging-07-16-2014/, 24.10.2015.

Es besteht die Möglichkeit Treffen von Gästen und Gastgebern, sogenannte "Airbnb-Meet Ups", beizuwohnen. Diese sollen dem Austausch und Kennenlernen anderer Airbnb

⁸⁸ Airbnb Ireland, 2015a, https://www.airbnb.de/terms, 29.10.2015.

⁸⁹ Vgl. Botsman, R.; Roo, R., 2011, S. xiii.

⁹⁰ Vgl. Airbnb Ireland, 2015c, Pressematerial. Menschen Orte Liebe (Film). https://www.airbnb.de/press/resources, 29.10.2015.

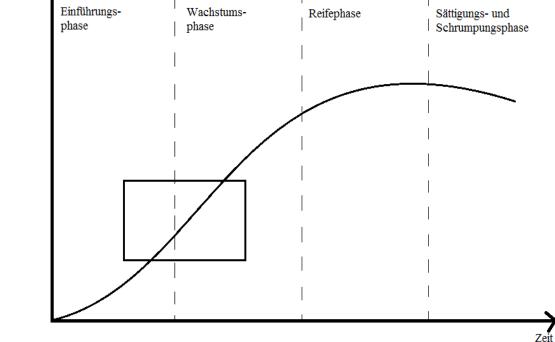
Nutzer in der eigenen Stadt dienen.⁹¹ An diesem Modell zeigt sich die charakteristische Übertragung der Online Aktivität auf die Offline Aktivität der Share Economy Nutzer.

3.1.3.2 Unternehmensentwicklung

Abbildung 3: Produktlebenszyklus Airbnb

Airbnb erlebt bis jetzt den klassischen Produktlebenszyklus und befindet sich am Anfang der Wachstumsphase, dargestellt in Abbildung 3 anhand der Markierung. Es kann aktuell keine Aussage erfolgen, ob die Entwicklung von Airbnb dem klassischen Verlauf treu bleiben wird, mit weiterem Wachstum ist jedoch zu rechnen.⁹²

Umsatz 4 Einführungs-Wachstums-Reifephase phase phase



Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Freyer W., 2015, S. 421f.

Im Jahr 2012 erweitert Airbnb sein Geschäftsfeld durch den Kauf des britischen Unternehmens Crashpadder. Crashpadder war auch eine Onlineplattform, wie Airbnb, auf der Unterkünfte zur kurzzeitigen Vermietung eingestellt und gemietet werden konnten und somit die gleichen Dienstleistungen anboten. Diese unternehmerische Erweiterung, kurz vor den Olympischen Sommerspielen in London, war aus strategischer Sicht sehr günstig gewählt.93

⁹¹ Vgl. Airbnb Ireland, 2015d, https://www.airbnb.de/help/article/356/what-are-meetups, 29.10.2015.

⁹² Vgl. Kagermaier, A.; Köller, J.; Stors, N., 2015, S. 25.

⁹³ Vgl. Räth, M.,2012, http://www.gruenderszene.de/news/crashpadder-airbnb, 04.10.2015.

Airbnb wird aktuell mit 25,5 Milliarden *United States Dollar* (US-Dollar) bewertet.⁹⁴ In einem Ranking des Wall Street Journals steht Airbnb mit dieser Summe an Platz drei, der höchst bewerteten digitalen Start-Ups weltweit. Beachtet werden muss, wie in Abbildung 4 dargestellt, dass nur privat geführte Unternehmen, die in den letzten vier Jahren einer Finanzierungsrunde unterlagen und die mindestens eine Risikokapitalbeteiligung eines Investors aufweisen, aufgeführt werden.

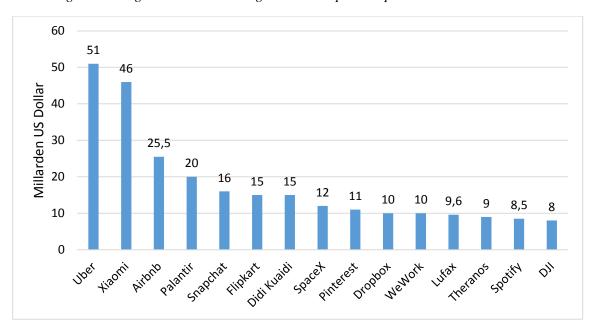


Abbildung 4: Ranking der wertvollsten digitalen Startups im September 2015

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Austin, S.; Canipe, C.; Slobin, S., 2015, http://graphics.wsj.com/billion-dollar-club/?co=Airbnb, 03.10.2015.

Die hohe Bewertung ist vor allem dem schnellen Wachstum von Airbnb in den letzten Jahren zu verdanken. 2011 verzeichnete Airbnb weltweit ca. 120.000 Inserate, im Jahr darauf waren es schon mehr als doppelt so viele ca. 300.000. Der aktuelle Wert von ca. 1.5 Millionen Inseraten, lässt sich vor allem auf den wachsenden Bekanntheitsgrad von Airbnb zurückführen. In 2014 konnte Airbnb einen Umsatz in den USA von 240 Millionen US-Dollar verzeichnen. 95

3.1.3.3 Angebot in Deutschland

Generell bietet Airbnb drei unterschiedliche Unterkunftsarten an: ganze Unterkunft, Privatzimmer und gemeinsames Zimmer. Weiter differenziert wird nach der Art der Immobilie, in der sich die Unterkunft befindet. Die gebräuchlichsten Objekttypen sind

⁹⁴ Vgl. Demos, T.2015, http://www.wsj.com/articles/airbnb-raises-1-5-billion-in-one-of-largest-private-placements-1435363506, 03.10.2015.

⁹⁵ Vgl. Henning, C., 2015, http://hottelling.net/2015/04/09/airbnb-machtiger-hotelkiller-wird-immer-starker/, 30.08.2015.

Wohnungen in einem Mehrparteienhaus oder das Einfamilienhaus. Airbnb zählt auch die Bezeichnung Bed&Breakfast zu den Objekttypen, wenn mehrere Zimmer in einer Unterkunft vermietet werden und Frühstück inbegriffen ist. In Tabelle 3 sind alle möglichen Immobilienarten dargestellt.

Tabelle 3: Objekttypen bei Airbnb

- Haus	- Villa	- Baumhaus	- Wohnwagen /
- Reihenhaus	- Schlafsaal	- Tipi	Wohnmobil
- Wohnung	- Boot	- Insel	- Schloss
- Bed&Breakfast	- Flugzeug	- Almhütte	- Rundzelt
- Bungalow	- Zug	- Erdhaus	- Höhle
- Blockhütte	- Iglu	- Hütte	
- Loft	- Leuchtturm	- Zelt	

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Airbnb Ireland 2015e, https://www.airbnb.de/rooms/new, 29.10.2015.

Weltweit sind ca. 9.000 Boote, ca. 2.800 Baumhäuser oder 1.000 Inseln über Airbnb buchbar. 96 Somit stehen mindestens 25 verschiedene Angebote im Port-Folio von Airbnb aus denen der Kunde wählen kann. In Köln sind aktuell 13 verschiedene Objekttypen buchbar, Kursiv dargestellt in Tabelle 3.

Neben der Art der Unterkunft bietet die Website weitere Filtermöglichkeiten für den Kunden. Die Suche kann an die individuellen Bedürfnisse und Ansprüche angepasst werden und verringert somit den Aufwand für den Nutzer. Als Filtermöglichkeiten stehen u.a. 31 verschiedene Ausstattungsvarianten wie z.B. WLAN oder Frühstück, oder eine bevorzugte Sprache des Gastgebers zur Verfügung.⁹⁷ Des Weiteren kann die Kompetenz des Gastgebers über den "Superhost" Status spezifiziert werden. "Superhost" Gastgeber zeichnen sich durch eine qualitativ hochwertige Leistung aus und profitieren durch häufigere Buchungen.⁹⁸

Berlin stellt den größten Markt in Deutschland für Airbnb, mit ca. 14.000 Inseraten, dar. Aus Abbildung 5 S. 25 geht hervor, dass Köln aktuell an Platz vier in Deutschland liegt, mit ca. 2.100 Inseraten. Beachten werden muss, dass die Zahlen nur eine Momentaufnahme darstellen. Es zeigt sich die überwiegende urbane Verteilung von Inseraten in Deutschland.

 $^{^{96}}$ Vgl. Henning, C., 2015, http://hottelling.net/2015/04/09/airbnb-machtiger-hotelkiller-wird-immerstarker/, 30.08.2015.

⁹⁷ Vgl. Airbnb Ireland, 2015f, https://www.airbnb.de/s/K%C3%B6ln-Deutschland?guests=&ss_id=10q9zdb5&source=bb, 29.10.2015.

⁹⁸ Vgl. Airbnb Ireland, 2015g, https://www.airbnb.de/superhost, 29.10.2015.

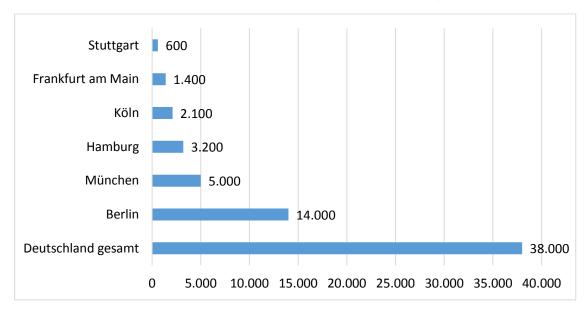


Abbildung 5: Aufkommen der größten Airbnb Inserate in Deutschland April 2015

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Henning, C., 2015, http://hottelling.net/2015/04/09/airbnbmachtiger-hotelkiller-wird-immer-starker/, 30.08.2015.

Nach eigenen Testanfragen des Autors unterliegt der durchschnittliche Preis pro Nacht in generellen äußeren Faktoren, wie dem Wochentag oder Feiertagen. Je größer die Wohnfläche, die dem Gast zur alleinigen Nutzung zur Verfügung steht, desto höher steigt der Preis. Somit sind im Durchschnitt gemeinsame Zimmer günstiger als ganze Unterkünfte.99

2014 wurde das Angebot von Airbnb in ausgewählten Märkten um einen Geschäftsreisedienst erweitert. Seit Juli 2015 steht die zusätzliche Funktion weltweit zur Verfügung. Bereits 250 Unternehmen nutzten Airbnb für Geschäftsreisen oder Firmenkunden. Wie auch für den Privatkunden ist ein Nutzerkonto Voraussetzung. Mit der neuen Zielgruppe soll das Angebot ausgebaut werden und eine zusätzliche Einkommensquelle geschaffen werden. 100 Ob das Business-Angebot langfristig den Ansprüchen von Geschäftsreisenden entsprechen wird, kann zu diesem Zeitpunkt nicht beantwortet werden. Es zeigt jedoch neue unternehmerische Entwicklungen von Airbnb auf und den zunehmenden Grad der Professionalisierung des Angebots generell.

⁹⁹ Vgl. Airbnb Ireland, 2015f, https://www.airbnb.de/s/K%C3%B6ln--Deutschland?guests=&ss_id=10q9zdb5&source=bb, 19.10.2015.

¹⁰⁰ Vgl. FVW Medien GmbH, 2015a

http://www.fvw.de/?event=page.index&cmp.socialbookmarks.metadata.key=145959|150&cid=12059, 04.10.2015.

3.1.3.4 Einstellungen gegenüber der Share Economy

Vorangeführt werden ausgewählte Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung, im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, zu den Verbraucher-Einstellungen gegenüber der Share Economy in Deutschland, im Mai 2015.

In der Telefonbefragung (n=1.009) gaben rund 80 Prozent die Bereitschaft zum Verleihen von Dingen an. Bedingt wird die Aussage durch die Prämisse, dass zum Verleih nur die eigene Bekanntschaft in Frage kommt. Die Bereitschaft Dinge an Fremde zu verleihen teilen ca. zehn Prozent der Befragten.¹⁰¹

Aus der Studie geht als Hauptmotiv, Dinge zu verleihen, die Hilfsbereitschaft anderen Menschen gegenüber hervor. Ca. 74 Prozent gaben an, dass sie anderen damit Gutes tun können. Für mehr als die Hälfte sind ökologische Gründe ausschlaggebend. Nur elf Prozent gaben monetäre Gründe, als Motiv zum Verleih von Dingen an. ¹⁰²

Werkzeuge, Autos und Gartengeräte seien besonders gut zum Verleihen geeignet, wohingegen (Ferien-)Wohnungen nur von zwei Prozent als geeignet angesehen werden. Apartment-Sharing ist fast 64 Prozent bekannt, wurde aber nur von vier Prozent der Befragten genutzt. Es bestehe aber ein Nutzungspotenzial und 40 Prozent können sich vorstellen, es in Zukunft zu nutzen. Dabei können sich vor allem die jüngeren Generationen vorstellen, Sharing Angebote zu nutzen. ¹⁰³

Aus der Studie ging hervor, dass vor allem bildungsorientierte Schichten den Grundgedanken der Share Economy offen gegenüber stehen. Außerdem würden sich ca. 60 Prozent der Befragten an ein Unternehmen wenden und nur ein Drittel den peer-to-peer Austausch wählen. Hierbei spielt der wahrgenommene höhere Sicherheitsfaktor von kommerziellen Angeboten die entscheidende Rolle. 104

Für Verbraucher in Deutschland besteht durchaus das Potenzial Apartment-Sharing Plattformen wie Airbnb zu nutzten. Rahmenbedingungen, wie Verbraucher- und Datenschutzstandards müssen jedoch vorhanden sein.¹⁰⁵

¹⁰¹ Vgl. TSN Emnid, 2015, S. 8f.

¹⁰² Vgl. Ebd,. 2015, S. 9f.

¹⁰³ Vgl. Ebd,. 2015, S. 11-19.

¹⁰⁴ Vgl. Ebd,. 2015, S. 2f.

¹⁰⁵ Vgl Ebd,. 2015, S. 2f.

3.1.3.5 Motivstruktur der Gäste und Gastgeber

Die Frage, warum Airbnb von den Mitgliedern genutzt wird, wird im folgenden Kapitel dargestellt. Es ist essentiell die Motive der Nutzer zu verstehen, um davon Rückschlüsse auf den möglichen Wandel im Reiseverhalten zu ziehen und die Auswirkungen auf die Hospitality Industry. Die Motive werden für Gast und Gastgeber gesondert betrachtet, da sie unterschiedliche Akzentuierungen aufweisen, aber grundlegend im monetären und persönlichen Aspekt der Übernachtung übereinstimmen.

Wie bereits in Kapitel 2.2.2 dargestellt ist u.a. die Community und das Gefühl "Teil eines großen Ganzen" zu sein, kennzeichnend für die Partizipation an der Share Economy. Neben dem persönlichen Motiv stehen auch monetäre Aspekte im Vordergrund. Die genaue Motivstruktur der Gäste und Gastgeber wurde in einer Studie der Universität Trier¹⁰⁶ analysiert. Untersuchungsmethodik war ein Mix aus qualitativen Interviews von Gästen und Gastgebern aus Trier und Berlin und eine quantitative Online Befragung. Aus der Gesamtheit der Ergebnisse wurden die Motive der Gäste und Gastgeber abgeleitet.

3.1.3.5.1 Motive der Gäste

Zentrales Motiv der Airbnb Gäste ist der ökonomische Aspekt Geld zu sparen. Für fast 50 Prozent der Business-Reisenden ist dieser Aspekt am wichtigsten. Im Leisure Bereich spielt es für rund ein Drittel den bedeutendsten Aspekt. Nach dem monetären Aspekt spielt die Interaktion mit dem Gastgeber die wichtigste Rolle. Nicht nur der Kontakt zu Einheimischen wird gesucht, sondern auch die Aussicht neue Leute kennenzulernen wird priorisiert. Ausgenommen von diesem Aspekt sind Business-Reisende, dort spielt die persönliche Interaktion eine untergeordnete Rolle. Auch das private Ambiente der Unterkunft ist ein Motiv der Airbnb Gäste. Eine nicht standardisierte Unterkunft, die in Gestaltung und Einrichtung, sich in der eines Hotels unterscheidet, spielt in das Besuchserlebnis mit ein. Weitere Aspekte wie sich Airbnb auf das Reiseerlebnis innerhalb der Destination auswirkt, werden in Kapitel 3.1.3.6 dargestellt. Die Befragten gaben auch die einfache und unkomplizierte Kommunikation mit dem Gastgeber und die individuelle Lage der Unterkunft innerhalb der Destination, als Motive für die Nutzung von Airbnb an. 108

¹⁰⁶ Vgl. Kagermaier, A.; Köller, J.; Stors, N., 2015.

¹⁰⁷ Vgl. Ebd,. 2015. S. 10ff.

¹⁰⁸ Vgl. Ebd,. 2015. S. 11.

3.1.3.5.2 Motive der Gastgeber

Für die Gastgeber ist nie ein einzelnes Motiv bestimmend und ausschlaggebend für die Nutzung von Airbnb. Die Gründe zur Nutzung setzen sich aus mehreren Motiven zusammen, die in ihrer Gewichtung differenzierten. Die Priorisierung der einzelnen Motive der Gastgeber hängt auch mit der angebotenen Unterkunftsart zusammen. Es kann gesagt werden, dass je mehr Wohnraum angeboten wird, desto professioneller ist die Vermietung und die Motive werden anders gewichtet, als im Vergleich mit einem Gelegenheits-Gastgeber auf Airbnb.

Gemeinsames Hauptmotiv ist die Möglichkeit überhaupt eine Unterkunft anbieten zu können. Voraussetzung dafür ist die freie Kapazität im Wohnobjekt. Positiv bewertet wird auch die flexible Nutzung dieser freien Kapazität, da immer die Möglichkeit besteht, die angebotene Unterkunft auch wieder dem Eigenbedarf zuzuführen. Der monetäre Aspekt ist bei professionalisierten Anbietern meist im Vordergrund. Für 20 Prozent der Befragten gilt die Vermietung über Airbnb als (Neben-) Job und der eigene Lebensunterhalt wird darüber finanziert. Gastgeber, die die eigene Wohnung nur während ihrer eigenen Abwesenheit anbieten, nutzten es meist zum Zwecke der Kostendeckung. Der finanzielle Aspekt rückt für Gastgeber eines Zimmers innerhalb der eigenen Wohnung, im Vergleich zu den persönlichen Motiven, in den Hintergrund. Für die nicht-professionellen Gastgeber von Privatzimmer stellt die soziale Komponente eine übergeordnete Rolle, in der bewusst sozialer Kontakt und interkultureller Austausch gesucht wird. Besonders angenehm wird die Unverbindlichkeit der Interaktion von Gast und Gastgeber wahrgenommen. Die Grundlage bietet hier die professionalisierte Dienstleistung durch Airbnb. Dadurch, dass eine Bezahlung erfolgt, herrscht kein Zwang zur Interaktion zwischen Gast und Gastgeber, im Vergleich zu z.B. Couchsurfing. Ein weiteres Motiv stellt die Authentizität der Erfahrung dar. Wieder ist dies stark vom einzelnen Gastgeber abhängig, ob Interesse besteht dem Gast die "echte Stadt" zu zeigen oder ob sich die Interaktion auf Formalitäten reduziert. 109

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die monetären Aspekte, sowie sozialen Kontakte die Hauptmotive für Gast und Gastgeber darstellen, das Angebot über Airbnb zu nutzten.

¹⁰⁹ Vgl. Kagermaier, A.; Köller, J.; Stors, N., 2015. S. 13-17.

3.1.3.6 Exkurs: Merkmale der Airbnb Erfahrung

Mansfeldt versucht das Reiseerlebnis, die Reiseerfahrung der Airbnb Gäste und Gastgeber, durch das Konzept der "in-betweenness" darzustellen und damit erste Ansätze zu liefern, das Verhalten der Airbnb Gemeinschaft wissenschaftlich zu analysieren. In der deutschen Sprache existiert keine wirklich hinreichende, direkte Übersetzung, weswegen im weiteren Verlauf der Arbeit das Adverb "dazwischen" als Bedeutung ausreichen muss. Dabei muss angemerkt werden, dass dies keine direkte und wirklich wahrhafte Übersetzung ist. Nicht nur das Reiseerlebnis von Airbnb wird durch die "in-betweenness" gekennzeichnet, sondern auch ein genereller Wandel innerhalb der Touristik. Hervorgerufen durch das veränderte Konsumentenverhalten des Touristen, vor allem des Städtereisenden, wie er die Destination erleben will.¹¹⁰

In dem Paper sollte herausgefunden werden, ob und wie Airbnb das Reiseverhalten bzw. das Reiseerlebnis des einzelnen Gastes und Gastgebers beeinflussen kann. Die Airbnb Erfahrung wurde in ihrer Dimension auf drei entscheidende Merkmale hin eingeteilt: Die Mehrdeutigkeit von Erfahrungen, bezogen darauf Tourist und Einheimischer zur selben Zeit zu sein. Die Mehrdeutigkeit der Beziehung zwischen Gast und Gastgeber. Und die Mehrdeutigkeit von Raum, bezogen auf Räume, die zwischen den klassisch touristischen Räumen liegen.¹¹¹

Als grundlegendes Ergebnis der Untersuchung kann gesagt werden, dass das Airbnb Nutzerverhalten keine extremen Ausprägungen aufweist. Oft sind die Nutzer irgendwo "dazwischen" einzuordnen.¹¹²

Von den Nutzern der Untersuchung, wurde weder angestrebt ein Einheimischer zu sein oder nur als Tourist zu gelten. Es wurde versucht, das Beste aus beiden Welten zu haben. Als Tourist die Stadt an sich zu schätzen, die für den Einwohner schon alltäglich geworden ist und sich trotzdem bis zu einem gewissen Grad auch als Einheimischer fühlen zu können. Ähnlich wird auch der Raum genutzt. Die Gäste wollen sich nicht nur an den für Touristen geschaffenen typischen Orten aufhalten. Auf der anderen Seite, sollen die Hauptattraktionen einer Destination nicht verpasst werden. Die Beziehung zwischen einem Gast und Gastgeber kann sehr unterschiedliche Ausprägungen annehmen, wie auch schon in Kapitel 3.1.3.5 dargestellt. Die Beziehung ist immer abhängig von den persönlichen

¹¹⁰ Vgl. Mansfeldt, O.,K., 2015, S.103.

¹¹¹ Vgl. Ebd,. 2015, S.104.

¹¹² Vgl Ebd., 2015, S.113.

Interessen der Individuen und wie intensiv sie mit dem anderen interagieren möchten. Die Begegnungen in den untersuchten Fallbeispielen wurden durch zwei Beziehungsverhältnisse bestimmt. Zum einem ist es eine Käufer-Verkäufer Situation und eine freundschaftliche Beziehung. Beide Verhältnisse finden parallel statt. Die käufliche Transaktion gleicht der Angebots und Nachfrage Konstellation in der kommerzialisierten Beherbergungsbranche, währenddessen die freundschaftliche Grundhaltung auf das Tauschverhältnis der Unterkunft zurückzuführen ist. Schließlich wird das Eigentum einer anderen Privatperson genutzt, mit der der Gast gut umgehen möchte. 113

Erkennen lässt sich, dass die Airbnb Erfahrung nicht unbedingt anders ist, als die traditionelle touristische Erfahrung. Laut Mansfeldt, stellt die Airbnb Erfahrung kein Gegenteil der Branche dar, sondern es existieren viele Überschneidungen und Gleichheiten. Der Größte Unterschied besteht darin, dass z.B. die Airbnb Übernachtung sich in solch verschiedenen Merkmalen unterscheiden kann, dass keine generelle Gebrauchsanweisung für die Beherbergungsleistung definiert werden kann. Mansfeldt hinterfragt außerdem den Share Economy Ansatz des Teilens zwischen Gast und Gastgeber bei Airbnb und spricht vom stereotypischen Ideal, welches abweichend von der Realität ist und das die Kommerzialisierung vorangeschritten ist. 114 Diese Annahme wurde bereits in Kapitel 2.5.1 S. 12 von Stephany angeführt.

Als Ergebnis der Untersuchung, kann herausgestellt werden, dass sich Airbnb Gäste sowohl "touristisch", als auch in anderen Situationen "nicht touristisch" verhalten. Somit unterscheidet sich der Airbnb Reisende kaum von anderen Touristen in ihrem Reiseverhalten innerhalb der Destination. Weder das eine, noch das andere Extrem wird komplett erfüllt. Die Airbnb Erfahrung liegt dazwischen.

Diese Erkenntnis ist wichtig für das Beherbergungsgewerbe, somit unterscheidet sich das Reiseverhalten des Airbnb Kunden nicht bedeutend vom typischen Nachfrager und das Potenzial ist durchaus vorhanden, dass dieser Gast für den nächsten Aufenthalt die klassische Hotellerie wählt.

3.2 Reaktionen der Tourismusbranche

Die in Kapitel 3.1.1, 3.1.2 und 3.1.3 dargestellten Anwendungsbeispiele der Share Economy im Tourismus führen zu einer zunehmenden Diskussion des Themas in der

¹¹³ Vgl. Mansfeldt, O.,K., S. 108-112.

¹¹⁴ Vgl. Ebd,. S. 111.

¹¹⁵ Vgl. Ebd., S. 103f.

Branche. In der medialen Diskussion wird die Thematik oft negativ dargestellt und Begrifflichkeiten wie "Shadow Economy"¹¹⁶ oder "Plattformkapitalismus"¹¹⁷ prägen den Dialog. Der Deutscher Tourismusverband e.V.¹¹⁸ (DTV) sieht in der Share Economy Potentiale für die touristische Angebotsentwicklung, äußert aber auch generelle Kritik.

3.3 Chancen und Risiken der Share Economy

Chancen der Share Economy bestehen u.a. in der Manifestierung von ökologischen Aspekten bei unternehmerischen Entscheidungen, die sich vor allem in nachhaltigem Handeln aufzeigen können. Des Weiteren besteht die Möglichkeit des "Lerneffektes" von Share Economy Anbietern und die Anpassung des Geschäftsmodels an neue Marktgegebenheiten. Generell können neue Anbieter entstehen, die wiederum neue Kunde generieren und das Marktvolumen vergrößern. Innovative Anbieter mit neuen Geschäftsmodellen können die Hinterfragung von bestehenden Regulierungen initiieren und einen möglichen Abbau der Überregulierung hervorrufen. ¹¹⁹

Mögliche Wettbewerbsverzerrung, gehört zu den häufigsten Risiken der Share Economy, aus Sicher der Branche. Die Wettbewerbsverzerrung verursacht eine Benachteiligung der bestehenden Marktteilnehmer. Dies kann sich in einem mangelnden Verbraucherschutz der Nutzer darstellen oder auch in der Abzeichnung bedenklicher Arbeitsverhältnisse. Die vermehrte Verabschiedung von Zweckentfremdungsverboten in Städten und restriktiven Gesetzen kann zunehmen.¹²⁰

Inwieweit sich die Share Economy innerhalb des Tourismus und besonders Airbnb entwickeln wird, kann nicht vorhergesehen werden. Es stellt eine Herausforderung dar, die Chancen zu nutzen und die Risiken zu minimieren.

3.4 Auswirkungen auf das Beherbergungsgewerbe

Airbnb stellt eine Vermittlungsplattform für Privatunterkünfte dar und ist somit eine Vertriebsmöglichkeit der Parahotellerie und stellt keinen Beherbergungsbetrieb dar. ¹²¹ Es

¹²⁰ Vgl. Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (Hrsg.), 2015b,

http://www.vzbv.de/pressemitteilung/sharing-economy-beim-teilen-ist-verbrauchern-sicherheit-wichtig, 14.08.2015.

¹¹⁶ Vgl. Baumgärtel, T., 2014, http://www.zeit.de/2014/27/sharing-economy-tauschen, 13.08.2015.

¹¹⁷ Vgl. Lobo S., 2014, http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/sascha-lobo-sharing-economy-wie-bei-uber-ist-plattform-kapitalismus-a-989584.html, 18.08.2015.

¹¹⁸ Vgl. Deutscher Tourismusverband e.V., o. Jahr,a,

 $http://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDFs/Share_Economy.pdf, 07.10.2015.$

¹¹⁹ Vgl. Ebd.

¹²¹ Vgl. Freyer W., 2015, S. 185f.

existieren zahlreiche Vermittlungsportale wie z.B. Booking.com oder HRS die Beherbergungsleistungen vertreiben auf Provisionsbasis. Im Unterschied zu den genannten Portalen, bezieht Airbnb Privateigentum in die Wertschöpfungskette mit ein und bietet die Möglichkeit der globalen Kurzvermietung von privaten Wohnungsflächen. Eine Vertriebsmöglichkeit für den privaten Verbraucher wurde geschaffen, die es in dieser Größenordnung noch nicht gab.¹²²

Das zusätzliche Angebot erhöht den Wettbewerb im Zielgebiet für die etablierten Markteilnehmer. Im Wettbewerbsmarkt treffen Käufer und Verkäufer aufeinander und der Marktmechanismus bestimmt den Preis. 123 Inwieweit sich das zusätzliche Angebot durch Airbnb auf einen bestehenden Hotelmarkt auswirken kann, wurde von der Bosten Universität 124 im Jahr 2013 untersucht. Exemplarisch wurde der Hotelmarkt in Texas untersucht und die monatlichen Hotelerträge als Bezugswert bestimmt. Bei einem Wachstum von 1 Prozent der Airbnb Inserate in einem existierenden Markt, konnte ein 0,05 Prozent Rückgang der Quartalen Hotelerträge festgestellt werden. Die größten Auswirkungen konnten bei Budget Hotels und Privatgeführten Hotels, ohne bedeutendes Businessangebot, festgemacht werden. 125 Ein wachsendes Airbnb Angebot hat durchaus Auswirkungen auf einen bestehenden Markt. Leider fehlen genaue Zahlen und Statistiken im Allgemeinen, da solche Privatvermietungen von der Statistik im Regelfall nicht erfasst werden.

Auf Basis der bisher abgebildeten Erkenntnisse, lässt sich folgende Hypothese, die es zu überprüfen gilt, formulieren: Je größer das Angebot von Airbnb, desto stärker ist der Handlungsbedarf vom Beherbergungsgewerbe gegen Airbnb vorzugehen. Die weiteren Ausführungen helfen bei der Beantwortung der Hypothese.

3.5 Ausgewählte Hotelprodukte

Es existieren einige Marktsegmente in der Hotellerie die durchaus Ähnlichkeiten mit der Airbnb Erfahrung aufweisen. Es kann nicht davon ausgegangen werden, dass diese Segmente ein reaktionäres Verhalten auf Airbnb oder ähnliche Plattformen sind und wohl eher auf den allgemeinen Wandel der Kundenstruktur zurückzuführen sind. Die

¹²² Vgl. Gesellschaft für Tourismus Forschung UG, 2015, http://www.gftf.de/laut-nachgedacht/machtbookingcom-die-share-economy-salonfaehig.html, 18.10.2015.

¹²³ Vgl. Krugman, P.; Wells, R., 2012, S. 70ff.

¹²⁴ Vgl. Zervas, G.; Proserpio, D.; Byers, J. W., 2015, S. 1ff.

¹²⁵ Vgl. Stephany, A., 2015, S. 135f.

bestehenden Ähnlichkeiten in der Hotelleistung werden in den folgenden Kapiteln anhand ausgewählter Marktsegmente erläutert. Hier nicht aufgeführte Marktsegmente können auch Ähnlichkeiten mit der Airbnb Erfahrung aufweisen, eine ausführliche Betrachtung ist an dieser Stelle jedoch nicht sinnvoll.

3.5.1 Lifestyle-, Design- und Boutiquehotels

Die Entstehung dieses Marktsegments ist u.a. eine Antwort auf die zunehmende Individualisierung des Reisemarktes und die Anpassung an die Zielgruppe der "Generation Y". 126 In der wissenschaftlichen Literatur lassen sich keine genauen Abgrenzungen der Hoteltypen finden und teilweise existieren auch Mischformen. Eine Abgrenzung zu klassischen Hoteltypen erfolgt über die ästhetisch-funktionale Ausrichtung der Inneneinrichtung, die im Gegensatz zu der funktionalen Ausrichtung von klassischen Hotels steht. Generell zeichnen sich Lifestyle-, Design- und Boutiquehotels durch ihr individuelles Design ab. Es soll ein bestimmtes Lebensgefühl vermittelt werden, was vor allem auf den Transfer von Emotionen anspielen soll. Neben dem individuellen modernen Standorte, hochwertige Design exklusive Angebote und einzigartige Übernachtungsmöglichkeiten die grundlegendsten Unterscheidungsmerkmale zu einem standardisierten Hotelprodukt. 127

Die Mehrzahl der globalen Hotelgruppen bieten für dieses Segment eigene Marken an oder planen die zeitnahe Markteinführung¹²⁸. Dabei existieren z.B. Konzepte, die umweltfreundlich sind oder mit der modernsten Technik ausgestattet sind und so gezielt eine moderne Zielgruppe bedienen wollen. Andere Konzepte spielen auf den persönlichen Service für den Gast an und versuchen die Dienstleistung so individuell und persönlich wie möglich zu gestalten. Auch soll eine optimale Einbindung in die natürliche Umgebung des Hotels geschaffen werden, sodass es attraktive Angebote für Hotelgäste sowie Einheimische gibt. Es wird versucht, Einheimische durch öffentlich zugängliche Räume zu gewinnen und Berührungspunkte zu Hotelgästen herzustellen.¹²⁹

Nicht nur globale Hotelketten bieten die Konzepte an, diese sind auch in der Individualhotellerie zu finden. Boutiquehotels kennzeichnen sich durch ihre klare künstlerische Ausrichtung im Design. Dieses Konzept bedienen oft privatgeführte und kleinere Hotels. In der Regel haben sie einen höheren Durchschnittspreis, als klassische

¹²⁶ Vgl. Hotelverband Deutschland e.V.,2015, S. 125.

¹²⁷ Vgl. Gardini, M., A., 2010, S. 91.

¹²⁸ Vgl. Hotelverband Deutschland e.V.,2015, S. 127.

¹²⁹ Vgl. Ebd., 2015, S. 125-130.

Luxushotels und die Zielgruppe weist eine Kunstaffinität auf. Das gesamte Hotel zeichnet sich durch hochwertige, individuelle Einrichtung und Service-Leistungen aus. 130

Kennzeichnend für das Marktsegment der Lifestyle-, Design- und Boutiquehotels ist die Abkehr von standardisierten Konzepten. Die Hotels weisen individuelle Einflüsse der Destination auf und versprechen dem Kunden ein einmaliges Erlebnis. Sie weisen damit Ähnlichkeiten zur Airbnb Erfahrung auf, indem versucht wird Angebote für Einheimische und Hotelgäste zu schaffen und Berührungspunkte im eigenen Haus entstehen zu lassen.

3.5.2 Boardinghouse / Serviced Apartments

Das Boardinghouse oder auch Serviced Apartment genannt, stellt einen der aktuellen Wachstumsmärkte im Beherbergungsgewerbe dar. Kennzeichnend ist die Wohnatmosphäre der Unterkünfte, die eine individuelle Wohnlösung für den Gast bieten soll. Die Größe der Einheiten variiert von 1-Zimmer-Apartments bis 3-Zimmer-Apartmens. Nicht nur die Größe, sondern auch der Dienstleistungscharakter kann stark variieren, in der Regel sind alle Unterkünfte mit Selbstversorgungseinheiten ausgestattet. Hauptzielgruppe sind Langzeitaufenthalte, hauptsächlich Geschäftsreisende. Das Marktsegment positioniert sich zwischen der klassischen Hotellerie und dem Wohnungsmarkt und füllt die Lücke für temporäres Wohnen im urbanen Raum.

An diesem Marktsegment lässt sich der zunehmende "Wohntrend" in der Beherbergungsindustrie darstellen. Der Kunde möchte in einer fremden Stadt wohnen, besonders wenn es sich um langfristige Aufenthalte handelt. Es lässt sich die These ableiten, dass der Aufenthalt im klassischen Hotel nicht mehr alle Bedürfnisse des Kunden erfüllt.

3.5.3 Exkurs: Geschäftsmodell von Hotelketten

Stephany führt drei Hauptgründe an, warum Hotelketten nur langsam ihre Geschäftsmodelle an sich verändernde Kundenbedürfnisse anpassen. Er bezieht sich damit auf Hotelketten im Allgemeinen. Erstens, die kurzfristige Beherbergung von Gästen in Privatunterkünften ist nicht ausreichend gesetzlich reguliert und birgt damit ein erhöhtes wirtschaftliches Risiko in solche Märkte zu investieren. Es muss beachtet werden, dass Stephany seine Behauptung auf den Vergleich mit dem Car-Sharing Markt bezieht und somit die Aussage nicht generalisiert werden kann. Der zweite Grund bezieht sich auf

¹³⁰ Vgl. Hotelverband Deutschland e.V.,2015, S. 129f.

¹³¹ Vgl. Gardini, M., A., 2010, S. 94.

¹³² Vgl. Hotelverband Deutschland e.V.,2015, S. 104ff.

mangelndes technisches Know-how der Hotelketten. Es fehle an Entwicklern, die neue Online Produkte erfolgreich an den Markt bringen. Auch diese stellt er wieder in den Kontext zur Automobilindustrie. Der letzte Grund, warum Hotelketten eine verzögerte Reaktion auf sich verändernde Kundenbedürfnisse aufzeigen, bezieht sich auf die Schwierigkeit der Anpassung des eigenen Geschäftsmodells. Es kann sich als sehr kostspielig und komplex erweisen, wenn weitere Tätigkeitsfelder von außen hinzukommen, die das Kerngeschäft ermöglichen, die vorher nicht im Portfolio des Unternehmens vorhanden waren. Das Kerngeschäft, welches die Beherbergung von Gästen ist, findet in Hotelzimmern statt. Die Erweiterung des Tätigkeitsfeldes stellt das Privatzimmer oder Privatapartment dar, die generell nicht zum Portfolio einer Hotelkette gehören. Nun müsste die Hotelkette ihre Geschäftsbereiche auf den privaten Sektor ausweiten, um sich an die Kundenbedürfnisse anzupassen.¹³³

4 Rechtliche Rahmenbedingungen

Privatzimmervermietung und Privatferienwohnungsvermietung sind der Parahotellerie als nebengewerblicher Betrieb zugeordnet. Auskunftspflichtig und somit in der Beherbergungsstatistik erfasst, werden nur Betriebe über neun Betten, wodurch die hier betrachteten Unterkunftsarten i.d.R. nicht erfasst werden. 134 Im folgenden Kapitel werden die rechtlichen Rahmenbedingungen der Privatzimmerund Privatferienwohnungsvermietung betrachtet. Im Anschluss an das jeweilige Kapitel wird versucht, die Ergebnisse auf Airbnb zu übertragen. Dabei handelt es sich um erste Ansätze, die teilweise nur angerissen werden können. Eine ausführliche, juristische Erörterung der Rechtssituation von Airbnb und seinen Nutzern wird an dieser Stelle nicht vorgenommen. Jedoch ist es notwendig, für den weiteren Verlauf der Arbeit, diese Punkte zu betrachten, da sie die Grundlage der Wettbewerbsgleichheit im Marktsegment darstellen.

4.1 Rechtsverhältnisse

Wie bereits in Kapitel 2.2.1 Entstehung und Marktstrukturen erläutert, handelt es sich um drei Akteure, die am Tauschprozess beteiligt sind. Dadurch entstehen drei unterschiedliche Vertragsverhältnisse, die in den folgenden Unterkapiteln nach ihrer Rechtsnatur untersucht werden. Das Wording der Airbnb Website für Vermieter und Tourist, als Gastgeber und Gast, wird in den folgenden Kapiteln übernommen.

¹³³ Vgl. Stephany, A., 2015, S. 134f.

¹³⁴ Vgl. Freyer W., 2015, S. 172f.

4.1.1 Zwischen Airbnb und Gastgeber

Die Konstellation kann auf einen Geschäftsbesorgungsvertrag mit Werkvertragscharakter¹³⁵ zurückgeführt werden, in der ein Provisionsanspruch erst mit erfolgreicher Vermietung entsteht. ¹³⁶ Der Geschäftsbesorgungsvertrag schafft hier nur die Pflicht zu einer ordentlichen Vermittlungsleistung. ¹³⁷

Eine Mitgliedschaft ist nötig um Airbnb als Gast oder Gastgeber zu nutzen. Voraussetzung der Mitgliedschaft ist das Zustimmen verschiedener Bedingungen. Darunter befinden sich die Nutzungsbedingungen, Datenschutzregeln, Bedingungen der Gastgeber-Garantie und die Rückerstattungspolice für Gäste.

Vertragspartner für europäische Nutzer ist Airbnb Ireland mit Sitz in Dublin, es gilt irisches Recht. "Airbnb stellt eine Online-Plattform zur Verfügung, die Gastgeber, welche Unterkünfte vermieten möchten, mit Gästen in Verbindung bringt, die solche Unterkünfte mieten möchten." ¹³⁸ Dabei wird mehrfach in den Nutzungsbedingungen darauf verwiesen, dass Airbnb keine Partei der Verträge ist, die zwischen Gast und Gastgeber abgeschlossen werden. Damit distanziert Airbnb sich von jeder Haftung, die im Zusammenhang mit den Unterkünften entstehen könnte. Airbnb beschränkt sich in seiner Tätigkeit allein "die Verfügbarkeit der Website, der Anwendung und der Dienste zu ermöglichen und (ii) als Vertreter jedes Gastgebers für die Einziehung von Zahlungen zu agieren, um Zahlungen von Gästen im Namen des Gastgebers anzunehmen." ¹³⁹

Mit erfolgreicher Vermittlung entsteht der Provisionsanspruch von Airbnb. Die Provision ist die Summe aus "Gastgebergebühr" und "Gastgebühr". Die "Gastgebühr" wird vom Gast und die "Gastgebergebühr" vom Gastgeber erhoben. Airbnb bezieht Provision von beiden Akteuren. Der Gastgeber erhält von Airbnb Payments seine Auszahlung abzüglich "Gastgebergebühr" und "Gastgebühr", 24 Stunden nach Eintreffen des Gastes. Die Höhe der "Gastgebergebühr" beträgt drei Prozent und wird von der Auszahlung an den Gastgeber abgezogen. ¹⁴⁰

Stornierungen durch den Gastgeber können mit folgenden Strafen durch Airbnb geahndet werden:

¹³⁵ § 675 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB).

¹³⁶ Vgl. Vogel, H. G., 2014, S. 121ff.

¹³⁷ Vgl. Führich, E., 2011, S.9.

¹³⁸ Airbnb Ireland ,2015a, https://www.airbnb.de/terms, 29.10.2015.

¹³⁹ Ebd.

¹⁴⁰ Vgl. Ebd.

- Stornierungsgebühr
- Negative Bewertung auf dem Gastgeberprofil betreffend der Stornierung
- Nicht verfügbarer/ blockierter Kalender an den Tagen der stornierten Buchung
- Einbuße der Teilnahmeberechtigung für den Superhost-Status

Die Stornierungsgebühr beträgt 100 US-Dollar, wenn die Buchung innerhalb von sieben Tagen vor der Ankunft des Gastes storniert wird. Des Weiteren zieht Airbnb Strafzahlungen ein, für jede zusätzliche Stornierung innerhalb von sechs Monaten. Diese belaufen sich auf 50 US-Dollar pro Stornierung und werden von der nächsten Auszahlung an den Gastgeber abgezogen. Diese Stornierungsgebühren müssen nicht anfallen, wenn es sich um mildernde Umstände handelt. Es liegt jedoch Airbnb vorbehalten die mildernden Umstände zu akzeptieren und auf Stornierungsgebühren zu verzichten. Mildernde Umstände stellen z.B. Todesfälle in der Familie, Naturkatastrophen im Land oder Schäden an der Unterkunft dar. 142

Airbnb bietet den Gastgebern eine Absicherung in Höhe von 800.000 Euro gegen Schäden an der Unterkunft durch den Gast. Damit es zu einer wirksamen Entschädigung kommt, muss der Gastgeber einige Bedingungen und Anforderungen erfüllen, außerdem werden nicht alle Schäden über die Gastgeber-Garantie abgesichert. Schäden an gemeinsamen oder geteilten Bereichen werden z.B. nicht abgedeckt. Generell rät Airbnb dem Gastgeber zuerst zur Kontaktaufnahme mit dem Gast um eine unabhängige Lösung zu finden. 143

4.1.2 Zwischen Airbnb und Gast

Es handelt sich nicht um einen Reisevertrag nach §§ 651 a ff. Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) und somit können die damit verbundenen Rechtsfolgen nicht angewendet werden. Ausschlaggebend ist die Verneinung der Pauschalreise¹⁴⁴, da nur die Unterkunft als alleinige Hauptreiseleistung verkauft wird. Gängiges Mittel der Rechtsprechung ist eine analoge Anwendung des Reisevertrages, wenn nur eine einzelne Reiseleistung wie eine Ferienwohnung gebucht wird, aber die Interessenlage der Beteiligten derjenigen bei einem Reisevertrag gleicht. Dies findet jedoch nur Anwendung, wenn sich der Gast und der

¹⁴¹ Vgl. Airbnb Ireland, 2015h, https://www.airbnb.de/help/article/990/how-do-the-cancellation-penaltieswork, 29.10.2015.

 $^{^{142}}$ Vgl. Airbnb Ireland, 2015i, https://www.airbnb.de/help/article/849/extenuating-circumstances-for-host-cancellations, 29.10.2015.

¹⁴³ Vgl. Airbnb Ireland, 2015j, https://www.airbnb.de/terms/host_guarantee, 27.09.2015.

^{144 &}quot;Reise im Sinne des §651a I BGB ist eine Gesamtheit von mindestens zwei gleichwertigen Hauptreiseleistungen, welche vor Vertragsschluss mit dem Reisenden zu einem Paket mit einem Gesamtpreis gebündelt ist und in eigener Verantwortung des Reiseveranstalters dem Reisenden erbracht wird." Führich, E., 2011, S.5.

Gastgeber nicht kennen, und somit nicht die Möglichkeit der vorherigen Kontaktaufnahme besteht. Bei Airbnb sind Gast und Gastgeber bekannt durch die Nutzerprofile auf der Website und ein Kontakt kann hergestellt werden, somit kann der Reisevertrag nicht analog angewendet werden.¹⁴⁵

Vielmehr reduziert sich die Rechtsbeziehung auf einen Vermittlungsvertrag als Geschäftsbesorgungsvertrag mit werkvertraglichem Charakter nach § 675, § 631 BGB. Der Vertag kommt durch das Ausfüllen des Buchungsformulars zustande, außerdem muss für den Gast erkenntlich sein, dass Airbnb eine fremde Unterkunft vermittelt und nicht den Vermieter darstellt. Verbraucherschutzregeln des BGB über Fernabsatzverträge¹⁴⁶ gelten in dieser Konstellation nach § 312b (3) Nr.6 BGB nicht. Vertragsinhalt des Vermittlervertrages als Geschäftsbesorgungsvertrag ist die fehlerfreie Vermittlung der Unterkunft. Geschuldet wird der erfolgreiche Abschluss eines Mietvertrages, dieser bezieht nebenvertragliche Sorgfalts- und Informationspflichten mit ein. Bei Verschulden innerhalb der Vermittlertätigkeit, nicht z.B. bei Mängeln an der Unterkunft, kann Airbnb haftbar gemacht werden gegenüber dem Gast.¹⁴⁷

Mit erfolgreicher Vermittlung entsteht der Provisionsanspruch. Diese "Gastgebühr" beträgt sechs bis zwölf Prozent des Buchungspreises. Airbnb Payment zieht alle Zahlungen vom Gast, nach der Buchungsbestätigung, ein und leitet diese 24 Stunden nach Ankunft des Gastes an den Gastgeber weiter. ¹⁴⁸

Airbnb bietet insgesamt fünf verschiedene Stornierungsmöglichkeiten an, aus der der Gastgeber eine wählen kann. Für den Gast variiert dies von sehr flexiblen bis zu sehr strengen Stornierungsbedingungen. Aus der Perspektive des Gastes, ist die flexible Stornierung am verbraucherfreundlichsten. Bis 24 Stunden vor Anreise kann storniert werden und der volle Betrag, bis auf die von Airbnb erhobenen Service-Gebühren, wird an den Gast zurückerstattet. Airbnb rät deutschen Nutzern diese Stornierungsmöglichkeit. Die für den Gast strengste Möglichkeit bietet eine Stornierung bis 60 Tage vor Anreise, mit nur einer 50 prozentigen Rückerstattung, abzüglich Service-Gebühren, des Buchungsbetrages.¹⁴⁹

¹⁴⁵ Vgl. Führich, E., 2011, S.5.

¹⁴⁶ § 312b BGB.

¹⁴⁷ Vgl. Vogel, H. G., 2014, S. 110-115.

¹⁴⁸ Vgl. Airbnb Ireland ,2015a, https://www.airbnb.de/terms, 29.10.2015.

¹⁴⁹ Vgl. Airbnb Ireland ,2015k, https://www.airbnb.de/home/cancellation_policies#flexible, 2.10.2015.

4.1.3 Zwischen Gast und Gastgeber

Rechtsgrundlage einer gewerblichen oder privaten Übernachtung gegen Entgelt bildet der Beherbergungsvertrag. "Beherbergung ist die entgeltliche Überlassung einer Unterkunft und Service durch einen gewerblichen Gastwirt oder privaten Gastgeber."¹⁵⁰ Der Beherbergungsvertrag ist nicht eindeutig im BGB geregelt, da er Elemente des Miet-, Kauf-, Dienst-, und Verwahrungsvertrages enthält. So werden, abhängig von der Reise, unterschiedliche Elemente stark bis weniger stark genutzt. Bei einer Airbnb Vermietung beansprucht der Gast meist nicht die vollen Elemente, sondern nur die des Mietrechts. Somit handelt es sich in den meisten Fällen um einen reinen Mietvertrag nach §§ 525ff. BGB.¹⁵¹

Nach § 535 (1) BGB hat der Gast das Recht auf Überlassung der Mietsache zum vertragsgemäßen Gebrauch und gleichzeitig muss der Gast den vereinbarten Preis entrichten. Der gewerbliche Gastgeber unterliegt der Gastwirtshaftung nach §§ 701ff. BGB, in der, der Gastgeber für die eingebrachten Sachen des Gastes beschränkt haftet. Ein privater Gastgeber unterliegt diesem Haftungsrisiko nicht. 153

Handelt es sich um internationale Vertragspartner, muss geklärt werden, welches Recht anzuwenden ist. Da ein Vertrag zwischen Gast und Gastgeber herrscht, kommt die in den Nutzungsbedingungen von Airbnb bestimmte Rechtswahlklausel auf irisches Recht nicht zur Geltung. Im Falle des Mietverhältnisses regelt die "Rom I-Verordnung" das Rechtsverhältnis bei internationalen Vertragspartner. Es gilt das Recht des Staates, in dem die unbewegliche Sache belegen ist, damit ist der Ort der Unterkunft gemeint. Somit würde für die zugrundeliegende Arbeit deutsches Recht zur Anwendung kommen.

4.2 Gewerbeordnung

Ob eine gewerbliche oder nicht gewerbliche Tätigkeit vorliegt muss durch das zuständige Gewerbeamt geklärt werden und kann nicht pauschalisiert werden. Wichtig ist auch die unterschiedliche Betrachtung einer Privatzimmervermietung und einer Privatferienwohnungsvermietung.

¹⁵⁰ Führich, E., 2011, S.162.

¹⁵¹ Vgl. Vogel, H. G., 2014, S. 115ff.

¹⁵² § 535 (2) BGB.

¹⁵³ Vgl. Vogel, H. G., 2014, S. 118f.

¹⁵⁴ Vgl. Kroner, M., 2015,

 $http://www.bmwfw.gv.at/Tourismus/TourismusstudienUndPublikationen/Documents/Endbericht\% 20 Privatvermietung_AirBnB_mit\% 20 Deckblatt.pdf, 26.09.2015.$

¹⁵⁵ Art. 4 Abs. 1 Buchstabe C Rom I-Verordnung.

"Ob die Vermietung von Ferienwohnungen die Ausübung eines stehenden Gewerbes im Sinne des Gewerberechts darstellt oder nur die Verwaltung und Nutzung des eigenen Vermögens, ist nach dem Gesamtbild der Tätigkeiten unter Berücksichtigung der gewerberechtlichen Zielsetzung zu beantworten."¹⁵⁶ Nach deutschem Recht gibt es keine einheitliche Beurteilung über gewerbliche oder nichtgewerbliche Nutzung von Wohnraum durch Touristen und jeder Einzelfall muss gesondert betrachtet werden. Nach eigenen Angaben des Gewerbeamts in Köln, bedient es sich in der Vorgehensweise eines Kriterienkatalogs als Hilfestellung und zusätzlich dem Vergleich des Einzelfalls mit verschiedenen Rechtsurteilen. Im Folgenden ist eine Auflistung der Kriterien dargestellt, die für die einfache Vermietung einer Ferienwohnung als Verwaltung und Nutzung des eigenen Vermögens sprechen:

Indizien für Verwaltung und Nutzung des eigenen Vermögens

- Nur eine einzige Ferienwohnung im eigenen Haus, auch bei häufigem Mieterwechsel
- Bloße Tätigkeit der Vermietung
- Kein Angebot an zusätzlichen Service-Dienstleistungen
- Keine vordergründige Vermögensvermehrung, sondern Deckung der Unkosten des Objektes.¹⁵⁷

Eine gewerbliche Tätigkeit besteht i.d.R. wenn die Wohnungsvermietung einen umfangreichen Einsatz des Vermieters erfordert. Nachfolgend sind Kriterien aufgelistet, die für eine gewerbliche Vermietung sprechen:

Indizien für gewerbliche Tätigkeit

- Große Anzahl an Wohnungen u. Betten (in Abhängigkeit der folgenden Punkte, auch z.B. 6 Wohnungen können viel sein)
- Geringe Belegungsdauer (mehrere Wochen)
- Ganzjährige Nutzung des Objektes
- Häufig wechselnde Mieter (aufgrund kurzer Belegungsdauer)
- Keine Planung von langfristigen Mietverhältnissen
- Regelmäßige Werbung an eine unbestimmte Vielzahl von potenziellen Mietern (Steigerung: Anpreisung als Urlaubsstätte, Ferienanlage)

-

¹⁵⁶ Anhang I, Gewerbeamt Köln-Kriterienkatalog, S.80.

¹⁵⁷ Vgl. Industrie- und Handelskammer zu Köln, 2015, http://www.ihk-koeln.de/upload/MB_Vermietung_von_Ferienwohnungen_42982.pdf, 24.09.2015.

- Zusätzlich erbrachte Service-Dienstleistungen (z.B. Reinigung / Wäsche / TV / Telefon / Verpflegung)
- Über das übliche Maß hinausgehender Einsatz von Kapital, Arbeitskraft und Organisation (unternehmerische Organisation)
- Übertragung der Verwaltung für die Wohnung an einen Dritten
- Beschäftigung von Angestellten zur Erbringung von zusätzlichen Dienstleistungen
- (regelmäßiger) zusätzlicher Erwerb von Grundvermögen (durch Bau / Kauf /...) zur Erweiterung der Tätigkeit
- A-typische Nutzung der Wohnung / Zimmer. ¹⁵⁸

Zusätzlich werden Rechtsurteile herangezogen, die im Idealfall einen ähnlichen Tatbestand verzeichnen. Richtungsweisend ist hier vor allem ein Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH) vom 15.01.2010¹⁵⁹, in dem die Vermietung an Feriengästen nicht grundsätzlich eine gewerbliche Nutzung darstellt, sondern der "Wohnnutzung" bei einer Eigentumswohnung zugeordnet werden kann. ¹⁶⁰

Erfolgt eine Bestätigung als Gewerbe, besteht Anzeigepflicht nach § 14 (1) Gewerbeordnung (GewO) für ein stehendes Gewerbe wie z.B. die Vermietung eines Privatzimmers, Pensionszimmers, einer Ferienwohnung oder von Ferienhäusern.¹⁶¹

Fälle, die diese Kriterien nicht aufweisen, unterliegen nicht der Gewerbeanzeigepflicht. Dies kann bei einer "Bagatellvermietung" zutreffend sein, in der der geschäftliche Umfang der Vermietung sehr gering ist und es sich auf die Verwaltung und Nutzung des eigenen Vermögens beschränkt.¹⁶²

Gesondert ist die Vermietung eines Privatzimmers innerhalb einer Wohnung zu betrachten. Wobei zu unterscheiden ist, ob eine Untervermietung durch den Mieter erfolgt oder eine direkte Vermietung an Touristen, zum Zwecke der kurzfristen Beherbergung, durch den Vermieter. Im ersten Fall handelt es sich tendenziell um keine gewerbliche Nutzung, wohingegen der zweite Fall die Anwendung des oben beschriebenen Kriterienkatalogs, zur Klärung der Gewerbetätigkeit, erfordert.

-

Anhang I, Gewerbeamt Köln-Kriterienkatalog, S.80./Vgl. Industrie- und Handelskammer zu Köln,
 http://www.ihk-koeln.de/upload/MB_Vermietung_von_Ferienwohnungen_42982.pdf,
 983.

¹⁶⁰ Vgl. Blum, R., [o. Jahr], http://rechtsanwalt-blum.de/aktuelles_mietrecht5.html, 23.09.2015.

¹⁶¹ Vgl. Vogel, H. G., 2014, S. 123.

¹⁶² Vgl. Ebs. 2014, S. 123.

Im Grundsatz kann auf Airbnb eine ganze Unterkunft, ein Privatzimmer oder ein gemeinsames Zimmer angeboten werden. Das gemeinsame Zimmer sowie das Privatzimmer gehören eher der nicht gewerblichen Nutzung an, solange der Aufwand durch den Vermieter gering bleibt. Besteht Unsicherheit auf seitens des Vermieters, sollte das Gewerbeamt aufgesucht werden, um eine endgültige Aussage über den Gewerbezustand zu erhalten. Anbieter einer ganzen Unterkunft sollten sich über die jeweiligen Bedingungen informieren und ggf. die Beratung des Gewebeamtes aufsuchen.

4.3 Steuerrecht

Von der bisher betrachteten ordnungsrechtlichen Perspektive, ist die steuerrechtliche Seite zu unterscheiden. Ein Gewerbebetrieb im Sinne des Steuerrechts liegt vor wenn eine Unternehmensorganisation erforderlich ist, somit die Tätigkeiten nicht mehr im Haushalt des Vermieters erledigt werden können. Das generelle Anbieten von Service-Dienstleistungen bestätigt die unternehmerische Organisation nicht, entscheidend ist vor allem Qualität und Umfang der angebotenen Dienste. Es können durchaus noch Service-Dienstleistungen wie z.B. die Bereitstellung von Wäsche, Vor- und Endreinigung gegen Gebühr oder ein "Brötchenservice" angeboten werden, ohne eine gewerberechtliche Vermietung darzustellen. Überschreitet der Service ein gewisses Ausmaß oder wird z.B. eine Rezeption benötigt, dann handelt es sich um einen Gewerbebetrieb nach Steuerrecht.¹⁶³

Weitere Indizien für einen Gewerbebetrieb nach Steuerrecht können folgende Punkte sein:

- Vermietung von vielen, gleichartigen Wohnungen in einer einheitlichen Wohnanlage
- Bewerbung für die kurzfristige Vermietung an wechselnde Mieter. 164

Daraus können sich eine Buchführungspflicht, eine Gewerbesteuerpflicht und eine Umsatzsteuerpflicht ergeben. Buchführungspflicht besteht nach § 140 Abgabenordnung (AO) für einen Gewerbebetrieb der einen Gewinn von 50.000 Euro im Wirtschaftsjahr generieren konnte. Diese Pflicht tritt jedoch erst im darauf folgenden Wirtschaftsjahr in Kraft und wenn die Finanzbehörde darauf hingewiesen hat. Gewerbesteuer besteht erst ab einer Überschreitung des Freibetrages von 24.000 Euro¹⁶⁵, dies bezieht sich auf den

¹⁶³ Vgl. Deutscher Tourismusverband e.V. [o. Jahr,b],

http://www.deutschertourismusverband.de/service/recht/gewerbeanzeige-und-steuern.html, 23.09.2015.

¹⁶⁴ Vgl. Industrie- und Handelskammer zu Köln, 2015, http://www.ihk-

koeln.de/upload/MB_Vermietung_von_Ferienwohnungen_42982.pdf, 24.09.2015.

¹⁶⁵ §11 (1) Nr. 1 Gewerbesteuergesetz (GewStG).

jährlichen Gewinn. Generell müssen alle Einnahmen in der Einkommensteuererklärung angegeben werden. Auf die kurzfristige Beherbergung von Fremden, durch einen Unternehmer wird eine Steuer auf den Umsatz von aktuell sieben 166 Prozent erhoben. Im Zuge dessen muss eine Umsatzsteuererklärung angefertigt werden. 167

Der Airbnb Vermieter muss Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung in der Einkommenssteuererklärung angeben, ob jedoch Steuern gezahlt werden müssen, ist vom Freibetrag und der Gewinnerzielungsabsicht abhängig. Generell muss nur der erzielte Gewinn aus der Vermietung versteuert werden, solange dieser nicht den Freibetrag überschreitet. Der Freibetrag ist abhängig vom Familienstand des Vermieters. Wird dieser Betrag nicht überschritten, müssen die Einnahmen lediglich in der Einkommensteuererklärung angegeben werden. Für Wohnungseigentümer gelten andere Freibeträge. 169

Private Vermieter müssen erst ab einem Bruttoumsatz von 17.500 Euro im Jahr Umsatzsteuer abführen.¹⁷⁰

4.4 Baurecht

Nach § 63 der Bauordnung des Landes Nordrhein-Westfalen, erfordert die Nutzungsänderung einer baulichen Anlage eine Baugenehmigung. Solch eine Nutzungsänderung findet statt, wenn Wohnraum nicht mehr grundsätzlich der Wohnnutzung dient, sondern einer gewerblichen Bereitstellung von Zimmern zum Zwecke der Gästebeherbergung. Ähnlich wie im Gewerberecht, muss auch hier jeder Einzelfall beurteilt werden. Indizien liefern hierbei die Übernachtungsdauer und die angebotenen Service-Dienstleistungen, ob es sich um Wohnnutzung oder Beherbergung handelt. Daraus resultierend, muss Teil 2 der Sonderbauverordnung (SBauVO), in der die baurechtlichen Gegebenheiten von Beherbergungsstätten geregelt sind, beachtet werden. Prämisse bildet hierbei die Mindestanzahl der Gastbetten von zwölf. Inhalt der Sonderbauverordnung Nordrhein-Westfalen (NRW) sind Vorgaben die u.a. das Thema Brandschutz oder Rettungswege betreffen. Da jeder Einzelfall betrachtet wird, muss sich der Vermieter an

¹⁶⁶ § 12 (2) Nr. 11 Umsatzsteuergesetz (UStG).

¹⁶⁷ Vgl. Industrie- und Handelskammer zu Köln, 2015, http://www.ihk-

koeln.de/upload/MB_Vermietung_von_Ferienwohnungen_42982.pdf, 24.09.2015.

¹⁶⁸ § 21 Einkommenssteuergesetz (EStG).

¹⁶⁹ Vgl. Berg, M., Schön, B.B., 2015, http://www.finanztip.de/untermiete/vermietung-airbnb/, 26.09.2015.

¹⁷⁰ Vgl. Deutscher Tourismusverband e.V., o. Jahr, b,

http://www.deutschertourismusverband.de/service/recht/gewerbeanzeige-und-steuern.html, 23.09.2015.

¹⁷¹ § 47 SBauVO NRW.

das zuständige Bauaufsichtsamt wenden, in der Frage, ob baurechtliche Schritte eingeleitet werden müssen.¹⁷²

Die Mehrzahl der Airbnb Inserate bieten wahrscheinlich weniger als zwölf Gastbetten an, weshalb die Sonderbauverordnung eher nicht beachtet werden muss. Auch beziehen sich die baurechtlichen Bestimmungen auf eine gewerbliche Nutzung, die private Nutzung wird explizit nicht angesprochen.¹⁷³

4.5 Zweckentfremdung von Wohnraum

Die Mehrzahl deutscher Städte unterliegt der Wohnungsnot, darunter auch Köln. Geeigneten Wohnraum für Einwohner zu finden, kann sich als schwierig erweisen. Die Stadt Köln reagiert darauf mit der Wohnraumschutzsatzung¹⁷⁴, um den Wohnraum der Stadt für Planungszwecke nutzen zu können. Gegenstand der Satzung sind "freifinanzierte Miet- und Genossenschaftswohnungen"¹⁷⁵, die geschützten Wohnraum darstellen und vor Zweckentfremdung bewahrt werden müssen. Eigentumswohnungen sind hiervon nicht betroffen und fallen nicht unter die Wohnraumschutzsatzung. Zweckentfremdung bezeichnet "die Nutzung von Wohnraum zu anderen als Wohnzwecken"¹⁷⁶, insbesondere wenn "mehr als die Hälfte der Wohnfläche für gewerbliche oder berufliche Zwecke verwendet oder überlassen wird,"177unterstehen diese dem Genehmigungsvorbehalt. Darunter fallen auch, nach eigenen Angaben der Stadt Köln, Ferienunterkünfte, die die kurzfristige Vermietung von Wohnraum ermöglichen. 178 Die Zweckentfremdung steht unter Genehmigungsvorbehalt. Eine Genehmigung wird erteilt "wenn vorrangige öffentliche Interessen oder besonders schutzwürdige Antragstellerinteressen das hohe öffentliche Interesse am Erhalt des betroffenen Wohnraums überwiegen."¹⁷⁹ Wird eine Zweckentfremdung gestattet, da sie den Merkmalen in §5 (2) der Wohnraumschutzsatzung Köln entspricht, werden Verwaltungsgebühren¹⁸⁰ erhoben.

¹⁷² Vgl. Industrie- und Handelskammer zu Köln, 2015, http://www.ihk-

koeln.de/upload/MB_Vermietung_von_Ferienwohnungen_42982.pdf, 24.09.2015.

¹⁷³ Vgl. Ebd.

¹⁷⁴ Vgl. Stadt Köln, 2014a, http://www.stadt-

koeln.de/mediaasset/content/satzungen/wohnraumschutzsatzung-20140704.pdf, 02.09.2015.

¹⁷⁵ § 1 (1) Wohnraumschutzsatzung Köln.

¹⁷⁶ § 4 (1) Wohnraumschutzsatzung Köln.

^{177 § 4 (1)} Nr. 1 Wohnraumschutzsatzung Köln.

¹⁷⁸ Vgl. Stadt Köln, 2014b, http://www.stadt-koeln.de/politik-und-verwaltung/presse/gegen-leer-stehende-und-zweckentfremdete-wohnungen, 25.09.2015.

¹⁷⁹ § 5 (2) Wohnraumschutzsatzung Köln.

¹⁸⁰ § 13 (1) u. (2)Wohnraumschutzsatzung Köln.

Auch hier stellt sich wieder die Frage der Gewerbsmäßigkeit, da die Satzung nur die gewerbliche Nutzung als genehmigungspflichtig ausweist. Des Weiteren ist noch nicht hinreichend gerichtlich geklärt was genau "Wohnnutzung" miteinschließt. Ob nicht auch ein Airbnb Gast in einer fremden Stadt wohnen kann? Vermietet ein Gastgeber ein leerstehendes Zimmer in seiner Wohnung, welches generell nicht der Allgemeinheit zur Verfügung steht, sollte die Zweckentfremdung wohl eher verneint werden. Aber auch hier muss jeder Einzelfall individuell von den städtischen Ämtern entschieden werden, eine Generalisierung kann nicht erfolgen.

Airbnb stellt Erstinformationen der gesetzlichen Bestimmung in Köln auf der Website zur Verfügung.¹⁸¹ Dabei verweist Airbnb auf die Informationspflicht des Gastgebers, sich an geltende Gesetze zu halten und verweist darauf sich an die entsprechenden Behörden zu wenden. Es finden sich Auszüge aus der Kölner Wohnraumschutzsatzung. Die von Airbnb selektierten Paragraphen, dienen nur als Auszug und es wird auf die gesamte Satzung verwiesen. Explizite Hilfestellungen für einen Gastgeber ein Köln werden nicht gemacht.

4.6 Privates Wohnungsrecht

Wie bereits in Kapitel 4.5 Zweckentfremdung von Wohnraum angedeutet, ist die Überlassung einer Eigentumswohnung an Touristen grundsätzlich unbedenklich. Wird eine Mietwohnung an Touristen untervermietet, ist die Einverständniserklärung des Vermieters zwingend notwendig. Der Vermieter muss jedoch ausdrücklich der Untervermietung an Touristen zustimmen, da es sich um eine außergewöhnliche Wohnungsnutzung handelt. Dies war Ergebnis eines Urteils des Bundesgerichtshofs vom 08.01.2014. Bei einem Verstoß kann die unerlaubte Untervermietung zum Vertragsbruch nach § 540 BGB führen, dies kann in eine fristlose Kündigung nach § 542 (2) Nr. 2 BGB gipfeln. Unabhängig ob eine Einverständniserklärung des Vermieters zur Gebrauchsüberlassung vorliegt, haftet der Mieter für ein Verschulden des Dritten bzw. des Touristen. Zur Absicherung kann eine Kaution verhelfen, die der Tourist an den Vermieter zahlt.

Jeder Vermieter muss das Einverständnis, zur Untermietung an Touristen, durch den Eigentümer erwirken, um so einer gewissen Rechtssicherheit zu unterliegen. Airbnb rät

¹⁸¹ Vgl. Airbnb Ireland, 2015l, https://www.airbnb.de/help/responsible-hosting, 29.10.2015.

¹⁸² § 13 (1) WoEigG (Wohnungseigentumsgesetz).

¹⁸³ § 540 (1) BGB.

¹⁸⁴ BGH NJW 2014, 622.

¹⁸⁵ § 540 (2) BGB.

¹⁸⁶ Vgl. Vogel, H. G., 2014, S. 125ff.

eine zusätzliche Klausel in den Vertrag aufzunehmen und auch separat die Haftung aller Beteiligten zu regeln. ¹⁸⁷ Um sich persönlich als Vermieter abzusichern, ist es ratsam eine Kaution vom Gast zu verlangen, die im Schadensfall zum Tragen kommt. ¹⁸⁸

4.7 Kulturförderabgabe

In Köln wird seit dem 01.12.2014 eine Kulturförderabgabe¹⁸⁹ eingezogen. Die Satzung gilt für gewerbliche Übernachtungsbetriebe sowie private Anbieter. Es werden alle Betriebsarten der Hospitality Industrie belangt, darunter sind Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Privatzimmervermietungen, Jugendherbergen, Ferienwohnungen, Motels, Campingplätze, Schiffe und ähnliche Einrichtungen. 190 Die Steuer beträgt fünf Prozent des Brutto-Übernachtungspreises und wird maximal für einen Zeitraum, bei ununterbrochener Belegungsdauer, von zwei Monaten erhoben. Laut § 5 Abs. (1) Satzung zur Kulturförderabgabe stellt der Beherbergungsgast den Abgabenschuldner Abgabenentrichtungspflichtiger und somit Steuereintreiber ist der Betreiber des Beherbergungsbetriebes bzw. der Vermieter und dieser muss die Steuer an die Stadt Köln Besteuert werden nur private Übernachtungen, beruflich nicht Übernachtungen werden belangt. Geschäftsreisende müssen Arbeitgeberformular¹⁹¹ ausfüllen und die "beruflich zwingende" Beherbergung angeben. Die umstrittene Steuer wird nicht nur in Köln erhoben sondern noch in 18 weiteren deutschen Städten, darunter auch Berlin, Bremen oder Hamburg. 192

Somit müssen auch Airbnb Gäste eine Kulturförderabgabe zahlen, wenn es sich um eine private Übernachtung handelt. Geschäftlich bedingte Gäste werden nicht belangt. Airbnb erwartet von allen Gastgebern, sich mit ihren Gesetzen und Regelungen vor Ort vertraut zu machen und sich an sie zu halten. Mit der Einrichtung des Kontos wird den Nutzungsbedingungen und Datenschutzregeln zugestimmt und somit wird bestätigt, dass sich der Gast oder Gastgeber an die geltenden Gesetze hält. In bestimmten Städten zieht Airbnb die Steuer direkt ein und führt sie an die jeweilige Stadt ab. Dies ist z.B. der Fall in Amsterdam oder San Francisco, dort wird die Steuer, als "Belegungssteuer", im

¹⁸⁷ Vgl. Airbnb Ireland, 2015l, https://www.airbnb.de/help/responsible-hosting, 26.09.2015.

¹⁸⁸ Vgl. Vogel, H. G., 2014, S. 127.

¹⁸⁹ Vgl. Stadt Köln. 2014b, http://www.stadt-

koeln.de/mediaasset/content/satzungen/satzung_kulturf% C3% B6rderabgabe_20141118.pdf, 27.08.2015

¹⁹⁰ §2 Satzung zur Erhebung einer Kulturförderabgabe im Gebiet der Stadt Köln vom 18.11.2014

¹⁹¹ Anlage 2 u. 3 Satzung zur Erhebung einer Kulturförderabgabe im Gebiet der Stadt Köln vom 18 11 2014

¹⁹² Vgl. Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V., 2015, http://www.dehogabundesverband.de/fileadmin/Startseite/05_Themen/Steuer/Bettensteuer/Bettensteuer_Generalkarte_0815.p df, 25.09.2015.

Übernachtungspreis ausgewiesen. Kölner Gastgeber haben drei Möglichkeiten die Steuer einzuziehen:

- Hereinrechnung in den Preis pro Nacht
- Hinzufügen eines Gastgeberangebots (Benutzerdefinierter Preis für den Gast)
- Persönliche Zahlung vor Ort durch den Gast¹⁹³

5 Der touristische Markt in Köln - Kennzahlen

Köln ist die viertgrößte Stadt Deutschlands mit ca. 1.036.253¹⁹⁴ Einwohnern und die größte Stadt in NRW. Kennzeichnend für den Tourismusmarkt ist ein Anteil von ca. 70 Prozent Geschäftsreisender, dazu trägt die Messe Köln, als fünftgrößtes Messegelände der Welt, bei. 195

Die Anzahl der geöffneten Beherbergungsbetriebe, dargestellt in Abbildung 6 (S. 48), ist kontinuierlich leicht gestiegen. Der Rückgang im Jahr 2012 ist auf die Änderung der Beherbergungsstatistik zurückzuführen. Ab Januar 2012 werden Beherbergungsbetriebe erst ab zehn Betten, einschließlich Campingplätzen (Touristik-Camping) ab zehn Stellplätzen erfasst. Vorher wurden Beherbergungsbetriebe mit neun und mehr Gästebetten in der amtlichen Statistik erfasst. Das starke Wachstum von 15 Prozent von 2013 auf 2014 ist nicht alleine auf Neueröffnungen zurückzuführen, sondern auf nicht erfasste Betriebe die erstmalig 2014 von der Statistik erfasst wurden.

 $^{^{193}}$ Vgl. Airbnb Ireland, 2015d, https://www.airbnb.de/help/article/654/what-is-occupancy-tax--do-i-need-to-collect-or-pay-it,29.10.2015.

¹⁹⁴ Vgl. Information und Technik NRW, 2015a.

¹⁹⁵ Vgl. Colliers International Hotel GmbH, 2015, S. 2f.

¹⁹⁶ Vgl. Deloitte, 2015, S. 6.

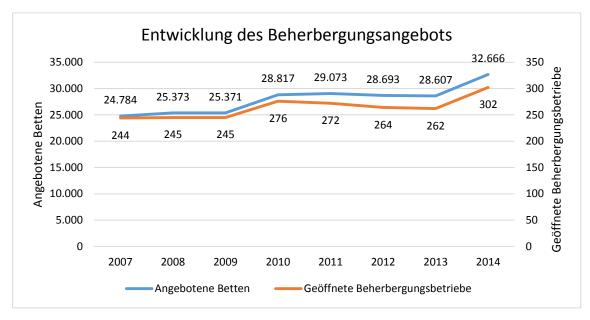


Abbildung 6: Angebotenen Betten und geöffnete Beherbergungsbetriebe in Köln 2007-2014

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Information und Technik NRW, 2015b.

Die verschiedenen Betriebsarten aus denen sich die geöffneten Beherbergungsbetriebe im Jahr 20124 zusammensetzten sind in Tabelle 4 dargestellt. Der größte Anteil fällt unter die Hotel garnis mit 156 Betrieben.

Tabelle 4: Struktur der 302 geöffneten Beherbergungsbetriebe in Köln 2014

Betriebsart	Anzahl
Hotel	107
Gasthof	40
Pension	7
Hotel garnis	156
Erholungs-, Ferien- und	4
Schulungsheime	
Ferienhäuser, Ferienwohnungen und	3
Ferienzentren	
Hütten, Jugendherbergen u. ä.	8
Vorsorgekliniken und	3
Rehabilitationskliniken	
Campingplätze	4

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Information und Technik NRW, 2015b.

Die Kennzahl der angebotenen Betten zeigt einen ähnlichen Wachstumsverlauf, wie die zuvor beschriebene Kurve auf. Mit ca. 51 Prozent nehmen Beherbergungsbetriebe im drei-Sterne Segment den größten Marktanteil ein. Rund 65 Prozent der Zimmerkontingente werden von Markenhotels bereitgestellt, davon gehört ein Viertel der Hotelgesellschaft Methodik 49

Accor an.¹⁹⁷ In den nächsten Jahren soll das Angebot um ca. 1.200 Zimmer erweitert werden und sich somit das positive Wachstum fortsetzten.¹⁹⁸

Die Zahl der Ankünfte sowie die Übernachtungen in Köln weisen ein stetiges Wachstum auf, jedoch hat sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer um 0,1 Tage verkürzt, dargestellt in Tabelle 5.

Tabelle 5: Ankünfte, Übernachtungen und durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Köln 2007 - 2014

Jahr	Ankünfte	Übernachtungen	durchschnittliche Aufenthaltsdauer (Tage)
2007	2.487.251	4.480.211	1,8
2008	2.384.775	4.308.701	1,8
2009	2.343.504	4.133.244	1,8
2010	2.595.360	4.574.449	1,8
2011	2.846.891	4.970.056	1,7
2012	2.914.057	5.082.627	1,7
2013	2.963.759	5.077.192	1,7
2014	3.330.546	5.736.976	1,7

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Information und Technik NRW, 2015b.

Die Performance des Hotelmarktes im Jahr 2014 ist mit einer *Average Room Rate* (ARR) von 88 Euro und einem *Revenue per Available Room* (RevPAR) von 62 Euro in Köln tituliert und liegt damit knapp vor dem Deutschland weiten Durchschnittswert (ARR 87 Euro; RevPAR 61 Euro). ¹⁹⁹

Die Köln Tourismus GmbH nahm die Share Economy in den aktuellen Aktionsplan 2016 "#urbanCGN-Cologne Urban Lifestyle"²⁰⁰ der Destination mit auf. In dieser wird die Share Economy als Zukunftstrend betitelt, die langfristig Einfluss auf Destinationsmanagement Organisationen nehmen kann.²⁰¹

6 Methodik

Als Untersuchungsmethodik wurden Experteninterviews mit anschließender qualitativer Inhaltsanalyse angewendet. Im folgenden Kapitel wird der methodische Aufbau des Interviewleitfadens und die Anwendung der qualitativen Inhaltsanalyse dargestellt.

¹⁹⁷ Vgl. Deloitte, 2015, S. 7.

¹⁹⁸ Vgl. Colliers International Hotel GmbH, 2015, S. 3.

¹⁹⁹ Vgl. Ebd., 2015, S. 4.

²⁰⁰ Vgl. Köln Tourismus GmbH, 2015.

²⁰¹ Vgl. Ebd., 2015, S. 10.

Methodik 50

6.1 Experteninterviews

Grundlage der Untersuchungsmethodik bildet die Forschungsfrage und die aufgestellte Hypothese: Je größer das Angebot von Airbnb, desto stärker ist der Handlungsbedarf vom Beherbergungsgewerbe gegen Airbnb vorzugehen. Die in Kapitel 1.1 aufgezeigte Zielsetzung, die Sichtweise der Hospitality Industry in Köln über das Thema Share Economy in Verbindung mit Airbnb darzustellen, lässt sich das Verwenden von Meinungsfragen im Experteninterview gut charakterisieren. "Meinungsfragen sollen Einstellungen des Interviewten, seine Bewertung von Personen, Situationen, Prozessen usw. ermitteln, indem sie eine subjektive Stellungnahme verlangen."²⁰²

Zu Experten zählen Menschen die über spezielles Wissen verfügen²⁰³. In diesem Zusammenhang mussten Experten gefunden werden, die über ausreichende Kenntnisse über das Beherbergungsgewerbe in Köln verfügen und mit der Thematik der Share Economy und dem Unternehmen Airbnb vertraut sind. Um ein hinreichendes Meinungsbild der Beherbergungsbranchen zu erhalten, sollten die Experten aus verschiedenen Betriebsarten stammen. Zusätzlich wurden verschiedene Hotellerie- und Gaststättenverbände und Tourismus Organisationen kontaktiert, die betriebsübergreifende Perspektiven darstellen können. Nach der ersten schriftlichen Kontaktaufnahme mit den möglichen Interviewpartnern, erfolgte ein zweiter telefonischer Kontakt. Aus den 29 angeschriebenen Experten gingen insgesamt sieben Experteninterviews hervor. Das entspricht einer Rücklaufquote von 24 Prozent und stellt eine hinreichende Grundlage für die Auswertung dar. Die sieben Experten werden im weiteren Verlauf der Arbeit mit der vertretenden Betriebsart bzw. Unternehmensform benannt. Es resultierten folgende Experten: Pension, Hostel, Boardinghouse, Markenhotel, Berufsständige Körperschaft, Verband 1 und Verband 2. In Tabelle 10 (S.76) sind die Experten und die Umstände des Interviews dargestellt.

Die durchgeführten Interviews gehören zu der Klasse der halbstandardisierten Interviews, in der weder Fragewortlaut noch Reihenfolge der Fragen verbindlich sind und an den Gesprächsverlauf angepasst werden dürfen. Grundlage bildet ein für alle Interviews gleicher Interviewleitfaden, wodurch eine gegenseitige wissenschaftliche Verknüpfung und Ausarbeitung stattfinden kann.²⁰⁴ Dem Interviewleitfaden übergeordnet steht die

²⁰² Gläser, J.; Laudel, G., 2010, S. 122f.

²⁰³ Vgl. Ebd., 2010, S. 11.

²⁰⁴ Vgl. Ebd., 2010, S. 41f.

Methodik 51

Zielsetzung der Arbeit, welche die Beantwortung der Forschungsfrage ist. Der methodische Aufbau des Leitfadens gliedert sich in drei Themenfelder:

- Nutzeffekte von Airbnb / Share Economy für die etablierte Industrie
- Beziehung zum Wettbewerber
- Zustand der Wettbewerbsbedingungen

Die Fragen geben vor, welche Ergebnisse das Interview im Idealfall liefern soll.²⁰⁵

Die Zielsetzung des Themenfeldes: "Nutzeffekte von Airbnb / Share Economy für die etablierte Industrie" war es, mögliche Vorteile der Airbnb Leistung herauszufinden um daraus Chancen oder Handlungsempfehlungen für das Beherbergungswesen ableiten zu können. Das Themenfeld "Beziehung zum Wettberber" soll die Wettbewerbskonstellation von Airbnb zum Beherbergungswesen abzeichnen. Das Themenfeld "Zustand der Wettbewerbsbedingungen" soll mögliche Wettbewerbsverzerrende Elemente im Wettbewerb darstellen.

Es wurden jeweils ein identischer Leitfaden²⁰⁶ für die Beherbergungsbetriebe Pension, Hostel, Boardinghouse und Markenhotel verwendet. Der Leitfaden²⁰⁷ für die Organisationen Verband 1,Verband 2 und die Berufsständige Körperschaft differenziert sich nur im Detail von dem anderen Leitfaden. Hier werden keine Fragen gestellt, die sich auf den eigenen Betrieb beziehen, da es sich bei dem Interviewpartner nicht um einen Beherbergungsbetrieb handelt.

6.2 Qualitative Inhaltsanalyse

Die transkribierten Interviews wurden weitestgehend nach dem Prinzip der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet. Es handelt sich dabei um die Vermischung von induktiver und deduktiver Kategorienbildung, die sich jedoch nicht gegenseitig ausschließt.²⁰⁸ Abgeleitet von den Themenfeldern des Leitfadens entstand deduktiv die Kategorie

• Zustand der Wettbewerbsbedingungen

Im Prozess der Extraktion der Textstellen ergaben sich deduktiv drei weitere Kategorien aus dem Material:

-

²⁰⁵ Vgl. Gläser, J.; Laudel, G., 2010, S. 42.

²⁰⁶ Vgl. Anhang I, Interviewleitfaden I; S. 77.

²⁰⁷ Vgl. Anhang I, Interviewleitfaden II S. 78.

²⁰⁸ Vgl. Kuckartz, U., 2014, S. 77ff.

- Wahrnehmung des Themas
- Auswirkungen auf den Wettbewerb
- Motive der Touristen.

Die extrahierten Textstellen der Experteninterviews wurden somit in Beziehung gesetzt und vom Ursprungstext gelöst.

Zur übersichtlichen Darstellung und inhaltlichen Auswertung der Kategorien wurde jeweils eine Themenmatrix gebildet. Aus den jeweiligen Kategorien lassen sich Unterthemen ableiten, die den Inhalt der Kategorie bestimmen. Diese Themen werden in dieser Forschungsarbeit als Codierung bezeichnet. Somit ist die Codierung, die Einheit aus der sich eine Kategorie inhaltlich zusammensetzt. Jede Codierung hat eine eigene und andere Bedeutung für die Kategorie der sie zugeordnet ist. Es wird darauf hingewiesen, dass die Codierung Wettbewerbssituation in zwei Kategorien verwendet wird, aber auf jeweils unterschiedliche inhaltliche Aussagen der Experten gründet. Die Zeilen der Themenmatrix bilden die Experten und in den Spalten sind die Codierungen dargestellt. Inhalt der Zeilen und Spalten der Matrix, ist die inhaltliche Zusammenfassung der Expertenaussage zu der entsprechenden Codierung. Die nachfolgende Darstellung der Ergebnisse nimmt jeweils die vertikale Perspektive der Matrix ein. So können alle Aussagen der Experten in Bezug auf die entsprechende Codierung betrachtet und verglichen werden. Dadurch können die Antworten in Beziehung zueinander gesetzt werden und die Spannweiten der Antworten aufgezeigt werden.²⁰⁹

7 Darstellung der Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der qualitativen empirischen Forschung dargestellt. Die Unterkapitel beginnen jeweils mit der Themenmatrix der jeweiligen Kategorie. Die hell unterlegten Felder der Matrix, stellen eine möglichst präzise Zusammenfassung der getätigten Aussagen der Experten dar. Hat der Experte zu einer bestimmten Codierung keine Aussage getroffen hat, wird dies über ein leeres Feld in der Matrix gekennzeichnet.

²⁰⁹ Vgl. Kuckartz U., 2014, S. 73f.

7.1 Wahrnehmung des Themas

Tabelle 6: Wahrnehmung des Themas

	Wettbewerbssituation	Privatzimmervermittlung		
Pension	Thema nicht relevant			
Hostel	Konkurrent zur Hotellerie / nicht für eigenen Betrieb			
Boardinghouse	Kein Konkurrent für eigenen Betrieb			
Markenhotel	Grundsätzlicher Wettbewerb	Altes Thema mit neuen Dimensionen		
Berufsständige Körperschaft	Auseinandersetzung mit Thematik			
Verband 1	Koexistenz bei gleichen Wettbewerbsbedingungen	Altes Thema mit neuen Dimensionen		
Verband 2	Koexistenz bei gleichen Wettbewerbsbedingungen	Altes Thema mit neuen Dimensionen		

Quelle: Eigene Darstellung

Die Kategorie "Wahrnehmung des Themas" stellt die generelle Grundeinstellung der Experten zu der Thematik der Share Economy in Verbindung mit Airbnb dar.

Die Codierung Wettbewerbssituation zielt auf die generelle Relevanz des Themas für den eigenen Betrieb bzw. für die Branche ab. Die Pension gab an, dass Airbnb für den eigenen Betrieb keine Wettbewerbsrelevanz hat, aufgrund der kontinuierlichen Auslastung. Das Hostel teilt eine ähnliche Haltung, in der Airbnb für den eigenen Betrieb keinen direkten Konkurrenten darstellt. Für das Boardinghouse stellt Airbnb momentan keinen Konkurrenten dar. Zielgruppe des Boardinghouses sind Geschäftsreisende und abhängig von der Entwicklung des Geschäftsreisesegmentes auf Airbnb, könnte Airbnb zu einem direkten Konkurrenten werden. Die Berufsständige Körperschaft befasst sich mit Airbnb vor allem aus der rechtlichen Perspektive, da eine große Verunsicherung auf Verbraucherseite in Verbindung mit Airbnb besteht. Die Relevanz ist hier relativ hoch. Das Markenhotel, Verband 1 und Verband 2 ordnen Airbnb als ganz normalen Wettbewerb innerhalb der bestehenden Marktwirtschaft ein. Deutlich wird dies durch die Aussage des Verband 2: "Da sind zwei politische Forderungen drin aus unserer Sicht. Einmal Wettbewerbsgleichheit bei Brandschutz, Melderecht, Hygiene und Steuerlicher Bemessung. Gleiches Recht für alle Marktteilnehmer. Und der zweite Punkt, dass es nicht hinnehmbar ist, dass der Wohnraum zweckentfremdet wird und nicht mehr als Wohnraum für die Stadt zur Verfügung steht. Ansonsten leben wir mit Sharing Economy. "210 An diesem Zitat zeigt sich ein

²¹⁰ Anhang II, S. 88.

entscheidendes Ergebnis der Forschungsarbeit auf, die Forderung nach gleichen Wettbewerbsbedingungen für alle Marktteilnehmer.

Die Codierung *Privatzimmervermittlung* geht generell auf die Thematik der privaten Vermittlung von Unterkünften ein. Für das Markenhotel, Verband 1 und Verband 2 ist es generell ein altes Thema, es aber durch Airbnb völlig neue Dimensionen eingenommen hat. Aus einem wenig beachteten Marktsegment wurde ein öffentliches und transparentes Thema. Das Unternehmen Airbnb wird von allen Experten als etabliertes Unternehmen eingeschätzt, welches langfristig am Markt agieren wird.

Darstellung der Ergebnisse

7.2 Zustand der Wettbewerbsbedingungen

Tabelle 7: Zustand der Wettbewerbsbedingungen

	Grenzziehung Verwaltung eigenen Vermögens und Gewerbe	Wettbewerbs- bedingungen	Schutz von Wohnraum	Problematik des Graumarkts	Politischer Handlungsbe- darf	Juristisches Vorgehen	Verbraucher- schutz
Pension		Ungleich	sinnvoll			Nicht gewollt oder umsetzbar	
Hostel		Ungleich		Fehlende Kontrollen	Gesetzliche Regulierungen	Nicht gewollt	
Boardinghouse	Klärungsbedarf	Ungleich	sinnvoll	Rechtliche Ungewissheit	Nicht kaputt regulieren	Keine rechtliche Grundlage	Fehlende Absicherung
Markenhotel	Klärungsbedarf	Ungleich			Nicht kaputt regulieren, aber regulieren		
Berufsständige Körperschaft	Klärungsbedarf	Ungleich		Rechtliche Ungewissheit	Phase des Umbruchs	Airbnb nicht verbieten	
Verband 1		Ungleich	sinnvoll	Fehlende Marktübersicht	Nicht kaputt regulieren, aber regulieren		Fehlende Absicherung
Verband 2	Klärungsbedarf	Ungleich		Fehlende Marktübersicht	Gesetzliche Regulierungen	Nicht gewollt oder umsetzbar	Fehlende Absicherung

Quelle: Eigene Darstellung

Die Kategorie "Zustand der Wettbewerbsbedingungen" geht auf die Wettbewerbsbedingungen in der Beherbergungsbranche in Bezug auf Airbnb und allgemeine Umstände ein.

Als Grundproblematik kristallisiert sich der direkte Vergleich einer gewerblichen und einer privaten Leistung heraus. Die Codierung *Grenzziehung Verwaltung eigenen Vermögens und Gewerbe* fängt diese Problematik ein. Das Boardinghouse, Markenhotel, die Berufsständige Körperschaft und der Verband 2 sehen Klärungsbedarf in der Unterscheidung von gewerblicher und nicht gewerblicher Vermietung. Vermietungen, die auf Airbnb einen gewerblichen Umfang erreichen, sollen auch die damit verbundenen gesetzlichen Auflagen einhalten.

Alle Experten fordern faire Wettbewerbsbedingungen, dargestellt mit der Codierung Wettbewerbsbedingungen. Dabei haben Pension, Hostel und Verband 1 die gewerbliche Dimension nicht explizit angesprochen und es bleibt offen, gleiche Wettbewerbsbedingungen für private und gewerbliche Anbieter gefordert sind. Die ungleichen Wettbewerbsbedingungen zeichnen sich, laut dem Markenhotel, vor allem als Preisverzerrung ab. Die Mehrzahl der genannten wettbewerbsverzerrenden Elemente lösen Zusatzkosten für ein Unternehmen aus. Diese Kosten werden vom Unternehmen getragen und umgelagert auf den Endpreis. Als häufigstes wettbewerbsverzerrendes Element wurde der fehlende Brandschutz genannt und die damit einhergehenden baulichen Maßnahmen die getroffen werden müssen. Solche Maßnahmen wie Fluchtwege und Brandschutztüren erfordern bauliche Veränderungen am Objekt und sind mit hohen Kosten verbunden. Mit ähnlicher Gewichtung wurden steuerrechtliche Aspekte genannt. Vor allem die ausfallende Umsatzsteuer und Gewerbesteuer wird von den Experten als Wettbewerbsverzerrend eingestuft. Die vermeintlich fehlende Zahlung der Kulturförderabgabe durch den Airbnb Gast wird auch von drei Experten als ungleiche Wettbewerbsbedingung eingestuft. Weitere Elemente waren fehlende hygienerechtliche Bestimmungen Unterwanderung von Arbeitsstandards.

Die Codierung *Schutz von Wohnraum*, nimmt Bezug auf die Wohnraumschutzsatzung, die in Köln besteht. Drei der sieben Experten gaben an, dass Wohnraum nicht zweckentfremdet werden darf und dies durch Gastgeber auf Airbnb geschieht.

Die Codierung *Problematik des Graumarkts* zeichnet ein generelles Branchenproblem ab, welches nicht auf Airbnb zurückzuführen ist. Privatzimmervermietungen werden von der Statistik nicht erfasst und es gibt keine offiziellen Zahlen darüber. Die Berufsständige

Körperschaft und das Boardinghouse sehen vor allem eine rechtliche Verunsicherung der Nutzer von Airbnb, die nicht wissen, was man rechtlich darf und was nicht. Hier zeigt sich der Bezug, zu der bereits umschriebenen Codierung *Grenzziehung Verwaltung eigenen Vermögens und Gewerbe*. Eine weitere Problematik sehen zwei Experten in der fehlenden Kontrolle des Segmentes und ein damit verbundenes Vollstreckungsdefizit der Stadt Köln. Das Segment kann nicht kontrolliert werden, in Bezug auf die Einhaltung von gesetzlichen Bestimmungen, da es keine Marktüberwachung gibt. Dass generell eine Grauzone existiert, wird nicht von den Experten als negativ eingestuft. Dies zeigt sich in der Aussage vom Hostel: "Es ist alles eine Grauzone, die meinetwegen auch funktioniert, es muss Grauzonen geben. [...] So funktioniert die Welt, das ist auch gut so, so muss die Welt funktionieren. Das muss auch so funktionieren, wir können nicht alles regulieren. Aber wenn aus einer Grauzone ein System wird, was passiert ist mit Airbnb, dann muss irgendwann der Gesetzgeber aktiv werden. Das ist ja immer so, es gibt Grauzonen die funktionieren, aber wenn es überhandnimmt muss ich regulieren. Und diese Phase ist jetzt ganz stark eingetreten". ²¹¹ Auch hier spiegelt sich die Forderung nach Wettbewerbsgleichheit und politischem Handeln wieder.

Die Codierung Politischer Handlungsbedarf fängt genau diese Thematik ein. Fast alle Experten stellen die Forderung nach gesetzlichen Regulierungen im Bereich der privaten Zimmervermietung auf. Die Pension trifft keine Aussage, ob man es regulieren sollte, teilt jedoch die Meinung der ungleichen Wettbewerbsbedingungen. Obwohl die Forderung nach Regulierungen besteht, sehen vier Experten die Gefahr einer Überregulierung, die die Privatzimmervermietung negativ beeinträchtigen und sogar "kaputt" machen könnte. Dies zeigt die politische Herausforderung der Thematik im Allgemeinen auf. Laut Aussage der Berufsständigen Körperschaft zeigt die Politik ein reaktionäres Verhalten auf sich verändernde Marktverhältnisse: "Es kommen neue Wettbewerber an den Markt, die vielleicht auch einen Markt neu definieren oder neue Kräfteverhältnisse etablieren. Da ist der Gesetzgeber meistens erst einmal in einer reaktionären Hinsicht tätig, dass er erst einmal schaut, was kommt denn da, und dann müssen wir reagieren. Das ist natürlich mit Verzögerungen verbunden, deshalb gibt es immer eine Phase des Umbruchs. Und ich glaube, dass ist hier gerade auch der Fall. Das man erst schauen muss welche Angebote hier stattfinden, was ist die Geschäftstätigkeit usw. und wie kann man da einen Ausgleich schaffen zu denen, für die es klare Regeln gibt. Wie kann man klare Regeln schaffen, dass dort gleiche Rahmenbedingungen herrschen. Dass dort keine Wettbewerbsverzerrung durch mangelnde Stränge gesetzliche Regelungen entsteht."212

²¹¹ Anhang II, S. 90.

²¹² Anhang II, S. 103.

Ein generelles *juristisches Vorgehen*, wie es mit dem Unternehmen UBER und der Taxibranche geschehen ist, fordert keiner der Experten. Die Fallkonstruktion ist ähnlich, aber die rechtlichen Grundvoraussetzungen sind andere. Es fehle die rechtliche Grundlage, nach Aussage des Verbands 2, außerdem ist solch ein Verbot nicht gewollt, da es schon immer Privatzimmervermittlungen gegeben hat. Das Hostel stellt Airbnb sogar als Nische in der Hotellerie dar, die man nicht verbieten sollte.

Verband 1, Verband 2 und das Boardinghouse kritisieren die fehlende Absicherung der Verbraucher, wenn sie Airbnb als Gast oder Gastgeber nutzten. Diese Problematik ist mit der Codierung *Verbraucherschutz* dargestellt. Der mangelnde Verbraucherschutz ist auf die fehlende gewerbliche Tätigkeit, und die damit verbundene Zuordnung zum Graumarkt, zurückzuführen. Des Weiteren wird kritisiert, dass sich Airbnb ihrer unternehmerischen Verantwortung entzieht, indem Airbnb die rechtliche Verantwortung auf die Mitglieder überträgt. Die Mitglieder sind, nach Aussage von Airbnb, dafür verantwortlich sich an geltende Gesetze zu halten. Airbnb verweist immer auf die Vermittlerrolle des Unternehmens und übernimmt keine Verantwortung, so die Experten.

Darstellung der Ergebnisse

7.3 Auswirkungen auf den Wettbewerb

Tabelle 8: Auswirkungen auf den Wettbewerb

	Wettbewerbssituation	Lernen vom Wettbewerber	Destination	Synergieeffekte	Gesellschaft	Grundgedanke der Share Economy
Pension	Kein direkter Konkurrent	Gastgeber Profile	Vertriebsvorteile für Vermieter von Privatzimmern	Keine Ersichtliche		
Hostel	Kein direkter Konkurrent / Privathotellerie betroffen	Individuelle Einrichtung	Neue Zielgruppe	Keine potenzielle Vertriebsplattform	Ökonomischer Anreiz/ Auswirkung auf Nachbarn	Verlust
Boardinghouse	Kein direkter Konkurrent / Gefahr für Hotellerie	Wohnkonzepte	Angebots Bereicherung	Vertriebsweg fehlgeschlagen		Kommerzielle Interessen
Markenhotel	Allgemeiner Verdrängungs- wettbewerb	Individuelle Einrichtung		Vertriebsplattform für kleinere Betriebe		
Berufsständige Körperschaft	Ferienhaus - Wohnungsanbieter	Selbstreflexion des Geschäftsmodells	Aufmerksamkeit für Standort		Ökonomischer Anreiz / Zweckentfremdung	
Verband 1	Allgemeiner Verdrängungs- wettbewerb	Marketing	Neue Zielgruppe		Auswirkung auf Nachbarn	Kommerzielle Vermietung
Verband 2	Allgemeiner Verdrängungswettbe- werb/ Privathotellerie betroffen	Selbstreflexion des Geschäftsmodells	Neue Zielgruppe		Ökonomischer Anreiz / Auswirkung auf Nachbarn	Verlust

Quelle: Eigene Darstellung

Die Kategorie "Auswirkungen auf den Wettbewerb" soll die Auswirkungen von Airbnb und der Share Economy auf die Beherbergungsbetriebe an sich und das gesamte Beherbergungswesen darstellen.

Die Codierung Wettbewerbssituation beschreibt das Wettbewerbsverhältnis des eigenen Betriebs zu Airbnb, sowie die allgemeinen brancheninternen Wettbewerbsverhältnisse. Wie bereits in Kapitel 7.1 dargelegt, sehen alle befragten Experten, die gleichzeitig einen Beherbergungsbetrieb vertreten, keine direkte Gefährdung durch Airbnb. Das Markenhotel sowie das Boardinghouse, sehen keine Übereinstimmung in der Zielgruppe und verneinen eine direkte Beeinträchtigung. Das Hostel, welches eine eigene Beeinträchtigung ausschließt, sieht vor allem die Privathotellerie durch Airbnb, als weiteren Wettbewerber gefährdet. Diese Meinung teilen drei weitere Experten. Die Gefährdung der Privathotellerie, vor allem im 1 bis 3 Sterne Segment, geht aber nicht alleine von Airbnb aus, sondern es herrsche ein allgemeiner Verdrängungswettbewerb am Markt: "Der Privathotelier hier am Standort bekommt Druck von oben und von unten. Von unten durch Airbnb und den Wachstumsmarkt der Privatzimmervermietung und von oben durch die zunehmenden Ketten die hier auf den Markt strömen, vor allem aus dem Economy Bereich. "213 In diesem Zusammenhang wurde oft die Low-Budget Hotelkette "Motel One", von den Experten genannt, die auch ein Element im Verdrängungswettbewerb darstellt. Die Berufsständige Körperschaft sieht alleine Ferienhausanbieter und Ferienwohnungsanbieter als Konkurrenten für Airbnb und schließt eine direkte Konkurrenz zu bestehenden Beherbergungsbetrieben aus.

Die Codierung Lernen vom Wettbewerber stellt mögliche Chancen für das Beherbergungsgewerbe dar, die von Airbnb ausgehen können. Das Hostel und das Markenhotel sehen vor allem die individuelle Art der Einrichtung, einer Privatzimmerwohnung, als mögliche Verbesserungsmaßnahme in der Hotellerie. Und somit gegen die standardisierten Hotelzimmer vorzugehen. Jedoch muss ein gewisser Standardisierungsgrad in der Hotellerie beibehalten werden, um feste Betriebsabläufe garantieren zu können, so die Aussage des Markenhotels. Die Pension könnte sich als Verbesserungsmaßnahme für das eigene Geschäftsmodell, die Verwendung von Mitarbeiterprofilen vorstellen, damit sich die Gäste ein persönliches Bild von dem Menschen vor Ort machen können. Für das Boardinghouse ist vor allem die "Wohn"-Komponente von Airbnb wichtig, die auch im Boardinghouse Segment eine wichtige Rolle

²¹³ Anhang II, S. 111.

spielt: "Man kann ein Hotelzimmer nicht mit einer Wohnung auf Airbnb vergleichen. Der ganz krasse Unterschied ist, ein Hotel ist ein Beherbergungsbetrieb, dort übernachte ich. Airbnb ist ein Wohngefühl. "214 Der Verband 1 sieht Verbesserungsmöglichkeiten im gesamten Marketing der Beherbergungsbranche und lobt den professionellen Internetauftritt von Airbnb. Ein verbessertes Marketing könnte die Gastgeberqualitäten, die schon immer bestanden haben, aber vielleicht in Vergessenheit geraten sind, wieder in den Fokus der Menschen bringen. Generell führt Wettbewerb zu einer Selbstreflexion des eigenen Produktes. Diese Meinung teilen die Berufsständige Körperschaft und der Verband 2. Verdeutlicht wird es an der Aussage des Verbands 2: "Ich habe nichts gegen Wettbewerb, um das einmal klar zu stellen. Wettbewerb ist eine gute Sache, das führt dazu, dass die Leute aktiv sind und sich Gedanken über ihr Produkt machen und es permanent weiter entwickeln. Und sich über ihre Zielgruppe, die Qualität, das Angebot, die Ausrichtung, Gedanken machen. "215 Die Berufsständige Körperschaft fordert alle Betriebe auf, sich über das eigene Geschäftsmodell Gedanken zu machen, und sieht Airbnb als Chance, positive Ansätze zu übertragen. Generell sagt dieser Experte, dass die ständige Weiterentwicklung des Geschäftsmodells und Anpassung an die Kundenbedürfnisse zu einem gut funktionierenden Betrieb dazu gehören.

Welche vermuteten Auswirkungen Airbnb auf die Stadt Köln haben könnte, wird mit der Codierung Destination erfasst. Die Pension sieht Vorteile für die Anbieter von Privatzimmern in Köln, da Anbieter eine weitere Vertriebsmöglichkeit haben. Das Boardinghouse sieht Airbnb als Angebotsbereicherung, die optimal zu Köln als "junge Stadt" passt. Vier Experten teilen die Meinung, dass eine neue Zielgruppe generiert werden könne, die ohne Airbnb nicht nach Köln gekommen wäre. Der Verband 1 sieht eine vorteilhafte Verteilung der touristischen Nachfrage in Köln. Somit eröffnet Airbnb Übernachtungsmöglichkeiten in Stadtteilen, die eine geringe Dichte Beherbergungsbetrieben aufweisen. Die Berufsständige Körperschaft hinterfragt eine mögliche Zunahme der Ankünfte durch Airbnb. Es könnte sich auch um eine Verschiebung der Nachfrage handeln, weg von den Beherbergungsbetrieben hin zu Airbnb. Klare Prognosen können nicht getroffen werden, da keine offiziellen Zahlen darüber bekannt sind.

Die Codierung *Synergieeffekte* umfasst mögliche Kooperationen mit Airbnb. Das Boardinghouse hat Airbnb als mögliche Vertriebsplattform für seine Beherbergungsleistungen getestet. Airbnb stellte sich jedoch als nicht geeignete

²¹⁴ Anhang II, S. 119.

²¹⁵ Anhang II S. 109.

Vertriebsplattform dar. Es fehle an der Professionalität der Leistung, die für die Zielgruppe essentiell sei. Das Markenhotel kann sich Airbnb als Vertriebsplattform für kleinere Betriebe vorstellen, die nicht die monetären Möglichkeiten für ein großflächiges Marketing aufweisen. Das Hostel wurde von Airbnb kontaktiert, ob nicht das eigene Unternehmen auf Airbnb vertreten sein möchte. Eine Zusammenarbeit mit Airbnb als weitere Vertriebsplattform sei jedoch ausgeschlossen.

Die Codierung *Gesellschaft* umfasst Faktoren, die mögliche gesellschaftliche Auswirkungen durch die Nutzung von Airbnb beinhalten. Drei Experten kritisieren den ökonomischen Anreiz, der von einem Airbnb Inserat ausgeht. Die Attraktivität, durch ein Airbnb Inserat ein hohes, zusätzliches Einkommen zu generieren ist sehr stark und kann einfach sein. "Hier ist aber der schmale Grat, dass die Nachfrage oft so hoch ist, das es den Wohnungseigentümer dazu verleitet ständig seine Wohnung zu vermieten. Oder dann, was passiert, dass man sich Wohnungen kauft oder mietet, um sie zu vertreiben. "²¹⁶ Das Hostel kritisiert diesen Aspekt und die damit einhergehende bewusste Umwandlung von Wohnraum in Airbnb Wohnungen. Die damit einhergehende Zweckentfremdung, wird außerdem kritisiert. Die möglichen negativen Auswirkungen auf die unmittelbare Nachbarschaft einer Airbnb Wohnung, werden vom Hostel, Verband 1 und Verband 2 eingebracht.

Einigen Experten kritisieren den kommerziellen Grad von Airbnb und die Abkehr vom Share Economy Grundgedanken des Teilens. Die Codierung *Grundgedanke der Share Economy* bezieht sich darauf. Aus der Anfrage, ob der Betrieb des Hostels bei Airbnb gelistet sein möchte, hinterfragt dieser Airbnb's Ursprung: "Ich habe auf deren Listing gar nichts zu suchen, das haben nur Private. Und da haben sie ja dann gezeigt, dass sie gar kein Airbnb sein wollen. Nein, sie wollen Konkurrenz zu Booking.com sein. Sie wollen eine ganz normale Vermittlungsplattform für Betten, für Zimmer sein und mehr wollen die gar nicht sein. Und dafür wollen sie Provision kassieren, das ist das ganze Geschäftsmodell. "217 Für das Hostel hat Airbnb wenig mit Share Economy zu tun und die reinen kommerziellen Interessen stehen im Vordergrund. Der Verband 1 und Verband 2 teilen diese Meinung und Verband 1 vergleicht Airbnb mit Couchsurfing, also nicht kommerzielle und kostenfreie Variante der Share Economy.

²¹⁶ Anhang II, S. 95.

²¹⁷ Anhang II,S. 90.

Darstellung der Ergebnisse

7.4 Motive der Airbnb Gäste

Tabelle 9: Motive der Airbnb Gäste

	Finanzielle Aspekte	Standort	Leistungsumfang	Trend	Kontakt mit anderen	"Local- Gefühl"	Wohnen
Pension	Günstigerer Preis	Ansprechende Lage der Wohnung	Grundleistung		Persönliche Interaktion mit Gastgeber		
Hostel	Vermeintlich günstigerer Preis		unabhängig	Individuelles Erlebnis			Private Atmosphäre
Boardinghouse	Günstigerer Preis	Wohnung als Ausgangpunkt um die Stadt zu erkunden	Familienfreundlich		Genereller Kontakt mit Menschen	Integration in Stadt	Wie zu Hause fühlen
Markenhotel	"Geiz ist geil"- Mentalität			Merkmal der heutigen Generation	Fremde Menschen, Kulturen kennenlernen		Wie zu Hause fühlen
Berufsständige Körperschaft	Teilweise günstiger				Kontakt zu Einheimischen	Eintauchen in Stadtviertel	
Verband 1					Persönliche Interaktion mit Gastgeber		
Verband 2	Vermeintlich günstigerer Preis	Innenstadtlage		Merkmal der heutigen Generation			

Quelle: Eigene Darstellung

Die Kategorie "Motive der Airbnb Gäste" stellt die wahrgenommenen Motive der Experten dar, warum ein Tourist Airbnb nutzt. Die Reihenfolge der Codierungen stellen den zunehmenden Emotionalisierungsgrad der Motive dar. Die Codierung *Wohnen* gibt dabei den stärksten Emotionalisierungsgrad an.

Als häufigstes Motiv wurden monetäre Gründe genannt. Die Spannweite der Antworten wird in der Codierung *Finanzielle Aspekte* dargestellt. Das Markenhotel stellt den Preis immer als ausschlaggebendes Motiv für eine Reisentscheidung dar. Dies wird mit der "Geiz ist geil"-Mentalität der Deutschen begründet. Grundlage der Entscheidung ist es, das Beste aus dem zur Verfügung stehenden Reisebudget herauszuholen und dabei ist das günstigste Angebot am geeignetsten. Zwei Experten vermuten einen generell günstigeren Preis bei Airbnb im Vergleich zu anderen Angeboten. Dahingegen differenzieren drei Experten, diese geben den Preis als Motiv an, vermuten aber nicht immer Airbnb als günstige Übernachtungsmöglichkeit.

Drei Experten geben den *Standort* der Unterkunft als Motiv an. Für die Pension und das Boardinghouse war die günstige Lage der Wohnung das eigene Motiv, das Angebot auf Airbnb selber zu nutzten. Verband 2 nennt die zentrale Innenstadtlage von Airbnb Unterkünften als Motiv, welche die Reiseentscheidung beeinflusst. Es wird sich dabei auf die Erlebnisse der eigenen Kinder bezogen, die über Airbnb Unterkünfte gebucht haben.

Die Codierung *Leistungsumfang* bezeichnet den Grad der Service-Leistung, die vom Kunden gewünscht ist. Zwei Experten sehen die Selbstbestimmtheit und Unabhängigkeit von externen Faktoren als Vorteil an. Diese entstehen in erster Linie durch die Selbstversorgungsfunktion einer Privatzimmerunterkunft. Es müssen z.B. keine festen Essenszeiten, wie in einem Hotel eingehalten werden. Der Aufenthalt gestaltet sich freier. Für einen Experten stellt die private Unterkunftsform eine familienfreundlichere Variante des Reisens dar, besonders mit kleinen Kindern.

Drei Experten können sich Lifestyle Gründe, als Motiv vorstellen. Die Übernachtung in einer Airbnb Unterkunft wird von dem Markenhotel und dem Hostel als "cooles und modernes" Erlebnis dargestellt. Auch der Gedanke, ein vermeintlich nicht kommerzielles Angebot zu nutzen wird von dem Boardinghouse dargestellt: "Ein Motiv ist sicherlich aus Gründen des Lifestyles, weil es cooler ist als in einem Hotel zu übernachten. Es ist nicht so kommerziell und hat sicher auch ganz praktische Gründe"²¹⁸. Zwei Experten sehen Airbnb als

²¹⁸ Anhang II, S. 118.

eine Übernachtungsform, die besonders von der jüngeren Generation genutzt wird. Daraus resultiert die Codierung *Trend*.

Als weitere Codierung, *Kontakt mit anderen*, bezeichnet diese das Ausmaß des menschlichen Kontakts, der Airbnb Übernachtung. Zwei Experten geben die persönliche Interaktion mit dem Gastgeber, als ein Motiv für die Buchung über Airbnb an. Die Berufsständige Körperschaft und das Markenhotel, geben den privaten Kontakt zu Einheimischen, sowie das Kennenlernen fremder Kulturen, als eines der Motive an. Auch die Neugier, Wohnungen fremder Menschen zu betreten wird als Motiv angegeben. Das Boardinghouse führt den generellen Kontakt mit Menschen als Motiv an, bezieht sich weder auf den Gastgeber als Kontaktperson oder auf den Kontakt zu Einheimischen.

Eng verbunden mit der vorangegangenen Codierung, ist die Codierung "Local-Gefühl". Diese beschreibt, das vermutete Motiv zweier Experten, sich als Tourist wie ein Einheimischer in der Destination fühlen zu wollen. "Ich glaube es gibt viele, verschiedene Gründe je nach Person. Ich kann mir preisliche Aspekte vorstellen. Ich kann mir vorstellen, dass es durchaus darauf ankommt, mehr als "Local" in einer neuen Stadt unterwegs zu sein, sich in einem Viertel einzubringen. Auch private Kontakte knüpfen zu Personen, die dort in der Stadt wohnen. Solche Motive könnte ich mir vor allem vorstellen."²¹⁹ Die dargestellten Motive der Berufsständigen Körperschaft, werden vom Boardinghouse in ähnlicher Weise angegeben.

Durch die private Atmosphäre innerhalb einer Unterkunft auf Airbnb, kann ein Wohngefühl für den Gast entstehen. Die Codierung *Wohnen* spiegelt diese Sichtweise wieder. Das bereits in Kapitel 7.3 (S. 59) verwendete Zitat des Boardinghouses zeigt die Wohn-Dimension von Airbnb auf. Durch das implizierte Wohngefühl entsteht das "Wie zu Hause" Gefühl, welches von zwei Experten als mögliches Motiv angegeben wird.

8 Airbnb und das Beherbergungsgewerbe in Köln

Die Vermittlungsplattform Airbnb offeriert weltweit Zimmer, Wohnungen oder ganze Immobilien und stellt einen weiteren Wettbewerber im Beherbergungsgewerbe dar. Ihren Ursprung begründet Airbnb in der Share Economy, in der das Teilen allgemein als Grundsatz gilt.

Die Share Economy hält große Chancen für den Tourismus bereit. Hinter dem Prinzip verbergen sich jedoch auch Risiken und vermehrt Unsicherheiten auf Seiten der etablierten

²¹⁹ Anhang II, S. 103.

Hospitality Industry. Inwieweit sich die unternehmerischen Aktivitäten von Airbnb auf die weiteren Marktteilnehmer auswirken wird, soll in Ansätzen in dieser Forschungsarbeit aufgezeigt werden. Ziel der Arbeit ist, die Sichtweise des Beherbergungsgewerbes in Köln über das Thema Share Economy, am Beispiel von Airbnb, darzustellen.

Die aufgestellte Hypothese, je größer das Angebot von Airbnb, desto stärker ist der Handlungsbedarf vom Beherbergungsgewerbe gegen Airbnb vorzugehen, wird mit der Methodik der qualitativen Experteninterviews überprüft.

Generell, sehen die befragten Experten Airbnb als normalen Wettbewerber innerhalb des Untersuchungsgebiets an. Die aufgestellt These ist somit wiederlegt. Keiner der Experten erachtet es als ein sinnvolles Vorgehen, juristisch gegen Airbnb vorzugehen und somit den Wettbewerb zu bekämpfen. Airbnb "ist nicht der Feind"²²⁰ und sollte nicht verboten werden, wie dies mit anderen Share Economy Vertretern passiert ist. Plädiert wird für einen fairen Wettbewerb, der gleiche Wettbewerbsbedingungen für die Marktteilnehmer fordert. Diese Forderung gründet auf ein generelles ordnungsrechtliches Problem, der Grenzziehung zwischen privater und gewerblicher Vermietung von Unterkünften an Touristen. Die gewerbliche Vermietung und die damit eingeschlossene Beherbergungsleistung, erfordert das Erfüllen von Gesetzen. Diese Nichteinhaltung von Gesetzen, verursacht eine Wettbewerbsverzerrung innerhalb der Branche, die als ungerecht von den Experten angesehen wird. Airbnb hat somit einen vermeintlichen Wettbewerbsvorteil, in Bezug auf Brandschutzrechtlinien, Steuern und Abgaben und arbeitsrechtliche Vorschriften.

Als allgemeingültige Erkenntnis, zeigte sich der vorherrschende Verdrängungswettbewerb in der Beherbergungsbranche auf, der zu Lasten der kleineren Privathotellerie geht. Diese werden zunehmend in ihrer Existenz, durch den Wettbewerb der Marktteilnehmer bedrängt.

Es zeichnen sich Risiken und Chancen bei der Nutzung von Airbnb als Vermittlungsplattform ab. Die Experten sehen u.a. ein erhöhtes Risiko in dem mangelnden Verbraucherschutz. Des Weiteren besteht der Verlust von urbanem Wohnraum. Teilweise werden Wohnungen gezielt in Airbnb Unterkünfte umgewandelt und dem allgemeinen Wohnungspool entzogen. Kritisiert wird der fehlende "Sharing" Gedanke bei Airbnb und dass es sich um ein rein kommerzielles Angebot handele.

_

²²⁰ Anhang II, S. 87.

Fazit 67

Die Experten sehen das Auftreten von Airbnb am Markt aber auch als Chance das eigene Produkt zu verbessern. Generell fördert Wettbewerb eine ständige Kontrolle und Anpassung des Produktes an die gegebenen Marktverhältnisse. Für Köln, als touristische Destination, können Vorteile durch das erweiterte Angebot auf Airbnb entstehen.

8.1 Handlungsempfehlungen

Abgeleitet aus den Ergebnissen der Forschungsarbeit lassen sich Handlungsempfehlungen formulieren. Die Handlungsempfehlungen richten sich an die kommunale Politik, Airbnb und das Beherbergungsgewerbe in Köln.

Als politische Herausforderung sollten eindeutig definierte Kriterien für die Abgrenzung von gewerblicher und privater Vermietung gefunden werden. Es könnte eine maximale Vermietungsdauer, von Wohnungen oder Zimmern, an Touristen festgelegt werden. Abgeleitet davon, könnte auch für die Wohnraumschutzsatzung eine solche maximale Mietdauer bestimmt werden.

Airbnb könnte, über die Website, die Kulturförderabgabe direkt einziehen. Außerdem könnten weitere Maßnahmen eingeführt werden, die den Gast bzw. Gastgeber verbraucherrechtlich absichern. Zum Zeitpunkt der Ausarbeitung dieser Arbeit, verkündete Airbnb die Einführung einer kostenfreien Haftpflichtversicherung für Gastgeber²²¹ und zeigte positive Tendenzen in diese Richtung auf.

Die Beherbergungsbranche könnte die eigenen Gastgeberqualitäten wieder in den Fokus rücken. Der Umgang mit dem Kunden könnte offener, persönlicher und individueller gestaltet werden. Dies würde spezielle Qualifikationen der Mitarbeiter im Betrieb erfordern. Moderne Kommunikationsmittel im Marketing und Online-Vertrieb sollten genutzt werden. Eine gemütliche Gestaltung der Zimmer und die Möglichkeit zum Kontakt von Einheimischen und Gästen, könnten Konzepte zur Anpassung an neue Kundenbedürfnisse sein.

9 Fazit

Airbnb wird als Wettbewerber von der Beherbergungsbranche wahrgenommen. Es erweitert das Angebot des Reisenden, um eine globale Privatzimmervermittlung und schafft ein Reiseerlebnis der anderen Art. Als Emporkömmling der Share Economy steht es für eine besondere Art zu Übernachten oder sogar zu Wohnen an einem fremden Ort.

http://www.fvw.de/index.cfm?cid=11180&pk=149029&event=showarticle&wt_mc=fvwNL, 26.10.2015.

²²¹ FVW Medien GmbH, 2015b,

Fazit 68

Das Wachstum von Inseraten auf Airbnb stellt die Tourismusbranche vor neue Herausforderungen. Die Möglichkeit ein Zimmer oder eine Wohnung anderen Personen zur Verfügung zu stellen waren nie so einfach wie heute. Der Anreiz damit Geld zu verdienen ist da.

Die Herausforderung besteht darin, eine adäquate Grenzziehung zwischen privaten und gewerblichen Anbietern zu schaffen und gleiche Wettbewerbsbedingungen für vergleichbare Marktteilnehmer zu etablieren.

Tourismus und Politik stehen vor der Herausforderung Regeln zu entwickeln, die einen weitestgehend fairen Wettbewerb garantieren, aber die Privatvermittlung im Kern nicht überregulieren.

Private Anbieter müssen zu Recht nicht die gleichen Wettbewerbsbedingungen, wie gewerbliche Anbieter erfüllen. Was passiert jedoch, wenn aus einem vermeintlich privaten Anbieter eine professionell betriebene Vermietung mit erheblichen Einnahmen wird?

Sollte Airbnb sein Angebot in gewerbliche und private Anbieter unterteilen? Aber was passiert mit Airbnb, wenn öffentlich ersichtlich ist, dass gewerbliche Vermietung stattfindet? Wo bleibt da die Share Economy? Ist Airbnb überhaupt noch Share Economy? Darf Share Economy kommerziell und mit eindeutiger Gewinnerzielungsabsicht arbeiten? Ist Share Economy am Ende doch Kapitalismus, nur anders verpackt? Diese offenen Fragen zeigen den allgemeinen Forschungsbedarf von Airbnb oder Share Economy auf und können in dieser Arbeit nicht hinreichend beantwortet werden.

Für die Beherbergungsbranche stellt Airbnb einen neuen Wettbewerber und Chance zur gleichen Zeit dar. Ein Wettbewerber der neue Perspektiven des Nachfrageverhaltens und Reiseerlebnisses aufzeigen kann.

Literaturverzeichnis

- Bialski, Paula (2013): Online to Offline Social Networking: Contextualising Sociality Today Through Couchsurfing.org. In Picard, David and Buchberger, Sonja (Hrsg.): Couchsurfing Cosmopolitanisms: Can Tourism Make a better World? Bielefeld, S. 162-171.
- Botsman, Rachel; Rogers, Roo (2011): What's Mine is Yours How Collaborative Consumption is Changing the Way we Live. London, Harper Collins Publisher.
- Freyer, Walter (2015): Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 11., überarb. und aktualisierte Aufl., Berlin, De Gruyter.
- Führich, Ernst (2011): Basiswissen Reiserecht: Grundriss des Reisevertrags- und Individualreiserechts. 2. Aufl., München, Verlag Franz Vahlen.
- Gardini, Marco, A. (2010): Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements. München, Oldenbourg Verlag.
- Gläser, Jochen; Laudel, Grit (2010): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. 4.Auflage, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Graburn, Nelson (2013): Anthropology and Couchsurfing Variations on a Theme (An Afterword). In Picard, David and Buchberger, Sonja (Hrsg.): Couchsurfing Cosmopolitanisms: Can Tourism Make a better World? Bielefeld, S. 173-179.
- Hartmann, Rainer; Pasel, Sandra (2014): Couchsurfing als innovative Übernachtungsalternative Entwicklung und Prognosen als Herausforderung für gewerbliche Beherbergungsbetriebe. In Stefan Küblböck & Franziska Thiele (Hrsg.): Tourismus und Innovation. Mannheim, MetaGis, S. 89-106 (= Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, 10)
- Hotelverband Deutschland e.V. (2015): Hotelmarkt Deutschland 2015. Bonn, IHA-Service.
- Kagermaier, Andreas; Köller, Julia; Stors, Nathalie (2015): Share Economy im Tourismus. Zwischen pragmatischen Motiven und der Suche nach authentischen Erlebnissen. In Zeitschrift für Tourismuswissenschaft 7, Heft 2, 2015, S. 117-145.
- Köln Tourismus GmbH (2015): KT- CCB Aktionsplan 2016.
- Krugman, Paul; Wells, Robin (2010): Volkswirtschaftslehr. Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag.
- Kuckartz, Udo (2014): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 2., durchgesehene Auflage, Weinheim und Basel, Beltz Juventa.
- *Leadbeater, Charles* (2009): We think: Mass Innovation Not Mass Production. London, Profile Books.
- *Linne, Martin et al.* (2014): Smart Tourism Share Economy im Tourismus. Produkte Grenzen Folgen. IDT-Verlag, Elmshorn.
- Linne, Martin (2015): Fremdenverkehr, Tourismus... und dann? Von Tourismus-Pionieren, Innovationen & Share Economy. IDT-Verlag, Elmshorn.

- Mansfeldt, Ole K. (2015): The `Airbnb experience` and the experience economy: The spatial, relational and experiential in-betweenness of Airbnb. In Lorentzen, Anne; Larsen, Karin T.; Schrøde, Lise: Spatial Dynamics in the Experience Economy. Routledge, S.103-116.
- *Oermann, Nils O.* (2015): Wirtschaftsethik. Vom freien Markt bis zur Share Economy. C.H. Beck, München.
- *Picard, David; Buchberger, Sonja* (2013): Introduction: Couchsurfing in Lisbon, Tunis and Brisbane. In Picard, David and Buchberger, Sonja (Hrsg.): Couchsurfing Cosmopolitanisms: Can Tourism Make a better World? Bielefeld, S. 9-41.
- Rifkin, Jeremy (2014): Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft: Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus. Campus Verlag, Frankfurt.
- Stampfl, Nora S. (2014): Share Economy-Neue Konsumeinstellungen und verändertes Konsumverhalten. In Linne, Martin et al.: Smart Tourism Share Economy im Tourismus. Produkte Grenzen Folgen. IDT-Verlag, Elmshorn, S. 13-24.
- Stephany, Alex (2015): The Business of Sharing. Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Stiftung Warentest (Hrsg.) (2015): Die Tricks der Vermittler. In Test, Ausgabe 09/2015, S. 82-96.
- Vogel, Hans-Gert (2014): Rechtliche Rahmenbedingungen des Couchsurfings. In Martin Linne Samrt Tourism Share Economy im Tourismus: Produkte Grenzen Folgen, Elmshorn, ITD-Verlag, S.108-132.
- Wedde, Peter; Wedde Irene (2015): Schöne neue "share economy"? Berlin, Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Weitzman, Martin L. (1984): The Sharing Economy. Conquering Stagflation. Harvard University Press, Harvard.
- Zervas, Georgios; Proserpio, Davide; Byers, John W. (2015): The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. Durchgesehene Aufl. 2015. Bosten University.

Internetquellenverzeichnis

- 9 Flats GmbH (Hrsg.) (2015a): Impressum. http://about.9flats.com/de/legal-info, am 02.10.2015.
- 9 Flats GmbH (Hrsg.) (2015b): http://www.9flats.com/de/, am 02.10.2015.
- 9 Flats GmbH (Hrsg.) (2015c): http://faq.9flats.com/hc/de/categories/200049268-Gastgeber, am 02.10.2015.
- 9 Flats GmbH (Hrsg.) (2015d): http://www.9flats.com/de/searches?utf8=%E2%9C%93&mode=list&search%5Bc urrency%5D=EUR&search%5Bsort_by%5D=top_ranking&search%5Bwoeid%5D=667931&search%5Bgeo_region%5D=false&search%5Bpoint_of_interest%5D=false&search%5Bquery%5D=K%C3%B6ln%2C+Deutschland&search%5Bstart_date%5D=&search%5Bend_date%5D=&search%5Bnumber_of_beds%5D=2&n umber_of_adults=2&search%5Bnumber_of_children%5D=0&commit=Suchen, am 02.10.2015.

- Airbnb Ireland (Hrsg.) (2015a): Nutzungsbedingungen. https://www.airbnb.de/terms, am 29.10.2015.
- Airbnb Ireland (Hrsg.) (2015b): Über uns. https://www.airbnb.de/about/about-us, am 29.10.2015.
- Airbnb Ireland, (Hrsg.) (2015c): Pressematerial. Menschen Orte Liebe (Film). https://www.airbnb.de/press/resources, am 29.10.2015.
- Airbnb Ireland, (Hrsg.) (2015d): Was sind Airbnb-Meet Ups? https://www.airbnb.de/help/article/356/what-are-meetups, am 29.10.2015.
- Airbnb Ireland (Hrsg.) (2015e): Vermiete deine Unterkunft. https://www.airbnb.de/rooms/new, am 29.10.2015.
- Airbnb Ireland (Hrsg.) (2015f): https://www.airbnb.de/s/K%C3%B6ln-Deutschland?guests=&ss_id=10q9zdb5&source=bb, am 29.10.2015.
- Airbnb Ireland (Hrsg.) (2015g): Superhost. https://www.airbnb.de/superhost, am 29.10.2015.
- Airbnb Ireland (Hrsg.) (2015h): Wie funktionieren die Strafen für Stornierungen? https://www.airbnb.de/help/article/990/how-do-the-cancellation-penalties-work, am 29.10.2015.
- *Airbnb Ireland*, (Hrsg.) (2015i): https://www.airbnb.de/help/article/849/extenuating-circumstances-for-host-cancellations, am 29.10.2015.
- Airbnb Ireland, (Hrsg.) (2015j): Bedingungen der Airbnb-Gastgeber-Garantie. https://www.airbnb.de/terms/host_guarantee, am 27.09. 29.10.2015...
- Airbnb Ireland (Hrsg.) (2015k): Stornierungsbedingungen. https://www.airbnb.de/home/cancellation_policies#flexible, am 27.09.2015.
- Airbnb Ireland (Hrsg.) (20151): Sei ein guter Gastgeber. https://www.airbnb.de/help/responsible-hosting, am 29.10.2015.
- Airbnb Ireland (Hrsg.) (2015m): Was ist die Belegungssteuer? Muss ich sie erheben oder zahlen? https://www.airbnb.de/help/article/654/what-is-occupancy-tax--do-i-need-to-collect-or-pay-it, am 29.10.2015.
- Austin, Scott; Canipe, Chris; Slobin, Sarah, (2015): The Billion Dollar Startup Club. In The Wall Street Journal vom 18.02.2015. http://graphics.wsj.com/billion-dollar-club/?co=Airbnb, am 03.10.2015.
- Baumgärtel, Tilman (2014): Teile und verdiene. Die Sharing-Economy sollte eine Alternative zum Kapitalismus sein. Doch jetzt kommen die Investoren. Sieben Thesen zum Zustand der Idee vom Tauschen und Leihen. In Zeit Online vom 15.07.2014, http://www.zeit.de/2014/27/sharing-economy-tauschen, am 13.08.2015.
- *Berg, Martin; Schön, Britta B.* (2015):Vermietung über Airbnb und Co. In Finanztip vom 09.02.2015,http://www.finanztip.de/untermiete/vermietung-airbnb/, am 26.09.2015.
- Bibliographisches Institut GmbH (2015): kol-la-bo-ra-tiv. http://www.duden.de/rechtschreibung/kollaborativ, am 27.10.2015.

- Blum, Roger [o. Jahr]: Mietrecht: Rechtliche Bewertung der Vermietung von Wohnraum an Feriengäste, http://rechtsanwalt-blum.de/aktuelles_mietrecht5.html, am 23.09.2015.
- *Botsman, R (2013):* The Sharing Economy lacks a Shared Definition. In Fast Company vom 21.11.2013,http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#6, am 16.09.2015.
- Colliers International Hotel GmbH (2015): Hotelmarkt Köln. http://www.colliers.de/~/media/CF4678A3FCF64D7BBA92D142CBA62B3F.ash x, am 18.10.2015.
- Couchsurfing International, Inc (Hrsg.) (2015): About us. http://www.couchsurfing.com/about/about-us/, am 01.10.2015.
- Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (2015): Hotelmarkt Köln: Et bliev nix wie et wor. http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/consumer-business/Hotelmarkt_K%C3%B6ln_D.pdf, am 18.10.2015.
- Demary, V. (2015): Was die Sharing Economy ausmacht. In Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V. vom 12.02.2015, http://www.iwkoeln.de/presse/gastbeitraege/beitrag/vera-demary-imwirtschaftsdienst-was-die-sharing-economy-ausmacht-210439, am 16.09.2015.
- Demos, Telis (2015): Airbnb Raises \$1.5 Billion in One of Largest Private Placements. In The Wall Street Journal vom 26.06.2105, http://www.wsj.com/articles/airbnb-raises-1-5-billion-in-one-of-largest-private-placements-1435363506, am 03.10.2015.
- *Designboom* (Hrsg.) (2014): Airbnb rebrand introducing the 'bélo' symbol. http://www.designboom.com/design/airbnb-rebrand-gives-its-community-asense-of-belonging-07-16-2014/, am 24.10.2015.
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (2015): Bettensteuern Übersicht über den Diskussionsstand in den Kommunen, http://www.dehogabundesverband.de/fileadmin/Startseite/05_Themen/Steuer/Bettensteuer/Bettenste uer_Generalkarte_0815.pdf, am 25.09.2015.
- Deutscher Tourismusverband e.V. [o. Jahr,a]: Share Economy ein Trend auch im Deutschlandtourismus.

 Paper. http://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDFs/Share_Economy.pdf, am 07.10.2015.
- Deutscher Tourismusverband e.V. [o. Jahr,b]: Gewerbeanzeige und Steuern von Pauge, Lisa, http://www.deutschertourismusverband.de/service/recht/gewerbeanzeige-und-steuern.html, am 23.09.2015.
- FVW Medien GmbH (Hrsg.) (2015a): Geschäftsreise-Programm wird global ausgerollt. In fvw vom 23.07.2015. http://www.fvw.de/?event=page.index&cmp.socialbookmarks.metadata.key=145 959|150&cid=12059, am 04.10.2015.
- FVW Medien GmbH (Hrsg.) (2015b): Haftpflichtversicherung für Gastgeber. http://www.fvw.de/index.cfm?cid=11180&pk=149029&event=showarticle&wt_mc=fvwNL, am 26.10.2015.

- Gesellschaft für Tourismus Forschung UG (2015): Macht Booking.com die Share Economy Salonfähig?. http://www.gftf.de/laut-nachgedacht/macht-bookingcom-die-share-economy-salonfaehig.html, am 18.10.2015.
- *Henning, Carsten* (2015): Airbnb: Mächtiger Hotelkiller wird immer stärker. In Hottelling vom 09.04.2015, http://hottelling.net/2015/04/09/airbnb-machtiger-hotelkiller-wird-immer-starker/, am 30.08.2015.
- IHG InterContinental Hotels Group (Hrsg.) (2015): IHG Hotel&Romm World Stats. http://www.ihgplc.com/files/pdf/factsheets/factsheet_worldstats.pdf, am 27.10.2015.
- Industrie- und Handelskammer zu Köln (2015): Vermietung von Ferienwohnungen. http://www.ihk-koeln.de/upload/MB_Vermietung_von_Ferienwohnungen_42982.pdf, am 24.09.2015.
- Information und Technik Nordrhein-Westfalen (2015a): Bevölkerungsstand und bewegung (ab 1962) Köln 2013. https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldbnrw/online/data;jsessionid=BADEC9389 B762A7B242ED7E7D3B15875?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2 &levelid=1445182939228&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaeh len&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionna me=12491-01ir&auswahltext=%23RKREISE-05315%23Z-01.01.2013&nummer=9&variable=1&name=KREISE&werteabruf=Werteabruf, am 18.10.2015.
- Nordrhein-Westfalen Information und Technik (2015b): Betriebe, geöffnete Beherbergungsbetriebe, Betten. angebotene Betten. Ankünfte und Übernachtungen. Köln 1985-2014. https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldbnrw/online/data;jsessionid=5883241027 ED6E64425ECED0C842929A?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2 &levelid=1445182083577&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaeh len&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionna me=45412-01ir&auswahltext=%23RKREISE-05315&nummer=2&variable=1&name=KREISE&werteabruf=Werteabruf, am 18.10.2015.
- Kroner, Markus (2015): Studie: Rechtliche Rahmenbedingungen privater Beherbergung/Vermietung in Österreich am Beispiel Airbnb. Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft. http://www.bmwfw.gv.at/Tourismus/TourismusstudienUndPublikationen/Docum ents/Endbericht%20Privatvermietung_AirBnB_mit%20Deckblatt.pdf, am 26.09.2015.
- Lobo Sascha (2014): S.P.O.N.- Die Mensch-Maschine: Auf dem Weg in die Dumpinghölle. In Spiegel Online vom 03.09.2015, http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/sascha-lobo-sharing-economy-wiebei-uber-ist-plattform-kapitalismus-a-989584.html, am 18.08.2015.
- *Räth, Magdalena* (2012): Crashpadder geht an Airbnb. In Gründerszene vom 21.03.2012. http://www.gruenderszene.de/news/crashpadder-airbnb, am 04.10.2015.
- Stadt Köln (Hrsg.) (2014a): Satzung zum Schutz und Erhalt von Wohnraum in Köln (Wohnraumschutzsatzung) vom 04. Juli 2014. http://www.stadt-

- koeln.de/mediaasset/content/satzungen/wohnraumschutzsatzung-20140704.pdf, am 02.09.2015.
- Stadt Köln (Hrsg.) (2014b): Satzung zur Erhebung einer Kulturförderabgabe im Gebiet der Stadt Köln vom 18.11.2014. http://www.stadt-koeln.de/mediaasset/content/satzungen/satzung_kulturf%C3%B6rderabgabe_20141118.pdf, am 27.08.2015.
- Stadt Köln (Hrsg.) (2014c): Gegen leer stehende und zweckentfremdete Wohnungen, http://www.stadt-koeln.de/politik-und-verwaltung/presse/gegen-leer-stehende-und-zweckentfremdete-wohnungen, am 25.09.2015.
- Staun, Harald (2014): Das Ende des Kapitalismus. In Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13.09.2014, http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/jeremy-rifkin-die-null-grenzkosten-gesellschaft-13151899-p3.html?printPagedArticle=true#pageIndex_3, am 20.09.2015.
- TSN Emnid (Hrsg.) (2015): Sharing Economy Die Sicht der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland. Studie im Auftrag. http://www.vzbv.de/content/deutscher-verbrauchertag-2015, am 04.10.2015.
- Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (Hrsg.) (2015a): Teilen, Haben, Teilhaben: Verbraucher in der Sharing Economy. Diskussionspapier, Diskussionspapier: Verbraucher in der Sharing Economy. Deutscher Verbrauchertag 2015, http://www.vzbv.de/pressemitteilung/sharing-economy-beim-teilen-ist-verbrauchern-sicherheit-wichtig, am 14.08.2015.
- Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (Hrsg.) (2015b): Teilen, Haben, Teilhaben: Verbraucher in der Sharing Economy. Positionen, Positionen: Verbraucher in der Sharing Economy. Deutscher Verbrauchertag 2015, http://www.vzbv.de/pressemitteilung/sharing-economy-beim-teilen-ist-verbrauchern-sicherheit-wichtig, am 14.08.2015.
- Wimdu.de (Hrsg.) (2015a): Über uns, http://www.wimdu.de/aboutus#about-us-imprint, am 02.10.2015.

Wimdu.de (Hrsg.) (2015b): http://www.wimdu.de/, Stand 02.10.2015.

Rechtsquellen und Rechtsprechung

BGH, Urteil vom 15. Januar 2010, V ZR 72/09, NJW 2010, 3093

BGH, Urteil vom 08. Januar 2014, VIII ZR 210/13, NJW 2014, 622

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne unerlaubte Hilfe angefertigt, andere als die angegebenen Quellen nicht benutzt und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Salzgitter, den 02.11.2015

(Unterschrift)

10 Anhang I

10.1 Liste der Experten

Tabelle 10: Demografische Daten der Experten

Experte	Position und Betriebsart	Datum und Ort
Pension	Inhaber und Geschäftsführer einer Pension	08.09.2015 in Köln
Hostel	Inhaber und geschäftsführender Gesellschafter eines Hostels	09.09.2015 in Köln
Boardinghouse	Geschäftsführender Gesellschafter eines Anbieters von Serviced Apartments	11.09.2015 in Köln
Markenhotel	Hoteldirektor eines 4 Sterne Konzernhotels	29.09.2015 in Köln
Berufsständige Körperschaft	Referent, Leiter Tourismus und Gesundheitswirtschaft in der Körperschaft in Köln	24.09.2015 in Köln
Verband 1	Geschäftsführer des Verbandes	16.09.2015 in Bonn
Verband 2	Geschäftsführer im Regierungsbereich Köln des Verbandes	06.10.2015 in Köln

Quelle: Eigene Darstellung

10.2 Interviewleitfaden I

VERBAND 1, VERBAND 2 / BERUFSSTÄNGIDE KÖRPERSCHAFT

EINLEITUNG

- Wann haben Sie zuerst vom Begriff Share Economy oder ähnliches und Airbnb gehört?
- Was sind die Grundgedanken der Share Economy?
- Können Sie das Geschäftsmodell von Airbnb in einigen Worten erklären?
- Haben Sie selbst schon mal privat das Angebot von Airbnb genutzt?

HAUPTTEIL

Nutzeffekte von Airbnb/Share Economy für die etablierte Industrie

- Warum nutzt ein Tourist Airbnb und nicht die bekannten Angebote?
 - Was ist das persönliche Motiv des Reisenden?
- Wie wird das Thema Share Economy und Airbnb in der **Tourismusbranche thematisiert**?
 - Was hören Sie für **Reaktionen** von Ihren Mitgliedern?
 - Gibt es Beschwerden und von wem?
- Entstehen Vorteile für Köln als Destination durch Airbnb?
 - Airbnb als Chance eine neue Zielgruppe zu generieren?
- Muss die **Hospitality Industrie** etwas am **Angebot ändern** um wettbewerbsfähig und zeitgemäß zu bleiben?

Beziehung zum Wettbewerber Airbnb:

- Wer steht in **direkter Konkurrenz** zu Airbnb?
- Kann Airbnb marktverdrängend auf bestimmte Betriebstätten wirken?

Zustand der Wettbewerbsbedingungen:

- Unterliegen die etablierten Beherbergungsarten und Airbnb den **gleichen** Wettbewerbsvoraussetzungen?
- Wer ist in der **Informationspflicht** über Regulierungen, wie z.B. Kulturförderabgabe und Wohnraumschutzsatzung, aufzuklären?
- Wie sinnvoll ist die Wohnraumschutzsatzung?
- Was kann der **Verbraucher** für **Nachteile** erfahren wenn er über Airbnb bucht?
- Muss die Politik **Gesetzliche Regulierungen an neue Marktteilnehmer anpassen**, besonders im Hinblick auf die Digitalisierung?
- Kann erwartet werden, dass in ferner Zukunft rechtliche Schritte gegen Airbnb erfolgen, so wie es in Hamburg z.B. mit Uber gesehen ist?

ABSCHLUSS

- Kann die Tourismusbranche von den **Grundsätzen** der Share Economy **lernen**?
- Denken Sie es gibt Airbnb in 5 10 Jahren noch?

10.3 Interviewleitfaden II

HOTEL / PENSION /HOSTEL / BOARDINGHOUSE

EINLEITUNG

- Wann haben Sie zuerst vom Begriff Share Economy und Airbnb gehört?
- Wie würden Sie die Grundgedanken der Share Economy beschreiben?
- Können Sie das Geschäftsmodell von Airbnb in einigen Worten erklären?
- Haben Sie selbst schon mal privat das Angebot von Airbnb genutzt?

HAUPTTEIL

Nutzeffekte von Airbnb/Share Economy für die etablierte Industrie

- Warum nutzt ein Tourist Airbnb und nicht die bekannten Angebote?
 - Was ist das persönliche Motiv des Reisenden?
- Wer ist Ihre Hauptzielgruppe?
 - Mit welchem speziellen Angebot sprechen Sie diese Zielgruppe explizit an?
 - Gibt es eine Zielgruppen Übereinstimmung von Airbnb und Ihnen?
- Was sind Ihre Angebotsvorteile gegenüber dem Angebot von Airbnb? Was sind die Nachteile?
 - Bietet das Geschäftsmodell von Airbnb Anreize das eigene Angebot zu verändern?
 - Muss die Hospitality Industry etwas am Angebot ändern um wettbewerbsfähig und zeitgemäß zu bleiben?
- Entstehen Vorteile für Köln als touristische Destination durch Airbnb?
 - Airbnb als Chance eine neue Zielgruppe zu generieren?

Beziehung zum Wettbewerber Airbnb:

- Können Sie eine Tendenz benennen, wie sich Ihre Buchungszahlen in den letzten 2 Jahren entwickelt haben?
- Sehen Sie Airbnb als direkter Wettbewerber für Ihr Unternehmen?
 - Ja-> Aus welchen Gründen?
 - Nein-> Wer steht in direkter Konkurrenz zu Airbnb?
- Würden Sie die Plattform Airbnb als **Vertriebskanal** nutzen/ nutzen Sie diese bereits?
- Kann Airbnb marktverdrängend auf andere Betriebstätten wirken?
- Wird das Thema **Share Economy** und Airbnb in der **Tourismusbranche thematisiert**?

Zustand der Wettbewerbsbedingungen:

- Können Sie eine Zahl nennen, wie viele Gesetzliche Auflagen Ihr Unternehmen einhalten muss?
- Unterliegen Sie und Airbnb den gleichen Wettbewerbsvoraussetzungen?
 - Wo liegen die Unterschiede?
- Muss die Politik **Gesetzliche Regulierungen an neue Marktteilnehmer anpassen**, besonders im Hinblick auf die Digitalisierung?
- Was hat der Verbraucher für Nachteile/Vorteile wenn er über Airbnb bucht?
- Kann erwartet werden, dass in ferner Zukunft **rechtliche Schritte gegen Airbnb** erfolgen hier in Köln, so wie es in Hamburg z.B. mit Uber gesehen ist?

ABSCHLUSS

• Kann die Tourismusbranche von den **Grundsätzen** der Share Economy lernen?

• Denken Sie es gibt Airbnb in 5 - 10 Jahren noch?

10.4 Gewerbeamt Köln - Kriterienkatalog

Vermietung von Ferienwohnung(en)

Ob die Vermietung von Ferienwohnungen die Ausübung eines stehenden Gewerbes im Sinne des Gewerberechts darstellt (Anzeigepflicht nach §141 GewO) oder nur die Verwaltung und Nutzung des eigenen Vermögens darstellt, ist **nach dem Gesamtbild der Tätigkeit**-unter Berücksichtigung der gewerberechtlichen Zielsetzung **zu beantworten**.

Die gewerberechtliche Einbindung verfolgt zwei Hauptzwecke, nämlich den Schutz der Allgemeinheit, insbesondere der Verbraucher, und denjenigen der gewerblichen Arbeitnehmer vor unzuverlässigen Gewerbetreibenden sowie störenden und belästigenden Betrieben

(vgl. BVerwG, Buchholz 451.20 §14 GewO Nr.2, S.6 = NJW 1977).

Durch das Abgrenzungsmerkmal "Verwaltung und Nutzung eigenen Vermögens" werden solche Betätigungen ausgenommen, die nicht oder nur geringfügig die Schutzzwecke der Gewerbeordnung berühren, so dass ihre Einbindung in den gewerberechtlichen Ordnungsrahmen nicht erforderlich ist.

Die **Notwendigkeit**, die **Allgemeinheit** und **Beschäftigte** in dieser Weise **zu schützen**, ist zwar grundsätzlich gegeben, wenn sich jemand im Rahmen einer auf Erwerb gerichteten selbstständigen Tätigkeit an Verbraucher wendet und/oder Beschäftigte heranzieht.

Sie ist aber um so geringer, je mehr sich die Betätigung im Bereich des "Privaten" abspielt, hingegen um so größer, je mehr sie sich "nach außen" entfaltet.

Sie hängt auch vom Gefahrenpotential ab, das objektiv durch den Betrieb und seine Anlagen in Bezug auf die aufgeführten Schutzgüter entsteht.

Bloße Verwaltung und Nutzung eigenen Vermögens kann mit Blick darauf nur angenommen werden, wenn die Auswirkungen der Betätigung Dritte nicht oder nur in geringer Weise berühren. (Eine "Bagatellschwelle" nicht überschreitend)

Kriterien

Indizien für gewerbliche Tätigkeit

- Große **Anzahl** an **Wohnungen** u. **Betten** (in Abhängigkeit der folgenden Punkte, auch z.B. 6 Wohnungen können viel sein)
- Geringe **Belegungsdauer** (mehrere Wochen)
- Ganzjährige **Nutzung**
- Häufig **wechselnde Mieter** (aufgrund kurzer Belegungsdauer)
- regelmäßige **Werbung** an eine unbestimmte Vielzahl von potenziellen Mietern (Steigerung: Anpreisung als Urlaubsstätte, Ferienanlage)
- Zusätzlich erbrachte **Service-Dienstleistungen** (Reinigung / Wäsche /TV / Telefon /Verpflegung / ..)
- über das übliche Maß hinausgehender Einsatz von **Kapital**, **Arbeitskraft** und **Organisation** \

- (regelmäßiger) zusätzlicher Erwerb von Grundvermögen (durch Bau/ Kauf / ...) zur Erweiterung der Tätigkeit

- a-typische Nutzung der Wohnungen/Zimmer

Aus der Gesamtheit der Tatbestandsvoraussetzungen ist nach pflichtgemäßem Ermessen eine Einzelfallentscheidung zu treffen.

11 Anhang II

11.1 Transkription: Verband 1

(Hatte Interviewfragen im Vorfeld angefordert)

Datum: 18.09.2015 Ort: Bonn Verband 1 Mitgliederanzahl: ca. 14.000 gehobene bis 1 Sterne Hotels

Alter: 53 Position: Geschäftsführer

I=Interviewer E=Experte

I: Wann haben Sie zum ersten Mal vom Begriff Share Economy oder Airbnb gehört?

- E: Angefangen hat das 2010/2011, als die großen Anbieter wie Airbnb oder andere über den Teich geschwappt sind. Das Thema an sich ist ja nicht neu, das hat es ja schon immer gegeben. In verschiedenen Varianten. Privatunterkünfte Vermietungen hat es zu Messezeiten in Köln und anderen Städten immer schon gegeben. Die sind aber nie so in die Öffentlichkeit gewesen, wie es die Anbieter der Sharing Economy geschafft haben. Und jetzt in der Öffentlichkeit stehen.
- I: Können Sie die Grundgedanken der Share Economy in eigenen Worten wiedergeben?
- E: In Kurzform wäre das für mich in dem Sinne "sharen" ist teilen und "economy", daran verdienen. An dem was andere teilen, wenn man es wörtlich nicht.
- I: Wie würden Sie das Geschäftsmodell von Airbnb erklären?
- E: Das ist eine Vermittlertätigkeit von Unterkünften in den jeweiligen Städten. So ähnlich wie das die OTA (Online Travel Agencies) auch machen. Nur eben im Privatunterkünfte Bereich, nur eben das Airbnb in seinem Geschäftsmodell Gebühren nimmt, sowohl von dem Vermieter, wie auch dem Mieter. Dadurch unterscheiden sie sich in der Regel von den klassischen Reisevermittlern, die ihre Provisionen überwiegend von den Anbietern nehmen.
- I: Sind Sie schon mal selber mit Airbnb oder ähnlichen Plattformen verreist?
- E: Nein.
- I: Warum nicht?
- E: Die Frage stellt sich wirklich nicht so in dem Sinne! (lacht)
- I: Ich würde es doch trotzdem gerne begründet hören.
- E: Ich sehe das sehr kritisch. Wenn man jetzt einmal kommerzielle Ferienunterkünfte bucht, hat man auch eine gewisse Sicherheit, die mir für die Familie sehr wichtig ist. Und da bin ich bei Airbnb in einem Bereich wo ich mich nicht darauf verlassen könnte und wollte. Das zeigt einem auch die Erfahrung was einem da alles passieren kann. Sowohl die Angebote die man vorfindet, nicht dem entspricht was man in Bildern hatte. Weil dort ein Risiko für alle Seiten besteht. Das sind fremde Menschen die aneinander vermittelt werden und Airbnb übernimmt keine Verantwortung, weder für die eine noch die andere Seite.
- I: Sodass der Verbraucher nur Nachteile erfährt wenn er durch Airbnb bucht?
- E: Das kann ich jetzt so nicht bestätigen. Es wird sicherlich auch Beispiele geben, und das kann man auf Bewertungsplattformen sicherlich auch nachlesen, dass die sehr zufrieden mit den Unterkünften, Aufenthalten sind. Das ist eine Frage was ich für meinen Urlaub, meine Unterkunft erwarte und wie ich damit umgehen möchte.
- I: Was können Sie sich denn generell vorstellen warum ein Tourist Airbnb nutzt? Was ist das persönliche Motiv?
- E: Das was auch teilweise in der Werbung versprochen wird. Das man erlebnisorientiert ist, das man mit anderen Menschen oder Familien in Kontakt kommt. Die einem als Gastgeber in dem Bereich zur Verfügung stehen, die einen vielleicht auch einbinden. Das angenehme soziale aufgenommen werden. Tipps zu bekommen, dass was man

auch bei klassischen Angeboten wie B&B kennt, das man im Ausland vielleicht schon einmal gesehen hat. Das ist ja auch so eine Art Sharing Economy nur etwas früher. Das, wird eben vermittelt. Auch so ein bisschen sozial-romantik die man mit dabei hat, die wenn man dann hinter die Kulissen schaut, sich bei Airbnb nicht bestätigt, das ist natürlich Business.

- I: Sie kennen das Thema bereits seit 2010, wie wird darüber in der Branche gesprochen?
- E: Es wird wahrgenommen, natürlich. Man sieht auch dass es in verschiedenen Bereichen immer wieder thematisiert wird. Auf Podiumsdiskussion, Foren oder in der Presse. Da ist es ja auch sehr durch die Presse gegangen. Überwiegend durch einen anderen Dienst, den Taxe-Dienst Uber, der in der Presse sehr stark aufgenommen wurde. Weil er die Taxibranche sehr stark in den Wettbewerb genommen hat, bei ungleichen Wettbewerbsbedingungen. Das kann man auch übertragen auf andere Sharing Economy Modelle. Während ein Taxifahrer eine Personenbeförderungsbescheinigung benötigt und Lizenzgebühren bezahlen muss. Da ist das bei Uber alles nicht der Fall. Und da ist auch klar, dass dort kein fairer, gleicher Wettbewerb herrscht und das ist durch die Presse gegangen. Und dadurch sind auch die anderen Sharing Economy Modelle auch mit in die Öffentlichkeit genommen wurden, bzw. ein Fokus darauf geworfen wurde.
- I: Und das war quasi der Anstoß, dass man auch angefangen hat über Airbnb nachzudenken?
- E: Nein das war nicht der Anstoß, wir haben das schon vorher mitbekommen. Gegen den Wettbewerb grundsätzlich ist nichts zu sagen, der hat schon immer bestanden, der wird auch immer bestehen. Dem stellt sich die Hotellerie. Was wir natürlich sagen werden, sind gleiche Wettbewerbsbedingungen und gleiche Voraussetzungen und dann denke ich mal, das die Hotellerie sicherlich auch Vorteile hat gegenüber diesem Geschäftsmodell.
- I: Wo sehen Sie die größten Ungleichheiten im Wettbewerb?
- E: Einfach mal so als Beispiele, nehmen wir mal das Thema Brandschutz. Das wären Feuerlöscher, Rettungswege, Fluchtwege, Beschriftungen, das ist alles in der Hotellerie vorgeschrieben, kann man das im privaten Bereich so nicht immer vorfinden. Aber auch andere z.B. bauliche Vorschriften, Sicherheitsvorschriften werden sicherlich nicht nachgehalten, aber können auch in keiner Weise kontrolliert werden
- I: Hat da der Gesetzgeber versagt, wenn er seine eigenen Regeln nicht einhalten kann?
- Es ist natürlich leichter ein angemeldetes Hotel zu kontrollieren, wo man weiß das es E: stattfindet, als wenn man sich erst mal fragen muss, wo sich diese Unterkünfte befinden. Im Vergleich zu den Hotels oder den bekannten Unterkünften, sind die privaten Unterkünfte nicht angemeldet sind bei den Städten. Das merkt man auch an vers. anderen Großstädten oder im Ausland, die darauf reagiert haben die Privatzimmervermietungen weitestgehend, teilweise verboten haben. Siehe Berlin. Durch die Privatzimmervermietung wird letzten Endes auch Wohnraum für Menschen in einer Stadt entzogen, der steht ja nicht mehr zur Verfügung und das ist bei einem sehr knappen knappen Wohnungsangebot schon ein Problem. Die Berliner haben darauf reagiert und das zu unterbinden, aber mit dem Vollzug ist es eben das Problem, das man Mitarbeiter braucht die das dann auch kontrollieren. Berlin Mitte hat damals schon gesagt, das die es nicht durchziehen können, da es an Mitarbeitern fehlt. Und wenn man dann berücksichtigt, das der Datenschutzbeauftrage erhebliche Bedenken hat, ob man im Internet dann nach diesen Daten, solchen Wohnungen recherchieren darf, um diese entsprechend dann zu kontrollieren, dann weiß man auch das es in Deutschland nicht einfach ist, aufgrund unser Vorschriften.

- I: Wie sinnvoll ist die Wohnraumschutzsatzung hier in Köln?
- E: Ich kenne das Gesetzt jetzt nicht im Detail. Das eine Stadt grundsätzlich Interesse daran hat den Wohnraum in ihrem Bereich zu planen, das ist nachvollziehbar, das ist auch ihre Aufgabe. Und muss dafür sorgen, dass genug Wohnraum für alle Bevölkerungsschichten verfügbar ist. Wie immer sie das macht, das muss die Stadt entscheiden, aber klar das ist eine Aufgabe der Stadt. Wo wir ja eben dabei waren, es ist ist ja auch so, dass man die Wohnraum den man vermietet ja nur dann vermieten darf, wenn man dazu die Genehmigung hat. Wenn ich Eigentümer bin dann ist das etwas einfacher als wenn ich Mieter einer Wohnung bin. Denn da hat der BGH bereits entschieden, dass die Vermietung an Touristen, durch die normale Untervermietung, die vielleicht im Vertrag geregelt ist, nicht abgedeckt ist.
- I: Können Sie sich vorstellen, das Köln als touristische Destination Vorteile durch das Angebot von Airbnb erfährt?
- E: Natürlich kann ich mir das vorstellen. Der Beherbergungsmarkt in Köln ist relativ gut gefragt, es gibt ein reichhaltiges Angebot in differenzierten Preisklassen, aber es ist durchaus so, dass wenn mehr Wettbewerb ist, das für den Touristen von Vorteil ist. Und das von Privaten Unterkünften in manchen Bereich Angebote abgedeckt werden können, wo es kein für Beherbergungsbetriebe gibt in dem Bereich. Insofern können auch andere Touristen nach Köln kommen, die sonst vielleicht nicht gekommen wären. Klar, das kann ich mir vorstellen. Was bei Köln dann noch hinzukommt, ist die Frage der Bettensteuer. Da wäre die Stadt auch sehr interessiert, das diejenigen die Beherbergen auch an die Stadt Köln die Bettensteuer entrichten, da hat die Stadt Köln einen weiteren Vorteil.
- I: Das wäre ja so gesehen ein zusätzliches Element was die Ungleichheit im Wettbewerb fördert.
- E: Natürlich. Also Bettensteuerpflichtig sind auch die Touristen in privaten Unterkünften. Die Stadt Köln wird da sicherlich auch ein Vollstreckungsdefizit haben.
- I: Auf Airbnb wird der Gastgeber darauf hingewiesen, dass es in Köln erhoben wird, aber sind nicht in der Verantwortung dies einzuziehen, sie überlassen es dem Gastgeber.
- E: Das ist das Geschäftsmodell von Airbnb! (zynisch)
- I: Muss Airbnb in die Verantwortung treten, dass Bettensteuer eingezogen wird?
- E: Die Frag lässt sich so nicht beantworten. Es wäre sicherlich so, dass Airbnb aus Sich der Stadt Köln eine Auskunftsanspruch über die zu vermittelten Unterkünfte an die jeweiligen Gäste. Dann kann man sicherlich auch das nachverfolgen, ob diese Bettensteuer oder andere Abgaben auch abgeführt worden. Den Anspruch erhebt die Stadt auch gegenüber privaten Vermittlern, inwieweit das gegen Airbnb greift, das ist mit Unternehmen die im Ausland sitzen immer sehr schwer. Da sie sich darauf berufen, das sie diese Daten nicht rausgeben. Da kann ich jetzt zum Thema Köln Bettensteuer Airbnb nichts sagen, weil ich das nicht weiß. Aber aus Sicht der Hotellerie sehe ich das kritisch, da weiß man nicht ob der Vermieter diese tut, man weiß auch nicht ob er andere Anmeldungen für die Steuer macht. Ich will da niemanden etwas unterstellen, aber kontrollieren und nachvollziehen kann man das nicht.
- I: Wer ist dann der direkte Konkurrent zu Airbnb?
- E: Der direkte Wettbewerb ist 9Flats oder Wimdu oder andere Plattformen. Auch da gibt es Plattformen, wie Couchsurfing und noch ein Paar andere. Wimdu, 9Flats ist genauso kommerziell wie Airbnb. Aber Couchsurfing vermittelt kostenfrei, da sieht man dass es auch eine andere Sharing Economy gibt, die das auch kostenfrei gewährleistet.
- I: Kann Airbnb auch für weitere Unternehmen Konkurrent sein?

E: Ja für einzelne Unterkünfte sicherlich. Aber das Business, das Geschäft eines Hotels ist ja nicht nur die einzelne Unterkunft. Im Bereich Geschäftsreise, Veranstaltungen, etc., wo Tagungsräume benötigt werden, das ist im Moment nach dem Geschäftsmodell von Airbnb so nicht abbildbar. Das man dass sicherlich auch anders sehen kann geht auch, z.B. Wimdu vermarktet ein ganzes Dorf wo Hochzeiten, Events stattfinden können. Kann ich abschließend nicht sagen, aber noch sehe ich deutliche Vorteile für die Hotellerie in ihrem Geschäftsbereichen, die von Airbnb so nicht abgedeckt werden.

- I: Das erweiterte Leistungsspektrum, das man bei Airbnb nicht hat. Airbnb kann bestehen, wird aber die größere Branche nicht beeinflussen?
- E: Beeinflussen mit Sicherheit schon Die Hotellerie stellt sich sicherlich auch auf solche Sachen ein. Was die Hotellerie bis jetzt immer konnte, war das sie Gastgeber sind, und das was jetzt Airbnb angeblich kann, das kann die Hotellerie natürlich auch. Das muss man dann vielleicht noch anders darstellen, vielleicht ist das in manchen Auftritten etwas untergegangen. Sicherlich ist der Hotelier auch jemand der seine Gäste empfängt, der ihnen auch Tipps geben kann wo man Abend gut essen gehen kann, das kann ja nicht nur der Gastgeber von Airbnb, das kann die Hotellerie auch. Vielleicht ist das eine Möglichkeit, worauf sich die Hotellerie einstellt, das sie das wieder mehr in den Vordergrund stellt, zeigt und bewirbt, aber natürlich wird Airbnb, sowie andere Sharing Ecnomy Privat Anbieter auch weiterhin bestehen können. Vorausgesetzt, das sie sich Gesetzes Konform verhalten.
- I: Was momentan nicht der Fall ist?
- E: Das kann ich nicht für alle sagen. Es gibt sicherlich konforme und nicht konforme Angebote, das ist immer abhängig. Was in Köln nicht erlaubt ist, kann in einer anderen Stadt funktionieren. Es muss individuell geschaut werden, gerade bei der Bettensteuer. Es gibt unterschiedliche Bettensteuern, wer der Schuldner ist, in welcher Höhe, ob in Prozentzahl, ob in festen Gebühren, ob an Hotelsternen festgemacht, die fallen ja dann auch wieder weg. All so Sachen.
- I: Denken Sie das Airbnb marktverdrängend auf bestimmte Betriebsarten sein können, oder diese sogar ersetzten?
- E: Zumindest für kleinere Beherbergungseinheiten, die nicht mehr up to date sind auf dem Stand der Dinge, kann natürlich auch Airbnb starker Wettbewerb sein.
- I: Aber nicht so weit, dass es z.B. die kleine Pension von nebenan nicht mehr existiert?
- E: Der Verdrängungswettbewerb der Pensionen wird nicht allein durch Airbnb entschieden werden. Aber insgesamt merkt man, dass ein Verdrängungswettbewerb im Markt ist. Große Hotelketten verdrängen auch die kleinen. Das auch eine Frage was man bekommt. Wenn ich da jetzt an Motel One denke, 2 Sterne, die im low Budget Bereich auftreten vom Preis her, aber durchaus ein 3-4 Sterne, in Anführungszeichen, Produkt bekomme. Die verdrängen schlechtere Mitbewerber die im Preis nicht mithalten können und das gilt natürlich auch für die kleinen Pensionen. Und wenn ich jetzt natürlich die in die Zange nehme von Privat- und Kommerziellen Anbietern, dann wird es für die natürlich schwer. Das ist nun mal der normale Wettbewerb und es wird nicht jeder daraus als Sieger hervorgehen.
- I: Was hören Sie von Reaktionen von Ihren Mitgliedern?
- E: Natürlich sind die kleineren Betriebe, im Preissensibleren Bereich mehr davon betroffen als die anderen. Wo die Sharing Ecnomy natürlich besonders gut Angebot setzten kann, ist im Bereich bei Langzeitaufenthalte, das ist so im Bereich der Service Apartments, da gibt es ja auch Angebote Seitens der Hotellerie, da konkurriert man sicherlich stärker. Z.B. Mariott die viel mit internationalen Gästen arbeiten, die Geschäftsreise und Business abdecken, da ist die Hotellerie sicherlich der bessere Ansprechpartner. Die verlangen eine gewisse Sicherheit, die wollen wissen wo sie

unterkommen. Da muss es schnell gehen, die wollen ihren Schlüssel vom Concierge oder Portier ausgehändigt bekommen und nicht noch durch die Stadt irren bis man den Schlüsseldienst gefunden hat. Aber sicherlich im privaten Bereich da sieht das schon anders aus. Für Städtereisende z.B. mit der Familien, da ist der der Wettbewerb da und dort steht die kleinere Pension das kleine Hotel deutlich mehr im Wettbewerb.

- E: Können Sie sich vorstellen, das die Hotellerie in Deutschland Airbnb verklagt, so wie es mit Uber gesehen ist?
- I: Nochmal, wir stellen uns dem Wettbewerb. Man kann es auch nicht vergleichen. Uber verstößt krass gegen gesetzliche Auflagen die für die Personenbeförderung notwendig sind. Uber verhält sich dort auch nicht sehr sozial, die haben auch dem ehemaligen Taxiunternehmen, der sie dort verklagt hatte, erhebliche Schadensersatzforderungen angedroht, um die Entscheidung des Gerichtes weiter aufzuschieben, um weiter fahren zu können. Inzwischen ist es da so, es gibt ja zwei Arten von Über, die eine hat nicht mehr funktioniert. [...] Das muss man auch sehen was macht den Über mit dem Fahrer selber? Sind das moderne Tagelöhner? Was ist mit Mindestlohn etc. all das wo der normale Arbeitgeber gerade stehen muss, da entzieht sich Über jeder Verantwortung.
- E: Mindestlohn betrifft Airbnb ja in diesem Sinne nicht, da gibt es ja eigentlich keinen Angestellten.
- I: Nein, aber das Thema ist z.B auch bei Airbnb, würden den die jeweiligen Vermieter, wenn sie den Angestellte hätten, diese auch entsprechend entlohnen, sozialversichern etc. Es gibt ja in dem Bereich auch schon deutliche Zusatzangebote. Schlüsseldienst, wo man seine Schlüssel abholen kann. Es gibt Angebote, wo Reinigungsunternehmen diese Wohnungen im Anschluss auch reinigen etc. Das ist alles nicht so privat wie es seitens der Werbung dargestellt wird. Das ist Business, Kommerz letztendlich. Man sieht es ja auch an den Wohnungsmärkten, wenn man mal schaut wie viele Wohnungen tatsächlich noch im privaten Bereich vermietet werden oder wer z.B. mehr als eine Wohnung vermietet. Da gibt es auch Anbieter die etliche Wohnungen in einer Stadt vermieten. Ich rede jetzt nicht von 10, 20 sogar deutlich mehr Objekten, die nur von einer Person vermietet werden. Wo man weiß, die haben die Wohnung ausschließlich für diesen kommerziellen Bereich im Angebot.
- I: Denken sie das die Trennung zwischen gewerblicher und nicht gewerblicher Vermietung zu undurchsichtig ist? Das es ausgenutzt wird von manchen Anbietern?
- E: Ich will das jetzt gar nicht entscheiden, aber das es da ein Grau Feld gibt, das der eine oder andere Anbieter nicht weiß was er alles tun müsste, weil er das sehr naiv angeht. Aber es wird sicherlich auch welche geben, die durchaus genau wissen was sie dort tun. Da habe ich auch keine Daten zu, kann ich nicht überblicken. Bei vielen auch eine Unwissenheit, Naivität. Nach dem Motto, ist ja so als wenn ich Freunde übernachte lasse, man nicht darüber nachdenkt. Da habe ich jetzt ein kleines Entgelt genommen. Aber das das dann alles andere mit sich zieht. Aber das es da auch andere gibt, die sagen ich hab da jetzt 10, 15 Wohnungen oder mehr die man vermietet, die können sich nicht mehr rausreden, die müssen das entsprechend angeben.
- I: Das ist jetzt ja nicht mehr nur bei Airbnb der Fall, sondern in der gesamten Tourismusbranche, aber wünschen Sie sich a.d.S. bessere Regulierungen? Das es klarer ist ab wann man gewerblich vermietet?
- E: Alles was mehr als 9 Betten hat wird in der Beherbergungsstatistik geführt. Da liegt die Problematik schon bei den Airbnb Angeboten. Nein. Deutschland leidet nicht an zu wenigen Regulierungen, eher an zu vielen. Natürlich wünschen wir uns, das das was an Regulierungen da ist dann auch auf alle die in dem Bereich tätig sind angewendet wird.
- I: Jetzt muss ich doch nochmal nachfragen. Wie genau ist denn jetzt ihre Einstellung zu Airbnb? Es ist ein Wettbewerber der ist da ok?

E: Ja, das ist ein Wettbewerber der da ist. Und wir setzten uns dafür ein, dass gleiche Wettbewerbsbedingungen herrschen und dann gehen wir damit genauso um wie mit jedem anderem Wettbewerber auch. Es ist nicht der Feind indem Sinne, den wir eliminieren wollen. Man kann sich vor Wettbewerb nicht schützten. Uber, Airbnb oder 9flats werden nicht vom Markt verschwinden. Was uns ntürlich massiv betrifft und auch ärgert, ist wenn man Werbung sieht von Wimdu: "50% billiger als Hotels".Das ist eine Werbung die "a" falsch ist, "b" nachweisliche falsch ist und die wir in dem Bereich nachverfolgt haben. Aber das wettbewerbsrechtliche Schwert ist dort sehr stumpf. Dann heißt es demnächst: "bis zu 50% günstiger als Hotels" und dann ist man juristisch am Ende aber insgesamt nicht wirklich weiter. Und da sagen wir, das ist kein fairer Wettbewerb. Und da werden wir uns wehren sobald wir das können. Gegen den Wettbewerb an sich, den muss man annehmen und da hat die Hotellerie auch gute Chancen gegenüber den andern Anbietern zu bestehen. Weil wir natürlich ein Leistungsspektrum haben in vielen Bereichen und auch Service bieten können, den können die anderen gar nicht bieten. Klar ist gibt immer Gäste die sagen, ich brauch das alles nicht, die das nicht wollen, das ist so, dann kann man nichts daran ändern. Aber es gibt auch Gäste die genau auf solche Service Leistungen Wert legen.

- I: Bereichert Airbnb für den Touristen das Angebot?
- Die Frage hatten wir ja eben schon, es kann durchaus sein, ob es das denn auch tut, die E: Frage kann ich jetzt so nicht beurteilen. So ein paar Exzesse die im Bereich privat Vermietungen passieren kann, das hat man ja schon bereits erlebt. Das kann für den Vermieter bedeuten, dass er nach Hause kommt und seine Wohnung ist restlos randaliert. Airbnb hat darauf reagiert, nachdem es passiert ist und eine Versicherung abgeschlossen, aber erst nachdem es passiert ist! Und umgekehrt welches Risiko man einnimmt als Vermieter wenn man eine Wohnung vermietet, das weiß man auch nicht. Es gibt da durchaus Partys die dort stattfinden, das ist noch die harmlose Variante. Es gibt im erotischen Bereich das Interesse diese Wohnungen zu nutzen. Ob das die Nachbarn begeistert, halte ich für sehr fragwürdig. Da merkt man auch, dass diese Wohnungen gerade in Wohngebieten, wo noch viele normale Mieter leben es oft auf Probleme stößt. Z.B. Wenn man solche Wohnungen für Klassenfahrten anbieten kann und dann in einer Wohnung sechs, sieben Kinder untergebracht sind. Und das in einem Haus wo auch normale Wohnungen sind, das das zu Konflikten führt das ist klar. Das kann so auch nicht funktionieren. Die sind dann in einer Jugendherberge oder einem Hostel besser aufgehoben. Dort können die ihre Party machen und alle wissen was passiert. So etwas in eine Wohnung in einen Wohnblock zu legen, das ist schwierig. Das wissen die Vermieter teilweise gar nicht wer da alles kommt und in welcher Anzahl. Da ist man im Hotel besser aufgestellt.
- I: Sie haben ja auch eben schon gesagt, das in der Hotellerie versucht wird den Kontakt zum Gast persönlicher zu gestalten
- E: Nein, nein. Der Kontakt zum Gast war schon immer persönlich. Aber das man versucht, das auch im Bereich das Marketing wieder etwas hervorhebt. Das hört sich ja so an das Sharing Economy das Monopol drauf hätte den Gast persönlich zu empfangen. Das ist ja nicht so der Fall und war es auch nie. Es kann durchaus der Fall jetzt sein, dass durch verschiedene Angebot das in der Außendarstellung zurückgestellt wurde. Das man mehr auf Service Gedankten oder Technische Angebot etc. Wert darauf gelegt hat. Das man jetzt wieder sagt, das können wir auch und machen wir auch. Das kann die Hotellerie auch das machen die seit Urzeiten. Wir sind die Gastgeber von Anfang an.
- I: Glauben Sie das es Airbnb in zehn Jahren noch geben wird?

E: Ich kann mir nicht vorstellen warum die vom Markt verschwinden sollten, es sein denn, sie würden gesetzlich verboten. Was durchaus in manchen europäischen Ländern passiert, die einfach das Angebot von Airbnb verbieten.

- I: Welche z.B.?
- E: Barcelona oder andere Städte.
- I: Denken Sie das teilweise Gesetze veraltet sind und im Zuge der Digitalisierung nicht mehr passen?
- E: Wir sind nicht mehr bei Airbnb. Natürlich gibt es technische Entwicklungen im Bereiche des E-Commerce des Internets, wo der Gesetzgeber nicht mehr nachkommt. Gute Gesetze zeichnen dadurch aus, das sie die auf die entsprechenden Lebenslagen angepasst und ausgelegt werden. Da gibt es sicherlich das ein oder andere Problem. Wie gesagt Deutschland leidet eher an zu viele als an zu wenige Regulierungen. [...]
- I: Können sie sich vorstellen das die Beherbergungsbranche in Deutschland für den Konsumenten teilweise "altbacken" daherkommt und deswegen das Angebot von Airbnb wählt?
- E: Also das Angebot in Deutschland ist sicherlich sehr vielfältig und wettbewerbsfähig, in allen Bereichen und Preisklassen. Was man Airbnb sicherlich anrechnen kann, ist das der Internetauftritt und damit die präsentierten Angebote, hoch professionell ist. Da könnte sich das ein oder andere Hotel sicherlich ein Beispiel daran nehmen, die Branche. Das haben die gut gemacht, das muss man anerkennen. Die schicken ja auch Profis raus die Bilder von den Wohnungen machen, das sieht man, das das nicht die selbstgemachten Fotos des Vermieters sind. Das macht sich gerade in diesem Format deutliche bemerkbar. Denn Bilder sagen mehr als tausend Worte und wenn die Bilder schön sind dann sieht das auch schön aus. Ob das dann immer so der Realität entspricht ist mal so dahingestellt.
- I: Also das man immer noch was lernen kann von einem neuen Wettbewerber?
- E. Man kann von allen etwas lernen. Nochmal das haben die gut gemacht. Auch in der Hotellerie gibt es unterschiedliche Auftritte, der eine macht es besser als der andere.
- I: Das waren auch schon meine Hauptfragen. Möchten Sie noch etwas hinzufügen?
- E: Also schauen Sie sich nochmal den Block von unserem Hauptgeschäftsführer. Da sind zwei politische Forderungen drin aus unserer Sicht. Einmal Wettbewerbsgleichheit bei Brandschutz, Melderecht, Hygiene und Steuerlicher Bemessung. Gleiches Recht für alle Marktteilnehmer. Und er zweite Punkt, dass es nicht hinnehmbar ist, das der Wohnraum zweckentfremdet wird und nicht mehr als Wohnraum für die Stadt zur Verfügung steht. Ansonsten leben wir mit Sharing Economy.

11.2 Transkription: Hostel

Datum: 09.09.2015 Ort: Köln Betriebsart: Hostel

Mitarbeiteranzahl: 20 Festangestellte, 20 Teilzeit Zimmeranzahl: 72

Alter: 45 Position: Eigentümer, Geschäftsführender Gesellschafter

- I: Wann hast du zuerst vom Begriff Share Economy oder Airbnb gehört?
- E: Das erste Mal vor zwei Jahren.
- I: Von Share Economy oder Airbnb?
- E: Von Airbnb
- I: Und von Share Economy?
- E: Was genau meinst du mit Share Economy?
- I: Kannst du etwas damit assoziieren?
- E: Also du meinst das man teilt. Ja, das erste Mal vor drei, vier Jahren. Das es anfing Handwerksgeräte und so zu teilen in der Nachbarschaft, dass das über Apps und so

organisiert wird. So wie es früher üblich war in kleinen Dörfer, man wusste der eine hat einen Trecker, da ist man dahingegangen und hat den Trecker geholt. Das ist ja heutzutage nichts anderes, nur das ich das über eine App kommuniziere und das jeder im Stadtteil weiß, das der Hans einen Trecker hat und dann klicke ich ihn halt an. Das ist ja nichts anderes als das alte Dorfleben, nur wir digitalisieren das.

- I: Also es ist nichts neues im Grunde.
- E: Ja.
- I: Das sind ja auch schon quasi die Grundgedanken die du gerade genannt hast, also Teilen statt Haben. Kannst du das Geschäftsmodell von Airbnb in eigenen Worten zusammenfassen oder erklären?
- E: In eigenen Worten zusammenfassen. Ich kann mal sagen, der Gedanken ist letztendlich, dass die inzwischen professionell einfach Zimmer vermieten, das sie eine Konkurrenz zur Hotellerie sind, aber gleichzeitig nicht die gleichen Bedingungen, wie die Konkurrenz, wie wir erfüllen müssen, hinsichtlich Brandschutz etc. Der Urgedanke, die Share Economy, finde ich ganz positiv, so wie den Trecker in den 50er Jahren den der Max Müller hat. Und das war sicherlich auch der Ehrgedanke von Airbnb, darauf geht ja auch der Name darauf zurück. Air war ja dann Luft und beb Matratze. Und so sollte das ja ursprünglich sein, dass man evtl. sogar kostenlos beim anderen wohnt Das gab es ja auch schon vor 20 Jahren, das sich dann Studenten angeschrieben haben, ich gebe dir mein Sofa du gibst mir dein Sofa. Inzwischen ist da aber ein ganz klassischer Wettbewerb daraus geworden, wo sicherlich auch in Zukunft der Gesetzgeber darauf eingreifen wird. Da im Moment ist das nicht mehr Wettbewerbsneutral, was dort passiert mit Airbnb. Und da denke ich wird auf Dauer der Gesetzgeber eingreifen.
- I: Bist du schon einmal selber mit Airbnb privat verreist?
- E: Nein, das würde ich auch nie machen. Niemals.
- I: Warum nicht?
- E: Weil das einfach ein Wettbewerb geworden ist, der nicht sauber ist. Das ist ein Wettbewerb, der in Wettbewerb tritt zu Hotels und Hostels sich aber nicht an die ganzen gesetzlichen Regularien halten muss. Das ist für mich im Moment ein sehr großes Schwarzgeschäft was dort passiert. Dort werden in hohem Maße Steuern hinterzogen, was bekannt ist. Dass die Leute, die solche Wohnungen vermieten keine Steuern zahlen, das sind Fälle die bekannt sind. Denn es gibt immer mehr Stadtteile wo komplette Wohnungen leer stehen für Airbnb Projekte. Das Leute Wohnungen kaufen und mieten, das machen inzwischen Kölner Hotels, die mieten Wohnungen um sie darüber zu verkaufen. Tun so als wären das einfach Wohnungen wo sie nur was abgeben und diese Wohnungen werden ganz klar 30 Tage im Monat dem Hotel mal zur Verfügung gestellt. Das hat nichts mehr mit, ich teile mein Bett sondern das ist eine ganz klassische Variante von, ich stelle ein Hotelzimmern zur Verfügung.
- I: Gut Informiert.
- E: Ja klar, auf so Jungs bin ich ganz fixiert. Aber auch gleichzeitig müssen die solche Kriterien, die uns viel Geld kosten, sprich alleine schon der Brandschutz. Der Brandschutz in diesem Haus, nur die Anschaffung hat 300.000 € gekostet, nur der Brandschutz. Die Durchführung des Brandschutzes kostet im Jahr circa 5.000€. Die muss ich in einer Airbnb [Wohnung] nicht durchführen, ich muss keinen zweiten Fluchtweg haben, ich habe keine Rauchmelder. Es muss wahrscheinlich die erste Wohnung abbrennen mit Menschen drin, so radikal es klingt, bis der Gesetzgeber aktiv wird. Und es sie dann sagen, "scheiße", warum gab es keinen Brandschutz, keinen zweiten Fluchtweg. Warum gab es keinen Rauchmelder. Denn alles was dort passiert, ist nicht legal. Ich kann, das sind die Regeln in der Übernachtungsbranche, denn ich habe nun ja ein Büro zu einem Hotel umgebaut. Ein Büro braucht keinen

zweiten Fluchtweg, weil in einem Büro keiner schläft und da sagt man, die Menschen sind immer wach und wenn dann ein Brandfall kommt, gibt es einen Fluchtweg und das ist die Treppe und sollte die blockiert sein, kommt innerhalb von Minuten in Deutschland die Feuerwehr und baut eine zweiten Fluchtweg, das ist das System. In der Übernachtungsbranche sagt man, in dem Moment wo ein Mensch schläft, an einem unbekannten Ort ist, ein Mensch der bei mir wohnt ist an einem unbekannten Ort, der ist sozusagen in der Schlafphase, er kennt die Wege nicht. Und dann kann er auch die Fluchtwege nicht so kennen, und deshalb gibt es immer zwei Fluchtwege, baulich schon. Um genau diesen Dämmer- und Schlafzustand auszugleichen, des schlafenden Menschen, genau deshalb heißt es im Büro ich brauche keinen zweiten Fluchtweg in der Hotellerie brauch ich den immer. Und das alles gibt es bei Airbnb nicht. Es gibt einfach nur Wohnungen wo Menschen drin übernachten wie in einem Hotel, aber wenn es dort brennt, dann will ich sehen, nehme ich einfach mal das Haus dort (zeigt auf gegenüberliegendes Gebäude) wenn es da oben fackelt, dann will ich sehen, wie innerhalb der kurzen Zeit die Menschen dort gerettet werden. Und das ist eine Grauzone, die die Politik bisher nicht stark beachtet, weil wie ich gesagt hatte, das ist so ein Nischenmarkt, aber in zwischen sind ja Zahlen bekannt, bis zu 25% der Übernachtungen in den Städten, über diese illegalen Mitbewerber abgedeckt werden. Inzwischen massakriert eigentlich sich Airbnb selber. Airbnb hat mich angeschrieben, ob ich nicht bei denen gelistet sein will. Das ist ganz interessant, Airbnb fungiert inzwischen wie ein Booking.com, ja.. Als die mich angeschrieben haben, ich hab erst mal nicht darauf reagiert, melden die sich nochmal wie hartnäckig sind sie, das ist immer mein Test. Aber Airbnb schreibt mich an und will, dass ich mich dort liste. Ich bin aber ein professioneller Hotelbetrieb. Ich habe auf deren Listing gar nichts zu suchen, da haben nur Private. Und da haben sie ja dann gezeigt, dass sie gar kein Airbnb sein wollen. Nein, sie wollen Konkurrenz zu Booking.com sein. Sie wollen eine ganz normale Vermittlungsplattform für Betten, für Zimmer sein, und mehr wollen die gar nicht sein. Und dafür wollen sie Provision kassieren, das ist das ganze Geschäftsmodell.

- I: Abgesehen vom Brandschutz, welche Wettbewerbsungleichheiten gibt es da noch, deiner Meinung nach?
- Ich sehe hauptsächlich den Brandschutz und ich sehe gerade die Kontrolle, die die E: Finanzämter darüber haben, wie die Wohnungseigentümer letztendlich am Ende auch vom steuerlichen kontrolliert werden. Wie viele Übernachtungen haben stattgefunden. Ich z.B. ich bin in einer Lage bei mir kann jederzeit das Finanzamt reinrennen und Bücher kontrollieren. Die können jederzeit, jederzeit in mein System kucken und sagen wie viele Übernachtungen hast du. Ganz normale Betriebskontrollen, die finden dort ja gar nicht statt. Wenn ich einfach eine Wohnung hätte und vermiete die nebenher, das taucht ja nirgendswo auf. Ich gebe freiwillig bei meiner Lohnsteuererklärung am Ende an, ob ich nebenbei etwas vermietet habe oder nicht. Aber es gibt dort einfach keine Kontrolle. Diese Wohnungen sind ja nirgendswo als Betreib, als Übernachtungsbetrieb angemeldet. Es ist alles eine Grauzone, die meinetwegen auch funktioniert, es muss Grauzonen geben. Ich sage auch mal eine Grauzone ist es auch, wenn das Restaurant gegenüber im Sommer wenn es heiß ist drei Tische mehr draußen aufstellt, das weiß nur das Ordnungsamt. So funktioniert die Welt, das ist auch gut so, so muss die Welt funktionieren. Das muss auch so funktionieren, wir können nicht alles regulieren. Aber wenn aus einer Grauzone ein System wird, was passiert ist mit Airbnb, dann muss irgendwann der Gesetzgeber aktiv werden. Das ist ja immer so, es gibt Grauzonen die funktionieren, aber wenn es überhandnimmt muss ich regulieren. Und diese Phase ist jetzt ganz stark eingetreten.
- I: Du fühlst dich also im Stich gelassen von der Politik?

E: Nein, im Stich gelassen nicht. Wir machen unser Geschäft, unser Produkt und ich kann mein System nicht danach aufbauen ob die Politik mich schützt oder nicht. Und da sage ich ganz klar friss oder stirb und da muss ich selber ein Produkt haben, was besser ist als die anderen und so gehen wir vor und das schaffen wir auch ohne Probleme. Also ich kann ja jetzt nicht sagen, ob ich Zimmer durch Airbnb verliere, man kann es nicht sagen. Aber unsere Übernachtungsquoten über die sechs, sieben Jahre sind stetig steigend. Unser Geschäftsmodell funktioniert sauber und sehr gut, mit sehr guten Wachstumsraten. Von daher sehe ich mich da nirgendwo eingeschränkt in diesem Bereich. Aber ich finde es insgesamt wichtig, dass wenn ich in einer Branche arbeite, diese Branche auch sauber funktioniert. Denn sollte die erste Wohnung abbrennen, dann geht das einfach auf die ganze Übernachtungsbranche. Dann wird gesagt, ach ja, ich war auch schon mal in einem Hotel wo das alles so ein bisschen war [schlechter Brandschutz]. Und das ist einfach eine ganze Branche die da dargestellt wird, da wird am Ende keiner differenzieren, ist das jetzt bei Airbnb ein Familie verbrannt oder im Hotel oder Hostel. Da differenziert keiner mehr. Und ich habe eher die Befürchtung, das dadurch die Übernachtungsbranche schlecht dargestellt wird, weil dort ein unsauberer Mitbewerber dabei ist. Das würde ich genauso sehen, wenn hier ein unsauberes Hotel wäre. Unsauber nicht von der Hygiene sondern, einfach vom Geschäftsgebaren her. Das man dann sagt, Mensch zur Kölner Messe da sind nur Haifische unterwegs, da herrscht kein sauberes Kaufmannstum. mehr. So betrachte ich

- I Also das sich alle an die gleichen Regeln halten.
- E: Genau, es muss einfach für alle die gleichen Regeln geben.
- I: Ist dann für dich Airbnb, also für das Unternehmen, ein direkter Konkurrent?
- E: Ich glaube bei unserem Produkt, nein das kann man nicht sagen, ich kann nicht sagen wer bei uns gebucht hat und wer nicht. Die bieten kein Frühstück an offiziell, manchmal machen die das so, dass der volle Kühlschrank mitverkauft wird, oder? Das kann ich auch schon bei denen buchen, glaube ich.
- I: Also es gibt dort die unterschiedlichsten Formen. Teilweise wird dir aber auch von einem Gastgeber, einfach so etwas gestellt und du hast es vorher nicht verlangt. Das habe ich einmal so erlebt.
- E: Ok, gut. Könnte ich jetzt nicht sagen ob das ein Mitbewerber ist. Ich habe bisher noch keinem tatsächlichen Fall gehabt, wo einer sagte, Mensch ich habe es bei Airbnb günstiger gesehen. Das erlebt man teilweise mit anderen Hotels, das ganz offen eine Schulklasse bei mir anfängt und sagt. Mensch, in der Jugendherberge kann ich 100€ günstiger wohnen. Da weiß ich ganz klar, Jugendherberge hat einen anderen Standard als wir, das ist Ok. Ich habe es noch nie in der direkten Kombination gehört, ich bin zu Airbnb gegangen weil..Deswegen würde ich die nicht als Konkurrenz bezeichnen.
- I: Wer sind dann die direkten Konkurrenten?
- E: In unserem Fall ist eher die typische Design Budget Hotellerie, also Motel One und so was. Konkurrenz ist aber auch etwas falsch, da wir sind eigentlich auch die Nische. Von der Nische. Unser System, ich kann dir auch gleich noch einmal ein Zimmer zeigen, um das zu sehen. Unser System ist, das wir vier und sechs Bett Zimmer haben, wir haben Einzel-und Doppelzimmer, ganz klassisch, aber wir haben viele vier und sechs Bett Zimmer. Wir bringen dadurch Schulklassen und Familien unter und das können alle klassischen Hotels nicht. Weil alle klassischen Hotels haben Einzel-und Doppelzimmer, im seltensten Fall Dreierzimmer, das ist ja eher eine Variante die man auch in Amerika hat. In Deutschland findest du selten mal ein Dreierzimmer. Und von daher ist in dem Fall, wenn eine Familie, Mama, Papa, zwei Kinder verreisen will, dann können die fast nur zu uns oder in die Jugendherberge gehen. Wir sind im

Prinzip eine Mischung, ein Zwitter, aus einer klassischen Jugendherberge und dem Motel One. Das sind wir und genau da greifen wir von beiden dann auch die Gäste ab.

- I: Also wo unterscheidet Ihr euch jetzt von einem "normalen" Hostel, sage ich jetzt mal, durch euer Design Konzept und das ihr familiärer seit?
- E: Auch das wir viel höherwertige sind. Dann das klassische, das typische Hostel hatte ja mal eine recht tiefen Standard, sage ich mal. So wie die Hotellerie von jeher eingeteilt ist in ein bis fünf Sterne, es war immer klar es gibt einfache Hotel es gibt teurere, war die Hostel Szene eigentlich nie eingeteilt, weil Hostel war immer einfach. Es gab nie, gibt es bis jetzt kaum im Ausland. Als wir dieses Ding gebaut haben, zu dem Zeitpunkt haben wir unheimlich viel recherchiert. Wahrscheinlich weltweit eines der modernsten Hostel die je gebaut worden sind, weltweit, von Standard her. Wir würden vom Standard her drei Sterne kriegen für die Badezimmer vier DEHOGA Sterne kriegen. Das ist unser Standard, also wir haben uns gleich ein Hotel mit Mehrbettzimmer gebaut. Wir sind, das muss ich dazu sagen, auch kein typisches Hostel. Denn das typische Hostel charakterisiert sich dadurch, dass es Betten verkauft. Ein Hotel verkauft Zimmer ein Hostel Betten. Wir verkaufen keine Betten, wir haben keine Dormitories, Schlafsäle, die haben wir gar nicht. Jetzt kannst du natürlich sagen, warum nennst du dich Hostel, wenn du es nicht bist. Das habe ich nur gemacht aus der Begrifflichkeit her, um zu sagen wir haben große Zimmer. Denn Hostel verbindet einer immer, ach die müssen irgendwie große Zimmer haben vier und sechs Bett Zimmer haben, das ist irgendwie allgemeiner Sprachgebrauch. Und dadruch, dass ich hier alles selber machen konnte, konnte ich selber sagen, ich nenne meinen Laden nicht nach irgendeinem Namen, wie Motel One oder Hilten oder ich hätte es ja [Vornamen] nennen können. Sondern wir haben es genannt, wie es die Beschreibung ist. [...].
- I: So habe ich euch auch gefunden.
- E: Dann stehen wir ganz oben, ohne dafür einen Cent zu bezahlen. Das hat so noch nie einer, es gibt keinen. Du wirst nirgendswo in Deutschland ein Hotel Hamburg finden oder vielleicht ein Hotel Hamburg. Aber es macht eigentlich nie einer. Und wir haben das gemacht, dass wenn du uns als Lehrer findest, oder du suchst für eine Klassenfahrt was, und du hättest uns unter Hotel gefunden und wir hätten dann auch noch drei DEHOGA Sterne, die würden nie zu uns kommen. Und deswegen habe ich mir gesagt, ich nenne mich als Downgrade, ich nenne mich Hostel [NAME], habe aber dann gleichzeitig aufgrund der Fotos sieht man dann, der ist was ganz anderes. Wir haben also oft Gäste, Geschäftsreisende, die haben uns gebucht, die kommen rein und sagen "Wir suchen das [NAME]" und das sagen wir, ja das sind wir. " Nein das könnt ihr nicht sein, ihr seid ein vier Sterne Betrieb". Wir haben, glaube ich, den längsten Rezeptionstresen Köln, also da kommen nicht einmal die fünf Sterne Häuser ran, wir haben bewusst so etwas gebaut. Das du cooler einchecken kannst, als in einer fünf Sterne Hütte. In einem normalen Hostel wäre der Tresen zwei Meter breit und da müssen wir 500 Leute einchecke, das ist ein Hostel. Und wir haben es bewusst wie ein vier, fünf Sterne Haus gemacht. Und somit sind wir eigentlich die Nische von der Nische. Ich sage es mal so, die Hostel Szene ist eh eine Nische in der Hotellerie, Jugendherberge, Hostel ist so wie so schon ein Nischenbereich. Und in dieser Nische sind wir nochmal eine Sparte spezieller geworden, dass wir diesen hohen Standard haben. Das wir eigentlich Sechsbettzimmer auf drei bis vier Sterne Niveau gebaut haben. Mit gleichzeitigen Annehmlichkeiten einer vier und fünf Sterne Hotellerie. Wir waren das erste Hotel in Deutschland, das WLAN kostenlos gemacht hat. Aber kein "scheiß" WLAN, dass sage ich jetzt bewusst als Techniker, sondern ein High End WLAN, mit einer festen Glasfaserverkabelung, mit einer Standleitung nur für Gäste. D.h. wir haben hier höhere Übertragungsgeschwindigkeiten, als viele Büros,

Architektenbüros und so in Stuttgart. Bei mir kommen auch Leute an, die sagen bei dir kann ich Downloads erzielen, die habe ich noch nicht einmal an meinem Arbeitsplatz. Das waren von Anfang an so Ziele, die Godies den Gästen anzubieten. Das Restaurant in der fünften Etage, du hast es kurz gesehen, es gibt eine Dachterrasse. Es gibt in Köln vielleicht vier oder fünf Dachterrassen, die anderen gehören fünf Sterne Häusern und eine gehört uns. Und darauf können wir dann Sektempfänge zu Messen machen. Und da kommt wieder der Zwitter durch, so wie wir in der normalen Saison auch Schulklassen haben, die dann ganz normal im Mehrbettzimmer 27, 28 € bezahlen p.P. inkl. Frühstück, haben wir aber auch gleichzeitig zur Messe, das wir Einzelzimmer für 200€ verkaufen, ganz normal. Die anderen nehmen vielleicht 400 oder 500, in vier oder fünf Sterne und wir nehmen 200€ ohne das einer sagt, du spinnst ja, du nimmst für dein Loch 200€. Sondern in dem Moment fungieren wir als drei bis vier Sterne Hotel. So wie dann, mometan tragen die Mitarbeiter andere Klamotten zur Messe, bei den ganz teuren Messen tragen die Jungs noch Krawatte. Kann aber gleichzeitig sein, heute tragen sie noch Krawatte und am nächsten Tag laufen sie wieder in Flip Flops rum, weil nächsten Tag ist keine Messe. Wir sind, so kann man das eigentlich sagen, ich weiß nicht ob du schon einmal bei Robinson warst, wir haben so ein bisschen diese Clubgeschichte, die Clubatmosphäre in die Stadt gebracht. Das war so meine Intension dahinter. Dadurch das du, schau dir meinen Button an, der ist noch nüchterner als bei Robinson, da würde nur noch die Funktion stehen, wie Clubdirektor oder Eigentümer. Wie wenn du mich jetzt so siehst weißt du nichts. Du hast eben den [NAMEN], den dunkelhäutigen gesehen im Aufzug. Der ist etwas jünger als ich, weißt du wir sind beide groß, stattlich, es kommt jetzt keiner darauf, dass [NAME] Azubi ist seit zwei Wochen und ich der Eigentümer bin. Das soll auch keiner, ich komm genauso hier durch und wenn dann eine Dame mit einem teurem Koffer sagt, können Sie mir mal den Koffer aufs Zimmer bringen, dann mache ich das auch. Das ist unabhängig davon ob ich hier Azubi bin. Das ist so die Art der Kommunikationslinie die wir pflegen und so funktioniert unser System. War jetzt lange erklärt, aber jetzt hat man einmal verstanden was dahinter steckt.

- I: Völlig in Ordnung. Jetzt muss ich aber einmal noch mal kurz zurückgreifen
- E: Gerne, frage gerne.
- I: Warum glaubst du nutzt ein Tourist Airbnb, was ist sein Motiv dahinter?
- Die Kostenstruktur, das es günstiger ist, oder er glaubt im ersten Moment das es E: günstiger ist. Dann sicherlich die Unabhängigkeit, die Freiheit. Meine Schwester nutzt es z.B. Auch wenn ich immer über sie schimpfen, aber sie sagt, sie findet es so cool eine private Atmosphäre zu haben. Dieses wohlige Private, das Eintauchen von anderen Welten. Weil ich kann ja auch vom anderen dann den Bücherschrank benutzten, das es sicherlich diese individuelle Art der Übernachtung ist. Da habe ich ein gutes Beispiel. Wir haben direkt nebenan, heutzutage wird das wahrscheinlich Boutique Hotel genannt, das nennt sich [NAME]. Der hat inzwischen 17 Zimmer, er ist eigentlich ein Werber, Grafiker und hat unten eine Agentur drin und oben hat er ein paar Zimmer. Die hat er alle sehr individuell gemacht, das ist vom Standard her, also er bietet kein Frühstück, er bietet nichts an, das ist alles sehr simpel. Aber es sind diese Sachen, dann steht da ein Biedermeier Sofa oder was weiß ich, so ein 50er Jahre Leder Stuhl, das ist des. Das ist sehr individuell, seine Kunstbücher liegen da überall rum. Und das ist schon fast eine Mischung aus Airbnb, einer privaten Wohnungb und einem Hotel. Und das mögen eben die Leute, das Individuelle. Und das ist eben der Punkt warum Leute häufig inzwischen zu uns kommen, anstatt zu Motel One. Motel One ist ein klasse Konzept, dass ist sensationell was der Dieter Müller dort gemacht hat. Das ist eben sehr uniform. Das sind inzwischen, alle 70 Häuser sind gleich, jedes Zimmer ist auf den Millimeter gleich und das mögen manche Leute nicht. Wir sind dann schon

- wieder eine Stufe individueller als ein Motel One, sind aber sicherlich in mancher Hinsicht noch konform. Das wir z.B. in jedem Zimmer den gleichen Stuhl haben und noch eine Stufe individueller haben ich bei Airbnb dann, auf jeden Fall.
- I: Also kann die Hospitalty Industrie vielleicht etwas lernen von diesem Konzept?
- E: Ja bzw. lernen, das Konzept gibt es ja schon. Das sind dann diese Boutique Hotels. Diese Boutique Hotels, sind, ich sage es mal so, Airbnb in professioneller Hotelform. Wie ein Airbnb mit einer guten Hotelleistung dazu gepackt, das auf jeden Fall.
- I: Glaubst du, dass würde auch für ein Hotel funktionieren, das man versucht dieses persönliche, dieses nicht standardisierte umzusetzen?
- Das funktioniert. Das funktioniert auch in diesen Boutique Hotels. Ich geh immer E: wieder nach Nebenan. Ein sensationellen Bsp. aus dem Hoste Bereich ist das Hostel [NAME] 500 m von hier. [NAME] war lange ein Studentencafé, dann fingen die Jungs an ein bisschen Theater unter zu spielen und dann haben die ein paar Zimmer dazu genommen. Die haben jetzt 10 Zimmer, wirkliches Hostel, du mietest also immer nur einzelne Betten. Und jedes Zimmer hat ein Thema, das eine heißt Bollywood das andere so und so. Das ist sensationell. Ich hatte am Anfang, für mich, noch Zweifel oder ich fand es spannend, wie das funktionieren sollte. Weil so ein Bollywood Zimmer, alleine wenn ich das aus Reinigungssicht für ein Hotel sehe, das muss ja alles funktionieren. Das ganze Zimmer hängt voll mit Stoffen, wie du dir ebenso ein Zimmer in Indien vorstellst. Und da hängen 50 Kissen drin, da frage ich mich auch, wie man so etwas gereinigt bekommt. Dann gibt es so ein Space Zimmer. Und das ist im Prinzip Airbnb in Hostel Form. Wenn du das Zimmer siehst, würdest du nie darauf kommen, dass es ein Hotelzimmer ist. Das ist, wie gesagt der ganzen Laden heißt [NAME], dann haben die sich gesagt ich baue 10 Zimmer wie eine Wohngemeinschaft. Ist auch immer ausgebucht, sensationelles Konzept. Aber sie bleiben beim Preis auch immer fair, also ich kann nur loben was die machen. Die schwanken vielleicht auch mal im Preis, zur Messe das muss sein, aber insgesamt ist es ein sehr faires Preismodell was die machen. Da ist der Name auch Businessmäßig Programm.
- I: Mache ich auf jeden Fall. Findet ein Austausch statt oder wird darüber geredet in der Branche über Airbnb und Share Economy? Wie ist das konnotiert?
- E: Könnte ich jetzt nichts zu sagen, da ich selber mit der Branche eigentlich nichts zu tun habe.
- I: Oder anderen, vielleicht neben an dein Nachbar {Boutique Hotel Inhaber]?
- E: Also mit dem habe ich nicht viel zu tun. Ich habe eigentlich ziemlich wenig mit anderen Hoteliers zu tun, vielleicht auch weil ich so eine Nische bin. Ich war auch sicherlich schon mal auf einem DEHOGA Treffen, ein-oder zweimal, aber das ist alles noch diese alte Hotellerie. Drei Sterne, Vier Sterne, Fünf Sterne, da rennen die Direktoren im Anzug rum. Grundsätzlich die Hotellerie nimmt die Hostel Szene gar nicht für Ernst, das ist auch gut so, dass die uns nicht für Ernst nehmen. Wahrscheinlich wenn du unsere Zahlen sehen würden, würden die sagen "ach du scheiße, was machen die denn", im positiven Sinne. Aber das ist gut so, die sind alle noch so ein bisschen abgehoben. Und ich merke auch, wenn ich dann mal auf so ein Treffen gehen, und ich komme dort so an [T-Shirt und Jeans] und ich sage ich habe ein Hostel, dann sagen die, na gut. Und wenn die dann fragen wie viele Betten ich habe, und ich sage 285, dann wundern die sich und fragen was ich mache. Die sind immer noch viel zu selbstverliebt, wie die ganze Hotellerie.
- I: Bist du in einem Verband?
- E: Ja wird sind in der DEHOGA drin, weil wir ja auch ganz klassisch ausbilden. Wir sind in der IHK, sind überall drin. Aber ich tausche mich nicht groß mit denen aus. Ich

tausche mich eher mit Leuten aus, wie Robinson, da habe ich sehr engen Kontakt. Ich sehe uns, näher an einem Club, als an irgendeinem anderem Hotel.

- I: Glaubst du es können für Köln als touristische Destination Vorteile aus Airbnb entstehen?
- E: Ja, das glaube ich. (nachdenklich) Aber jetzt kommt genau der schmale Grat, es müsste alles genau geregelt sein. Das Grundmodell von Airbnb und auch das dafür Geld genommen wird, ich nehme jetzt mal die zweite Stufe, die erste Stufe sollte ja fast nur als Austausch, als Tauschen gelten. Selbst die zweite Stufe, dass man dafür Geld kassiert, finde ich für sehr sinnvoll. Gerade wenn ich hier Spitzenzeiten zur Messe sehe, das ist ja auch schon immer passiert. Wenn ich Hannover sehe, meine Schwester hat lange in Hannover gelebt, wenn in Hannover Messe ist vermieten Leute dort ihre Wohnung. Das ist dort Standard, das ist vor 50 Jahren schon gemacht worden. Es haben sogar wohlhabende Leute zur größten Messe, Cebit, die sind dann zu Verwandten gezogen und vermieten zur Messezeit ihr Haus. Das ist auch gut. Nur in Hannover regelt es sich von alleine, es gibt nur diese eine große Messe, es lohnt sich nicht sonst noch auszuziehen. Hier ist aber der Schmale Grat, dass die Nachfrage oft so hoch ist, das es den Wohnungseigentümer dazu verleitet ständig seine Wohnung zu vermieten. Oder dann, was passiert, dass man sich Wohnungen kauft oder mietet, um sie zu vertreiben. Und das ist ja genauso passiert, das ist ja bekannt in der Altstadt, das hat Ausmaße angenommen. Da haben Hoteliers Häuser aufgekauft und die komplett als Wohnungen über Airbnb verkauft. Und unten auf dem Klingelschild, da der Kölner Stadt Anzeiger hat da mal eine nette Geschichte drüber berichtet, sind acht Parteien und da steht nur noch ein Name und auf dem anderen da steht gar kein Name mehr, sondern da können die Gäste dann über eine Pinzahl rein. Das sind dann wieder die Ausmaße. Und ja, das klassische Model von Airbnb sinnvoll für Köln, aber es lässt sich nicht regulieren. Wahrscheinlich besser dann direkt verbieten oder unter gleiche Bedingungen stellen.
- I: Was ist deine Meinung zum Wohnraumschutzgesetz bzw. das Gesetz gegen Zweckentfremdung von Wohnraum? Gibt es jetzt wieder seit letztem Sommer, wurde das wieder aufgegriffen.
- E: Das gibt es, das habe ich gehört. Aber das ist ja dann die Frage, wie man das kontrollieren will.
- I: Denkst du das ist sinnvoll?
- E: Das ist auf jeden Fall sinnvoll. Gerade, wie gesagt, das ist wie die Tische beim Restaurant neben an. Der könnte meinetwegen fünf Mal im Jahr sich bei mir auf die Terrasse setzten, weil er zu wenig Platz hat, aber wenn er da jeden Tag stehen würde, dann würde ich zu ihm sagen, das geht so nicht. Und das gleiche ist es auch, ich denke es hätte keiner etwas dagegen, wenn mal 10 Nächte im Jahr etwas vermietet wird, aber der Reiz ist so groß. Wenn ich für eine Wohnung, die 700€ Miete hat im Monat. In einer Nacht im Monat 100€ machen könnte, gut gehen wir mal runter, Auslastung bei 70%, dann mache ich mal schnell 2000€ mit so einer Wohnung. Da fängt jeder an zu rechnen. Ich bin sogar jetzt ehrlich, ich habe selber überlegt, vor drei Jahren, als wir immer ausgebucht waren, und da kam das auf. Krass, du mietet das Gegenüber, da sind Genossenschaftliche Wohnungen, da kennst du jemanden ich würde also ran kommen. Da mietest du mal drei, vier Wohnungen an. Ich würde das auch machen, dann sage ich den Leuten, hier [Hostel] könnt ihr Frühstücken müsst ihr rüber laufen. Da habe ich selber kurz überlegt. Dann habe ich aber mit meiner Frau darüber gesprochen und die sagte "Spinnst du!". Und die Nachbarn? Wir wissen doch gar nicht wenn wir dort einquartieren. Wenn ich eine Buchung kriege auf Max Müller, dann weiß ich nicht ob das eine Familie ist oder vier Jungs, die auf ein Konzert wollen oder durchsaufen wollen. Und dann fange ich an, mit den Nachbar Diskussion zu haben, ich

will keine Schaden durch meine Gäste, das ist mir ganz wichtig. Und deswegen muss dieses Wohnraumschutzgesetz. Und ich glaube es ist nicht zu händeln, indem ich sage, ich dulde so ein bisschen Airbnb. Wie willst du das kontrollieren?

- I: Also das es mittlerweile schon zu groß ist, zu kommerziell?
- E: Es ist zu groß aber auch zu kommerziell geworden, es sich aber auch zu reizvoll. Ich verstehe ja auch die Jungs, die in ihrer WG, ich habe selber Studenten, wir haben 20 Festangestellte und 20 Teilzeitangestellte, die Studenten, die in ihrer WG, einer hat sogar eine eigene WG wo er die Zimmer vermietet. Ich rede ja auch dem. Er hat bisher immer an zwei andere Studenten vermietet, 300€ fairer Preis alles gut. Der sagte mir, wenn ich da sehe zur Messe könnte ich für 150€ mein Zimmer vermieten. Innerhalb seiner WG, da will er aus eigenen Interesse Ordnung halten. Aber er sagt sich auch, ich könnte mir eine Wohnung kaufen und das in richtigem Maß machen. Der Reiz dazu, diese Summen die ich dort erzielen kann, die sind viel zu reizvoll für den der das macht, als dass er es nicht tun sollte. Und da geht es wahrscheinlich nur, dass das Gesetz sagt, wie sie es ja auch tun wollen, wie in in Berlin. In diesem Stadtteil ist eine Fremdübernachtung, verkaufte Übernachtungen sind nicht erlaubt. So hat Berlin das auch mal überlegt.
- I: Das ist in Berlin von Stadtteil zu Stadtteil unterschiedlich.
- E: Also es gibt Wohnblöcke in Berlin, das weiß man. Mein Bruder betreibt ein Hotel in Berlin und er sagt, es gibt Wohnblöcke, da wohnt kein Mensch mehr. Das sind reine Airbnb Wohnblöcke, die wurden fast dafür gebaut. Und das ist dann natürlich. Ich würde es fast ja auch, also wenn ich weiterspinne, ich komme aus dem handwerklichen Bereich, mein Freund ist Bauunternehmer. Ich muss ja nur eins plus eins rechnen, wenn ich sage ich hätte gern ein Grundstück und baue dort ein Haus hin. Dann würde ich das doch genau nach diesem Maßstab machen, bau da genau eine nette Küche rein, flexible Türen etc. und dann gehe ich damit auf den Markt. So flexibel wie die Verkaufssysteme in zwischen sind, das sind ja gar keine starren Modelle. Da sage ich, ich verkauf mal ein Apartment zwischen zwei und zehn Personen. Da würde ich meine Hütte doch genau dafür bauen. Die wird sich nach ein paar Jahren rechnen. Das wird man in keine Wohnung reinkriege. Und deswegen muss es wahrscheinlich echt so sein, das der Gesetzgeber sagt ja oder nein. Ich glaube grau, schwarz oder weiß, grau ist glaube ich nicht möglich.
- I: Also es müssen striktere Regeln her?
- E: Ja, es geht nicht anders.
- I: Es gibt ja dann noch die schöne Kulturabgabe jetzt in Köln seit letztem Jahr, die müsst Ihr ja auch entrichten bzw. der Gast, ihr seit in der Verantwortung das einzuziehen.
- E: Ja, also der Gast
- I: Das ist ja bei Airbnb ja dann auch so eine Grauzone, das wird dann ja auch nicht immer gemacht.
- E: Ja das werde die wahrscheinlich auch nicht immer kassieren. Das ist das gleiche wie die Betriebsprüfung, ob das nun die Kulturförderabgabe ist oder ob ich am Ende Steuer zahle. Ober ob ich, springen wir mal weiter, ich zahle ja an die IHK, ist ja auch kein Geheimnis, bei meiner Betriebsgröße zahle ich alleine 1.500€ an die IHK. Ich glaube nicht, dass wenn einer fünf Wohnungen hat und die über Airbnb vermietet, dass der in der IHK ist, ich glaube es nicht. Das geht dann so weiter, mein Brandschutz der ganze, die Kulturförderabgabe gehört da genau zu. Wir haben jetzt die Möglichkeit, wir kommunizieren es sehr früh über die Mails, wir kommunizieren es ganz klar, dass es kein Geld von uns ist, sondern von der Stadt Köln und wir sind sozusagen, ich sage immer wir sind der Depp in der Mitte, der das für die eintreiben darf. Deswegen funktioniert das inzwischen bei uns wunderbar. Aber diese ganzen Diskussionen hat der Airbnb Hauseigentümer gar nicht. Ich glaube nicht, dass er das

von einem privaten Gast einkassiert. Und ich gehe mal davon aus, zu 90% wohnen bei Airbnb privat Leute, ich mag lügen, aber ich glaube nicht dass viele Geschäftsleute Airbnb machen.

- I: Also sie versuchen es jetzt seit letztem Jahr. Kenne aber keine offiziellen Zahlen.
- E: Na gut, dann muss du eine Rechnung haben. Ich als Airbnb Wohnungsinhaber, ich nenne die mal jetzt so, wollte gar keinen Geschäftsmann haben, dem müsste ich ja eine offizielle Rechnung ausstellen. Dann wäre ja wieder der Ratenschwanz am laufen, von daher (?)
- I: Glaubst du, dass Airbnb marktverdrängend auf andere oder bestimme Betriebsarten sein kann?
- E: Ja, das auf jeden Fall.
- I: Welche?
- E: Ja die kleinen, älteren Hotels, das auf jeden Fall. Aber das geht jetzt nicht unbedingt, das die von Airbnb, die werden allgemein, haben vielleicht Probleme auf dem Markt. Was aber normal ist. Wenn man die Hotellerie noch vor 10, 15 Jahren sah, da konnten sicherlich auch so kleine Betriebe, ich mache jetzt mal das Bsp. Altstadt Köln, mit 10, 15, 20 Zimmern, die konnten noch leben. Aber die sind so klein, die können sich keine 24 Stunden Rezeption leisten, das ist auch normal in der Größe. Dann funktioniert das so nachts, dass jeder so einen Haustürschlüssel hat, dann alles noch gehen. Das war so ein gesunden Drei Sterne Niveau. Es gab aber auch nicht so viel anderes. Es gab entweder Fünf Sterne, High End, sau teuer, es gab ETAP, was aber eher so Plastik Zimmer waren, die Franzosen mit ihrem schlechten Design. Aber jetzt, seit den paar Jahren wo Motel One, die haben ja wirklich den Markt umgekrempelt. Die sagen wir haben günstige Zimmer die aber ein geiles Design haben, also wirklich nicht billig ein gutes Design. Das ist ja auch unser Konzept, wir haben z.B. den gleichen Boden wie Motel One. Ob der bei uns oder wir bei Ihm gekuckt haben, das ist egal. Wir schauen alle untereinander, ich weiß auch dass wir häufig Architekten haben und bei uns in den Laden schauen. Oder auch offiziell ankommen und fragen ob sie sich mein Haus anschauen dürfen. Dann sage ich, ja klar. Das kann ich ja nicht verhindern, sonst bucht er sich bei mir ein. Das ist ja alles kein Geheimnis. Und dadurch haben es diese kleineren Hotels eben schwer, da jetzt so eine Nische entstanden ist, wo ich für 69 € Top übernachten kann. Das gab es für 10 Jahren noch nicht. Da musste ich bei 69€, damals noch 100 Mark, immer noch Abstriche machen an der Sauberkeit und Qualität, 50 Jahre altes Waschbecken oder so. Die haben es sowieso schon schwer durch Motel One und uns, diese modernen Hostel Schiene, aber auch gleichzeitig kommt da noch so ein Airbnb mit rein, was nochmal einer ist, der Übernachtungen wegnimmt. Weil das was absolut was stylisches ist, was stylisches und individuelles ist und das ist Top und das macht es den kleinen Betrieben noch schwerer.
- I: Also Airbnb als Mittreiber, aber im gesamten Kontext von der Hotellerie, das die kleinen Betriebe aussterben?
- E: Ja.
- I: Was hat der Verbraucher für Vorteile oder Nachteile wenn er mit Airbnb bucht, im Vergleich zu deinem Betrieb?
- E: Er wird doch nur Vorteile sehen, sonst wird er das ja wohl nicht machen. Ich denke der Vorteil ist, dass er das Individuelle hat, die Preisstufe ziehen die inzwischen auch voll mit, ich muss gerade laut denken, Preisstufe machen die jetzt auch, dass die zur Messe ihre Wohnung für 300, 400 € verkaufen, das tun die jetzt auch. Ich sage der Hauptvorteil ist das Individuelle. Dann als Vorteil, denke ich, dass ich mehr Leute unterbringen kann, als ich eigentlich anmelde. Da komme ich gerade darauf, denn ich wüsste nicht als Vermietet, wenn man solch eine Wohnung komplett mietet, ob man da am Ende zu dritt oder zu zehnt gewohnt hat. Das kann ich im Hotel schlechter

faken. Ich kann eine Eigenverpflegung machen, wenn ich das will. Hauptvorteil sage ich, ist das individuelle Übernachten und das ich evtl. an der Personenanzahl faken kann. Nachteile sehe ich für den Verbraucher nun keine. Er hat vielleicht dort kein Frühstück, aber das hat er ja bewusst so gewählt. Ich würde Airbnb nie, nicht weil ich die nicht mag oder mag, sondern für mich ist Urlaub und Fremdübernachten auch, dass mir ein Frühstück gemacht wird. Das gehört für mich dazu, das ist ein ganz großer Punkt, als ob ich da morgens anfangen müsste Kaffee zu kochen, das sage ich ganz ehrlich.

- I: Glaubst du, dass die Politik Gesetzliche Regulierungen an neue Marktteilnehmer anpassen muss, besonders im Hinblick der Digitalisierung? Das manche Gesetzte noch veraltet sind und gar nicht mehr aktuell sind?
- E: Das auf jeden Fall. Das muss auf jeden Fall passieren.
- I: Kennst du Uber?
- E: Uber, die Taxi-App?
- I: Ja, genau. In Hamburg wurden ja rechtliche Schritte gegen Uber von der Taxi Branche unternehmen. Kannst du dir vorstellen, dass so etwas auch mit Airbnb geschehen könnte? Dass die Hotelbranche vereint gegen Airbnb vorgeht?
- E: Glaube ich jetzt noch nicht. Jetzt merkt es die Hotellerie noch nicht zu stark. Auf Dauer denke ich, nein (Denkpause). Bei Uber ist es eine eins zu eins Leistung, Uber bietet genau eine Taxi Leistung an. Airbnb ist eher nochmal eine Sparte der Hotellerie. Das ist eher nochmal eine Sondersparte. Ich denke nicht, das ein Fünf Sterne Haus irgendwie durch Airbnb etwas verliert. Sondern das ist ein Gast der genau das möchte, ich kann mir das eher vorstellen, ich würde jetzt auch nicht sagen wenn Airbnb jetzt 10.000 Nächte in Köln macht, ich nenne jetzt einmal eine Fix Zahl, dass ich deswegen sagen kann, das die Kölner Hotellerie jetzt 10.000 Nächte verloren hat. Ich glaube auch, durch Airbnb reisen ganz vielen Menschen, die sonst vielleicht gar nicht hier her gekommen wären.
- I: Das also einen neue Zielgruppe entsteht?
- E: Ja genau, das ich eine neue Zielgruppe habe. Das junge Leute auch sagen, das ist ja cool, ich habe keine Lust in ein Hotel zugehen und sagen das ist ja so wie bei meiner Freundin auf dem Sofa schlafen. Deswegen würde ich auch gar nicht den ganzen Umsatz den Airbnb macht, absolut sagen, dass sie den der Hotellerie komplett geklaut haben, das würde ich 1:1 nicht so sagen. Es ist vielleicht ein bisschen Umsatz weggenommen, aber ein bisschen auch neue Zielgruppen. Und ich sehe auch gleichzeitig diesen uralten Satz "Wettbewerb macht das Geschäft eigentlich nur interessant".
- I: Marktwirtschaft.
- E: Genau, das ist Marktwirtschaft. Wenn einer durch Airbnb hier hin kommt, dann hat er es einmal gemacht und sagt sich vielleicht, wenn ich das nächste Mal mit meiner Freundin nach Köln komme, denn Köln finde ich geil, dann will ich doch vielleicht lieber ein cooles Hostel oder irgendwas wo mir das Frühstück gemacht wird. Da werden, denke ich auch, neue Gäste durch generiert.
- I: Dann bin jetzt schon bei meiner letzten Frage erstmal. Glaubst du, dass es AirBnB in 10 Jahren noch gibt?
- E: (Denkpause) Das Model, die Vermittlung von Wohnungen, ich kann da jetzt nur für Deutschland sprechen, das hängt davon ab wie der Gesetzgeber aktiv wird. Sollte der Gesetzgeber das wirklich knallhart regulieren so wie er klassisch eigentlich alles reguliert, oder so wie wir [Hotel/Hostels] reguliert sind, was ich für richtig halte. Also eben als ich die 300.000 € Brandschutz erwähnte, die waren nicht negativ, ich finde es gut, dass es das gibt. Ich freu mich, wenn ich ein ein Hotel gehe, dass es das gibt. Sollten sie die gleichen Regeln, die sie bei uns anwenden auf Airbnb anwenden, dann

wird es das nicht mehr in Deutschland geben. Das ist in einer Wohnung gar nicht möglich. Dann würden alle Wohnungen schon weg fallen, weil keine Wohnung hat einen zweiten Fluchtweg. Einen Rauchmelder kann ich mir überall anbringen, denn kann ich mir sogar auf mein Handy schalten lassen. Aber beim zweiten Fluchtweg da fallen alle weg, dann wird es das nicht mehr geben.

- I: Das waren jetzt auch schon meine Fragen die ich hatte, hast du jetzt noch irgendwelche Fragen an mich oder irgendetwas was du loswerden möchtest was nicht klar rübergekommen ist?
- E: Nein, eigentlich nicht. Ich hab ja jetzt schon sehr umfangreich gesprochen, zu der vorletzten Frage als du sagtest: Glaubst du das beim Gesetzt und so, da müssen sich manche Sachen anpassen, dass auf jeden Fall. Es war jetzt vor ein paar Tagen so interessant wie Stiftung Warentest oder wer auch immer. Nein, der WDR hat ja jetzt getestet, wie genau auf so einer Plattform, wie Booking.com die Preise entstehen oder was da gemeldet ist, das nur noch drei Zimmer verfügbar sind, weiß ich nicht ob du das gelesen hast.
- I: Nein,
- Okay, da ging es irgendwie darum, die haben sich auch beschwert, dass bei Zalando E: steht von diesem Schuh haben wir jetzt noch zehn Stück und das dadurch auf den Kunden eventuell ein Druck entsteht und gleichzeitig hat der WDR dann festgestellt, den Schuh konnte ich an dem Tag noch hundertmal kaufen. Ist ja auch üblich so. Ich saß im Auto und dachte, mal höflich gesagt, wie naiv sind die denn, das ist doch normal. Da nannten sie jetzt Zalando als Beispiel, sie nannten dann auch Booking als Beispiel, das bei Booking noch stehr, sind jetzt noch drei Einzelbetten verfügbar. Das mache ich ja, als Hotelier. Bei Booking weiß ich, ich brauche ab fünfzehn Mann, dann steht in der Zimmerspalte drin noch fünf verfügbar. Wenn ich sechs mache steht gar nichts. Das heißt, wenn nichts steht ist das freiverfügbar für den Gast.. Dann mach ich das doch natürlich wenn ich verkaufen will selbst wenn ich nur 70 Zimmer habe in vier Wochen, das ist doch klar dass ich das mit dieser Methode immer reinstelle, um da ein bisschen Kick zu erzeugen, ist doch normal. Als aber darüber berichtet wurde, merkte ich was für mich normal ist, das es anscheinend noch eine ganz andere Welt da draußen gibt, weil es war keine kleine Nachricht. Das kam in der Tagesschau, das kam immer wieder in den Nachrichten: Das gibt es ja gar nicht was die da machen, das ist ja gegen die Marktregeln. Ich sagte mir nur: Wo leben die denn alle? So funktioniert doch der ganze Internetmarkt. Ich weiß doch wenn einer bei eBay eine Lampe verkauft und da steht "nur noch drei verfügbar", ich weiß doch das der in seiner Halle noch 10.000 liegen hat. Dann schrieben sie nämlich das und sie schrieben dann auch, den Punkt, dass wenn ich auf Booking gehen und dann steht da "zur Zeit schauen sich 37 Leute diese Seite an". Das war für mich auch immer klar das, dass gefaked ist. Weil ich habe es sogar dann selber getestet. Ich sehe dann eine Zahl, da schauen sich grade fünf die Seite an. Dann habe ich hier vier verschiedene Rechner mit vier verschiedenen IP-Adressen, ich kann ja einen Test machen und dann hab ich genau gesagt: Leute und jetzt gehen wir "BAMM!" Gleichzeitig rein, jetzt müsste der auf neun springen oder meinetwegen in der gleichen Sekunde logt sich woanders irgendeiner aus. Aber ich glaube nicht, dass wenn wir vier uns in der gleichen Sekunde einloggen das sich in der gleichen Sekunde vier woanders gleichzeitig ausloggen, glaube ich nicht. Es passiert aber gar nichts an der Zahl und das haben die auch kritisiert, die haben sich mit 37 Rechnern im WDR bei einem Hotel eingewählt und es passiert ja nichts an dieser Zahl und das haben die kritisiert. Und da musste ich schmunzeln. Wenn es jetzt noch Gesetze gibt, dass das nicht erlaubt ist. Dann müssen sie das Gesetz, ich glaub das wurde vor 50 Jahren aufgebaut, wenn man jetzt vor 50 Jahren zu C&A gegangen ist und einen Pullover kaufen möchte und den nicht sofort

kaufen wollte und morgen wieder kommen möchte, dann wird die Verkäuferin gesagt haben: "Das ist der letzte denn wir haben!".

- I: Bei manchen Verbrauchern funktioniert das.
- E: Genau. Aber das das so kritisiert wurde oder da passen unsere Gesetze nicht da müssen wir was machen oder die meinen es ja eher unsere Gesetze sind richtig wir müssen jetzt mal Booking sagen: Du! Du! Du! Du darfst nicht schreiben das sich 27 Leute das Hotel angucken, das ist natürlich völlig hinterher.
- I: Also man darf natürlich auch nicht alles tot regulieren.
- E: Nein! Das ist ja auch Quatsch. Dafür ist der Markt ja auch viel zu schwer, viel zu schnell, wir merken ja auch das Tempo. Wenn man auch aufmerksam die Zeitung liest wir wissen ja allein wie es weitergeht. Gutes Beispiel zum Schluss aus dem Hotelbereich: Jetzt gibt es die Plattform. Ich sag mal Sie buchen sich jetzt bei Booking ein Zimmer im Dezember in Köln. Da gibt es jetzt schon amerikanische Programme, da könntest du diesen Zimmerkauf reinstellen und die überwachen für dich genau diese Nacht in Köln und würden dir eine Info geben: "Achtung du hast ja ein Doppelzimmer in einem drei Sterne Hotel für 99 € gekauft. Achtung da kannst du jetzt ein drei Sterne Hotel für 89 € kaufen". Das ist für uns Hoteliers natürlich negativ. Es gibt auch schon ein weiteres Programm was dann automatisch für dich die Umbuchung vornehmen würde. Und die kriegen von dir am Ende, sagen wir 3 % oder irgendwas als Provision nochmal. Aber der macht automatisch kurz vor Anreise das Zimmer für 89 €. Vielleicht kriegst du nicht das gleiche Hotel, aber das könntest du sogar einteilen, wenn du sagst ich will unbedingt in dem Hotel bleiben liebes Programm checke ob hier das Hotel günstiger wird oder mir ist nur die Gegend wichtig, sei es Stadtteil Innenstadt im drei Sterne Level und das machen die alles. Jetzt könnte der Hotelier natürlich sagen: Um Gottes Willen, was kommt da jetzt auf mich zu oder ich sag mir einfach, das ist der Lauf der Zeit ich gehe da mit. Und somit will ich auch sagen diese ganze Geschichte der Markt, der hat so ein Speed angenommen ich habe da nichts bei. Ich bin vor sechs Jahren eingestiegen, als es Booking schon gab, aber ich merke ja grade wenn ich mit älteren Hoteliers gesprochen habe. Oder bei mir ist es immer so, wenn ich nach DEHOGA Tagungen immer deren Bericht bekomme, dann lese ich mal deren Protokoll durch worüber die dann immer gejammert haben: Oh Booking ist ja so böse und die nehmen jetzt fünfzehn Prozent. Weil die waren es halt gewohnt 30 Jahre lang ihr Fax an das Reisebüro zu schicken und zehn Prozent zu kriegen und jetzt ist Booking so böse. Und jeder Kollege entscheidet ja selber, ob sie mit Booking arbeiten oder nicht, sie müssen ja nicht. Das die darüber aber mittlerweile 50, 60 Prozent ihrer Umsätze machen, was in vielen Hotels inzwischen so ist, das ist euer Baby, ja. Du musst halt den Speed haben. Ich kann mir auch vorstellen wenn man vor 30 Jahren in der Hotellerie angefangen hat und man kommt jetzt mit so 55 in diesen Speed rein und das ist ja eine industrielle Revolution die wir hier haben, das kannst du nicht mehr mitmachen. Wir nutzen das ganz praktisch, wir nutzen das zu unserem Vorteil aus. Sei es die ganze Preisgeschichte, sei es das ganze Interagieren. Bei uns ist es zum Beispiel wir passen teilweise fünf Mal am Tag den Preis an, zwar händisch das können zwar mittlerweile auch schon ein Programme, aber ich sag mal in diesen Momenten sind wir als Mensch noch schlauer. Bei uns macht darf das auch jeder Rezeptionist, bei uns gibt es keine Reservierungsabteilung, bei uns sitzen da hinten Nicole und ich. Und ich bin die Verkaufsabteilung, ich bin die Einkaufsabteilung, das ist alles klein gehalten. Das sind eher so Punkte, wo die ganze Hotellerie eher umschwenken muss. Ich will denen jetzt keinen Hinweis geben, aber ich glaube das Ganze hat so eine hohe Dynamik, das es sich viel mehr auf alle Mitarbeiter verteilen muss. Das ich nicht mehr sagen muss, eir haben jetzt eine Reservierungsabteilung die Arbeiten von 8-17 Uhr, so war es ja

immer. Das haben ja jetzt noch manche Hotels, wenn dann so Testanrufe gemacht werden und man möchte 10 Zimmer buchen, dann wird gesagt, die Reservierungsabteilung ist morgen erst wieder da. Dann denkst du, Ok, über Booking.com kann ich das auch buchen. Die müssen 24h erreichbar sein. Jeder Mitarbeiter kann hier [sein Hostel] verkaufen, jeder Mitarbeiter kann Preise mit festlegen. Denn der typische Fall ist ja auch, was kostet der Preis heute, heute kostet wir 99 € weil Messe los geht ist, aber wenn nachher noch ein paar Zimmer frei haben und es rufen noch Business Gäste an, und die Fragen nach dem Preis für heute, mit 99€. Dann sagen die, habe ich auch bei HRS gesehen, aber bei HRS zahlst du ja 12 %. Also wenn ich jetzt über HRS buche, kriegst du ja nur 87 €, so ticken ja Geschäftsleute. Und dann sagt der Mitarbeiter, alles klar, ich biete dir 92€. Machen wir die Mitte. Er hat ein bisschen, ich gebe ihm nicht alles, dann kann er auch bei HRS buchen. Und dann ist er überrascht, über die Entscheidungsgewalt des Mitarbeiters. Dieser Speed muss kommen, diese klassischen Sachen die die Hotels noch machen. Da ist der Rezeptionist, dahinter der Frontoffice-Manager und dahinter der Reservierungsmanager, nicht einmal der Frontoffice Mitarbeiter darf in der klassischen Hotellerie verkaufen. Und dann ist das so, wenn ich sagen 10 Zimmer für 100 €, dann müssen erst drei Leute gefragt werden, die dann aber erst morgen wieder da sind. Diesen Speed müssen wir haben, wir müssen genauso schnell wie das Internet sein. Denn der Kunde bucht da, wo es am schnellsten ist. Ich kann nicht sagen, ich will gegen Booking.com arbeiten, ich arbeite mit ihnen, aber das ist nicht meine Präferenz. Meine Präferenz ist es immer ohne alle zu arbeiten. Das sage ich denen auch ganz offen, wenn die bei mir ankommen, das sind oft so nette, junge Damen und dann sitzen wir hier beieinander und dann fragt was sie noch für uns tun kann? Dann sage ich, gar nichts. Mein Ziel ist es ohne euch zu arbeiten. Das ist nicht gegen Booking.com gemeint, das hören die nie und sind entsetzt, was ich denn gegen Booking.com hätte, dabei habe ich nichts dagegen. Aber Ihr seid doch nicht förderlich. Die verkaufen mir Zimmer soweit gut, aber mein Endziel ist es, dass ich alles alleine verkaufe. Mein Endziel ist es das ich Null Umsatz mit Booking.com mache. Das hören die nie, so Sätze, und denken, dass ich ein Drittel mit denen mache und dann muss ich dann zustimmen. Dann sagen die: Ja aber das ist ja schon super, andere Hotels machen 50, 60 % mit denen. Und dann sage ich, ja, aber mein Ziel ist Null. Weil meine Rezeption muss besser sein als euer System. Die werden auch immer besser, ich habe auf meinem Handy die Booking.com App, um zu schauen was die machen, die sind sensationell gut. Ich muss zu meiner Schande sagen, wenn ich in spezielle Länder fahre, so wie z.B. Nepal, dann habe ich auch über Booking.com gebucht. Da habe ich dann mehr vertrauen, mit Kreditkartendaten Übermittlung, bevor ich dann eine Mail an ein kleines Hotel schreibe. Weil die sensationell gut sind. Wie schnell die mir einen Preisvergleich einer Stadt anbieten, das ist Wahnsinn. Wann man inzwischen diese Booking.com App sieht, wo man innerhalb von Sekunden die Sortierung von einer Stadt sieht, das ist sensationell. Und da sage ich immer, Leute wir müssen schneller als die sein, oder wir müssen am Ende die sein, die noch Preisreduktion geben können, am Ende interessiert das den Menschen. Wir können das, was Booking.com nicht kann. Booking.com kann keine Kinderbetten buchen, nicht so richtig Parkplätze buchen, das können die irgendwie nicht. Das sind dann unsere Features. Wenn die dann ankommen hier im Hostel und sagen ich hätte gern ein Doppelzimmer und eine Parkplatz und wir dann sagen müssen, wir haben keinen mehr. Und dann nachschauen wann die gebucht haben, und die vor vier Wochen gebucht haben, da hätten Sie noch einen Parkplatz bekommen wenn Sie über uns gebucht hätten. Ich darf nicht sagen Booking.com ist schlecht, das darf ich nicht. Booking.com kann mir ja auch Tester schicken, tun die auch. Und ich kann nicht sagen Booking.com ist Mist, da würde die

sagen, Hallo Kollege, wir haben ein Geschäftsverhältnis, das darfst du nicht. Und wenn ich dann dem Kunden sage, wenn Sie direkt bei uns gebucht hätten, hätten sie auch einen Parkplatz bekommen. Oder dann kann man Zimmerwünschen angeben oder. Wir müssen die guten Tools dieser Pages, auch wenn wir jetzt über Internetmarketing reden, übernehmen und das mit den guten individuellen Fähigkeiten kombinieren. Denn ganz am Ende entscheidet der Mensch auf dieser Sympathie, Empathie Ebene. Wenn du am Ende des Urlaubes nach Hause kommst und du reflektierst darüber was du mitgenommen hast aus dem Urlaub. Du hast das Hotel transportier, du wird aber auch zu 100% mitgenommen haben wenn du bei der Begrüßung einen Sektempfang hattest. Oder du gratis Obst am Stand bekommst, weil es so heiß ist. Das Überraschende, Unerwartete wirst du mitnehmen. Das sind z.B. die Tools die Robinson macht, diese Überraschungsaktionen. Das ist dieser emotionaler Wert, das ist was beim Gast ankommt und das kann nie eine Plattform bieten. Und das ist ein Hauptfeature, das werden die Ketten nie bieten können. Bei uns z.B. darf jeder Mitarbeiter den Gast so hoch einladen wie er will. Wenn ein Mitarbeiter meint, dieser Gast hat jetzt ein, zwei gratis Kölsch verdient, weil die Anreise so problematisch war. Dann hat der Mitarbeiter auch Recht, wenn das in diesem Fall sinnvoll war. Eingesetzt hat man nur ein paar Cent für die Bierflasche, aber was man dann für ein strahlen vom Gast zurückbekommt. Das ist es wert. Also wenn er dann sagt, wir hatten ja über Booking.com gebucht, möchten aber beim nächsten Mal das gleiche Zimmer nochmal haben, dann sollen die uns doch bitte direkt anschreiben. Und so funktioniert es nun einmal. Mit dieser Fähigkeiten Kombination, dann kann man super in der Hotellerie leben, einfach beide Werkzeuge miteinander kombinieren. Dann funktionier das.

11.3 Transkription: Berufsständige Körperschaft

(Hatte Interviewfragen im Vorfeld angefordert)

Datum: 24.09.2015 Ort: Köln Organisation: Berufsständige Körperschaft

Mitgliederanzahl (nur Beherbergungsbetriebe): ca. 17.000 Tourismuswirtschaft ist nicht klar

abgegrenzt, von 150.000 Alter: 39

Position: Leiter Tourismuswirtschaft und Gesundheitswirtschaft

- I: Wann haben Sie zuerst vom Begriff Share Economy oder Airbnb gehört?
- E: Ich habe wirkliche überlegt, als ich die Frage gelesen habe. Ich weiß es nicht exakt, aber es ist ein paar Jahre her.
- I: Können Sie die Grundgedanken der Share Economy in eigenen Worten wiedergeben?
- E: Prinzipiell geht es darum eher zu teilen als zu besitzen. Das ist ein Grundstein in der Geschichte. Und zu nutzen was andere schon haben, wenn man es selber nicht gerade braucht als Eigentümer oder Besitzer. Es weiterzugeben und spezielle jetzt auf die Reisewirtschaft bezogen, einzutauchen als "Local" in einem Gebiet. Das ist ja sonst in einen Hotel nicht so das Gefühl. Dort ist man eher separiert und als Tourist erkennbar und so lebt man in einem Stadtviertel in einer Wohnung, wie diejenigen die dort auch sonst wohnen.
- I: Können Sie das Geschäftsmodell von Airbnb in eigenen Worten erklären?
- E: Prinzipiell ist es so eine Art Marktplatz, um private Zimmer zu vermitteln, zu vermieten.
- I: Sie auch schon einmal selbst mit Airbnb oder ähnlichen verreißt?
- E: Ehrlich gesagt nein. Aber nicht, weil ich prinzipiell etwas dagegen habe, sondern weil es sich noch nicht ergeben hat. Ich habe noch keine privaten Erfahrungen gemacht.

I: Was können Sie sich den vorstellen, warum ein Tourist Airbnb nutzt und nicht ein Hotel z.B.?

- E: Ich glaube es gibt viele, verschiedenen Gründe je nach Person. Ich kann mir preisliche Aspekte vorstellen. Ich kann mir vorstellen dass es durchaus darauf ankommt, mehr als "Local" in einer neuen Stadt unterwegs zu sein, sich in einem Viertel einbringen. Auch private Kontakte knüpfen zu Personen die dort in der Stadt wohnen. Solche Motive könnte ich mir vor allem vorstellen.
- I: Wenn Sie mit Vertreter aus der Tourismusbranche reden, was hören Sie dort für Reaktionen wenn es um das Thema Airbnb geht?
- E: Sehr unterschiedliche. Ich glaube das man sich nicht davor verschließen kann oder sollte. Natürlich ist in Teilen der etablierten Hotellerie, der Beherbergungswirtschaft, erst mal so eine Haltung zu spüren, Ok was ist das, da kommt was neues auf. Wie gehen wir jetzt damit um? Teilweise ist auch eine Art Verunsicherung da. Der man sich aber stellen muss, auf die man reagieren muss. Weil es einfach nicht rückgängig zu machen ist, da anscheinend die Nachfrage auch da ist. Von daher ist es eine Herausforderung für die Beherbergungsbetriebe damit umzugehen. Was aber geklärt werden muss, was meiner Meinung auch ein Aspekt ist, der noch offen ist, wie sind die rechtlichen Bedingungen für die einzelnen Angebote. Es kann natürlich nicht sein, das in einem Umfang, der doch irgendwo gewerblich ist, etwas entsteht, was Vorteile anderen Betrieben, Betreibern gegenüber hat. Stichwort Baurechtliche und Gewerberechtliche Vorgaben. Das ist auch ein Aspekt mit dem wir uns sehr stark beschäftigen. Da wir eine sehr starke Nachfrage an uns verzeichnen konnten, von Vermietern privater Zimmer. Die ggf. Probleme mit dem Ordnungsamt der Stadt Köln bekommen, die dann uns fragen, das ist doch keine Zweckentfremdung usw.. Das ist nicht ganz so einfach, da gibt es vers. Aspekte, da muss der Einzelfall betrachtet werden. Da haben wir jetzt eine Erstinformation erstellt. Was ist bei der Vermietung von Ferienwohnung oder der Vermietung Privatzimmer zu beachten. Wo gibt es Abgrenzungen, wann ist es gewerbliche wann ist es reine Vermögensverwaltung. Das ist ein komplexes Feld, das kann ich Ihnen auch gerne mitgeben.
- I: Das ist sehr lieb, sehr vielen Dank.
- E: Wir haben uns jetzt damit beschäftigt auch aus vers. Rechtsgebieten, wie gesagt, Gewerberecht, Baurecht, Steuerrecht da haben wir die Experten zusammengeholt und die Aspekte die es zu klären galt, aufgeschrieben. Das ist bei Beherbergungsbetrieben vor allem der Brandschutz, das ist bei Privatzimmer ja nicht immer gegeben. Und je nachdem welche Ausmaße das dann annimmt, ist das eine Benachteiligung von etablierten Modellen zu spüren. Aber Airbnb ist ja nur die Plattform, der Marktplatz, die machen ja keine eigenen Vermietungen.
- I: Sie haben ja gesagt, dass eine Verunsicherung herrscht, haben sie auch gehört von vers. Mitgliedern, das gesagt wird, dass müssen wir verbieten?
- E: Also wie gesagt, wenn die Rahmenbedingungen für alle gleich sind, das wurde moniert (kritisiert). Die Rahmenbedingungen scheinen momentan noch nicht gleich zu sein. Das scheint ein Konstrukt zu sein, man sieht es ja auch bei Über, dem Taxidienstleister. Es kommen neue Wettbewerber an den Markt, die vielleicht auch einen Markt neu definieren oder neue Kräfteverhältnisse etablieren. Da ist der Gesetzgeber meistens erst einmal in einer reaktionären Hinsicht tätig, das er erst einmal schaut, was kommt dann da, und dann müssen wir reagieren. Das ist natürlich mir Verzögerungen verbunden, deshalb gibt es immer eine Phase des Umbruchs. Und ich glaube das hier gerade auch der Fall. Das man erst schauen muss welche Angebote hier stattfinden, was ist die Geschäftstätigkeit usw. Und wie kann man da einen Ausgleich schaffen zu denen die, für die es klare Regeln gibt. Wie kann man klare

Regeln schaffen, dass dort gleiche Rahmenbedingungen herrschen. Das dort keine Wettbewerbsverzerrung durch mangelnde Stränge gesetzliche Regelungen entstehen.

- E: Und wann glauben Sie wird von der Politik reagiert, das Regulierungen angepasst werden oder ähnliche Maßnahmen erfolgen?
- I: Gut, das ist ja auch ein Teil unserer Arbeit, das wir schauen. Gibt es dort Wettbewerbsverzerrung, gibt es Benachteiligung für regionale Wirtschaftsbetriebe und dann auch entsprechende Positionspapiere, Stellungsnahmen abzugeben. Wenn es da entsprechend dann ersichtlich ist, das dort Nachteile bestehen, dann hoffe ich auch das entsprechende reagiert wird.
- I: Können Sie sich vorstellen, dass für Köln als touristische Destination Vorteile durch Airbnb entstehen?
- E: Es ist natürlich erstmal auch eine Vertriebsplattform, je mehr Menschen ihre Zimmer in Köln anbieten, desto höher ist natürlich auch die Wahrscheinlichkeit das Personen über diese Plattform nach Köln kommen. Ob es jetzt zusätzliche Menschen sind oder ob es eine Verschiebung ist, von Beherbergungsbetreiben zu solchen Angeboten hin. Aber bei Personen die sowieso nach Köln gekommen wären wird es sicherlich auch geben, aber es gibt sicherlich auch einen größeren Teil, da kenne ich leider keine genauen Zahlen und kommen dann vielleicht auch zusätzlich in die Stadt. Ja, es ist eine Plattform über die man Aufmerksamkeit für den Standort generiert.
- I: Wenn würden Sie als direkten Konkurrenten von Airbnb in der Tourismusindustrie deklarieren?
- E: Also direkten Konkurrent, es ist ja wirklich ein neues Geschäftsmodell. Das macht ja auch die Stärke dieses Angebots aus, dass sie eine Marktlücke gefunden haben und sich an eine Zielgruppe richtet die da auch sehr aktiv ist. Ferienhausanbieter, Ferienwohnungsanbieter sind natürlich betroffen, dann gibt es eine Schnittstelle zu Beherbergungsbetrieben, weil es um die Beherbergung von Gästen geht. Aber direkte Konkurrenz, das weiß ich nicht.
- I: Das z.B. kleinere Betriebsformen durch Airbnb vom Markt verdrängt werden?
- E: Das kann immer passieren. Das ist ein zusätzliches Angebot und es gibt ja nur eine Gesamtgrundmenge aus der geschöpft werden kann. Desto mehr Anbieter am Markt sind auf desto mehr teilt sich die Nachfrage dann auf. Wichtig wird sein, dass die etablierten Beherbergungsbetreibe schauen, wie Sie damit umgehen. Ob sie vielleicht eine Chance daraus ziehen, ihre Serviceleistungen, die sie unbestritten haben, in den Vordergrund stellen. Deutlich machen was für Vorteile hat man wenn man in einem gewerblichen Beherbergungsbetriebt geht. Aber auch lernt von Vertriebsstrategien, Bekanntmachungen, virales Marketing oder wie man das nennt [Word of mouth], weiter erzählen oder wie ich an die potentiellen Gäste rangehe. Wie kann ich mich präsentieren, ich glaube da kann man viel lernen, das ist eine große Chance.
- I: Als von dem Marketingkonzept lernen?
- E: Ja Kommunikation, Marketing wie setze ich neue Medien ein etc.
- I: Das man es wieder mehr in den Vordergrund stellt und sagt wir sind auch Gastgeber und persönlich?
- E: Ja und vielleicht auch versucht, vers. Aspekt zu integrieren. Wie z.B. wie kann ich mich in einer Stadt heimisch oder als Einheimischer fühlen für kurze Zeit, so einen Aspekt in die Überlegung mit aufnimmt. Das man schaut, als Beherbergungsbetrieb, wie kann ich meinen Gästen auch so einen Mehrwert bieten. Habe ich Einheimische die meinen Gästen Tipps geben können. Kann ich so eine Karte mit Tipps von Einheimischen für Gäste präsentieren. Da gibt es in Berlin viele interessante Geschichten. Das man überlegt, was sind die Vorteile einer solchen Plattform, warum wird die so stark nachgefragt und zu schauen was kann ich vielleicht abschauen für mein Geschäftsmodell. Es ist ein anderes Geschäftsmodell aber prinzipiell kann man

ja immer Innovationen mit aufnehmen und man kann schauen was andere machen. Ist das für mich auch eine sinnvolle Möglichkeit mich weiterzuentwickeln. Ich denke da ist auch sehr entscheidend. Auf Abwehrhaltung zu gehen das bringt meiner Meinung nach nichts, zu sagen, "oh die nehmen uns Gäste weg". Für den Standort selber ist es immer eine Bereicherung, aber wie gesagt gleiche Rahmenbedingungen für alle. Für die Betriebe als Apell, schaut was man daraus lernen kann.

- I: Bei den Rahmenbedingungen, Sie haben eben Baurecht erwähnt, wo sehen sich noch gravierende Unterschiede?
- E: Gewerberecht. Ab wann ist es gewerbliche, ab wann ist es eine reine Vermögensverwaltung einer Immobilie eines Besitzes. Dann haben wir Hygienerechtliche Fragen, je nach dem was angeboten wird als Service, das müsste man auch klären. Und steuerrechtlich natürlich.
- I: Können Sie sich vorstellen, dass der Verbraucher Nachteile erfährt wenn er mit Airbnb bucht?
- E: Ja, also sicherheitstechnisch sind Beherbergungsbetriebe gewerblicher Art natürlich anders überprüft als eine Privatwohnung oder ein Haus. Darüber hinaus spielt Brandschutz eine wichtige Rolle, wobei es bei Vermietungen von Wohnung auch bereits Vorgaben gibt für den Brandschutz, dass man Rauchmelder installiert usw.. Aber das können solche Aspekte sein. Man hat nicht diese Möglichkeiten zusätzliche Services in Anspruch zu nehmen, vielleicht möchte man das auch nicht. Das will ich nicht abstreiten. Man greift natürlich auf eine weniger professionalisierte Infrastruktur zurück. Auch was vielleicht Unterstützung vor Ort angeht, man hat keine Ansprechpartner vor Ort, wenn jetzt nicht die Besitzer mit in der Wohnung wohnen. Also da gibt es jetzt wirklich keinen wo man sagt, da habe ich jetzt einen Nachteil, klar.
- I: Und auf der anderen Seite, was für Vorteile hat der Verbraucher?
- E: Ja, man ist vielleicht an Standorten wo man in einem Hotelbetreib nicht unbedingt wäre oder man hat Kontakte zu Einheimischen die man im Hotel vielleicht nicht bekommt. Man kann wirklich mehr in dieses Stadtviertel eintauchen, indem man dort auch nächtigt. Man bekommt natürlich auch Einblicke in private Räumlichkeiten, die man sonst nicht erhält. So könnte ich mir jetzt die Vorteile vorstellen. Man hat preisliche vielleicht auch eine andere Dimension, teilweise.
- I: Können Sie sich vorstellen, Sie hatten ja auch eben Uber erwähnt, das gegen Airbnb rechtlich vorgegangen wird und versucht wird das zu verbieten?
- E: Ich kann mir, wie schon gesagt höchstens vorstellen, wenn die Rahmenbedingungen nicht gleich sind. Wenn man es so einschätzt das jemand ungerecht behandelt wird, das dann auch jemand gegen vorgehen könnte. Das weiß ich nicht, aber könnte ich mir vorstellen. Dass es darum geht bestimmte Vorgaben auch auf Airbnb Angebote darauf zu übertragen, nicht die Plattform an sich zu verbieten. Wenn man sagt, für den gilt Brandschutz, dann muss das für den auch gelten, Fluchtwege oder was auch immer.
- I: Würden Sie sich wünschen das von Airbnb mehr darauf hingewiesen wird, das in Köln Bettensteuer gezahlt werden muss?
- E: Abgabenschuldner ist ja der Gast, nicht der Hotelbetreiber oder der Betrieb. Das ist eine rechtliche Frage. Da ist immer die Frage ob das jetzt gewerblich betrieben oder nicht. Sobald es gewerblich betrieben wird, ist jeder Beherbergungsbetreib verpflichtet diese Bettensteuer, als Steuergehilfe der Stadt Köln von den Gästen einzuziehen. Wobei wir als [NAME] sagen, die Kulturförderabgabe ist nicht das richtige Mittel Weil es nicht zweckgebunden ist, sie fließt in den allgemeinen Haushalt der Stadt Köln, ich weiß nicht was mit den Gelder passiert. Es wird nur eine Branche belastet, es profitieren aber weit mehr Branchen vom Tourismus. Das sind so ein paar Aspekte die uns nicht gefallen. Aber wer dann veranlagt wird, ist durch das Satzung geklärt, das

- sind die Gäste der Stadt, die die gewerblichen Beherbergungsbetriebe dann abziehen müssen im Namen der Stadt.
- I: Und die Wohnraumschutzsatzung wie sinnvoll erachten sie das?
- E: Das ist teilweise natürlich schon sinnvoll. Da Wohnraum in erster Linien dafür da ist, das Menschen die hier wohnen eine Wohnung haben. Wir haben auch schon von Fällen gehört, dass es ausartet. Hier wird Wohnraum in zentraler Lage umgewandelt in Gästezimmer, in großem Ausmaß. Da hat die Stadt auch ein Recht zu sagen, das ist hier für die und die Nutzung notwendig. Gerade bei den Mietpreisen in Köln nicht verkehr. Es ist auch eine rechtliche Frage, die aus meiner Sicht noch nicht ganz eindeutig geklärt ist. Weil auch wir Gerichtsurteile kennen, wo gesagt wird private Zimmervermietung an Gäste in einem gewissen Ausmaß, ist nichts anderes als eine Wohnnutzung und da gibt es auch Urteile. Deswegen muss man da rechtliche klären was ist Wohnnutzung was ist nicht Wohnnutzung. Aber prinzipiell, vor allem wenn es gewerblich ist, ist es schon in Ordnung wenn man sagt, dass ist hier nicht zulässig.
- I: Können Sie sich vorstellen das die Tourismusbranche an sich von den Grundsätzen der Share Economy noch lernen kann?
- E: Ja, das war was ich am Anfang schon einmal kurz angesprochen hatte. Prinzipiell, innovativ muss man immer sein, man muss sich auch weiterentwickeln. Und anscheinend ist bei gerade jüngeren Generationen, dort eine starke Nachfrage vorhanden und Angebote fallen auf fruchtbaren Boden. Da zu schauen, wie ich gesagt hatte, was passt davon auf mein Geschäftsmodell, kann ich davon adaptieren, was kann ich übernehmen, was mich dann wieder nach vorne bringt, das ist immer ratsam.
- I: Glauben Sie das es Airbnb in 5-10 Jahren noch geben wird?
- E: Ja. Also ob es in der Form wie es jetzt ist, das weiß ich nicht. Aber da gehe ich stark von aus. Aber das sich Angebote in der Form weiterentwickeln, da tut sich ja auch viel und es entwickelt sich alles ungemein schnell. Aber ich denke schon dass es solche Angebote weiterhin geben wird.
- I: Und wenn sich z.B. die gesetzlichen Regulierungen nicht anpassen sollten, dann auch noch?
- E: Das ist dann rechtlich zu klären. Die Vorteile die es bisher gibt, wenn es dann Vorteile sind, das muss jeder für sich entscheiden, ob er den Vorteil als Vorteil sieht und sich für das Angebot entscheidet. Die Beherbergungsbetriebe die es bis her gibt, da nicht entsprechend reagieren und ihre Vorteile nutzen, warum nicht.

11.4 Transkription: Verband 2

Datum: 06.10.2015 Ort: Köln Verband Mitgliederzahl: Region Düsseldorf und Köln, ca. 7.000 Betriebe, überwiegend gastronomisch, davon 1.500 Hotelbetriebe, in Köln insgesamt 1.200, davon 350 Hotelbetriebe (reines –Hotel, Hotel garni, keine Kliniken, Jugendherbergen) Alter: 53 Gegenwärtige Position: Geschäftsführer, Regierungsbereich Köln

- I: Wann haben Sie zum ersten Mal vom Begriff Share Economy oder Airbnb gehört?
- E: Das ist schon einige Jahre her, eigentlich sehr lang her. Bestimmt schon zehn, 15 Jahre. Jetzt aber fern ab von Airbnb und so. Das Thema, Zimmervermietung durch Privatpersonen, wir reden jetzt ja nicht von weiteren Begriff Share Economy, sondern bezogen auf die Hotellerie. Bei uns ist das Thema kein neues, sondern ein älteres. Gerade am Messestandort Köln, weil hier immer schon, Private Leute ihre Zimmer an Messegäste oder Studenten, Universitätsstadt ist wir ja auch, untervermietet haben. Der Wettbewerb war schon immer da und hat zum Teil die Hotellerie in Teilbereichen bewegt, zu mindestens in Teilbereichen nicht großflächig Das war immer unterschwellig ein Thema mit der Privatvermietung von Zimmer. Dürfen die das und

wie geht das? Dann gehen die immer alle ein und aus und mein Hotel steht leer. Zehn bis 15 Jahre begleitet und das Thema schon, allerdings nicht in dem Ausmaß wie es sich in den letzten zwei bis drei Jahren entwickelt hat.

- I: Und wann haben Sie von Airbnb zum ersten Mal gehört?
- E: Durch meine Kinder, die gesagt haben, wir buchen jetzt über Airbnb und ich nachfragen musste was das ist. Vorher kannte man diese Monteurs Plattform Wimdu, das man darüber Zimmer bucht. So fünf Jahre ist das her.
- I: Können Sie die Grundgedanken der Share Economy wiedergeben?
- E: Eigentlich ist es ein guter Grundgedanke. Ressourcen die man für sich selber nicht braucht mit anderen teilen, und so die Umwelt und die Ressourcen insgesamt schonen. Auch gleichzeitig dadurch in Kontakt mit anderen Menschen kommen, sich gegenseitig austauschen. Das ist ein Geben und Nehmen auf beiden Seiten. Das ist nach meiner Meinung der Grundgedanke der Share Economy. Ein durchaus positiver Grundgedanke der dort hinter steckt.
- I: Können Sie das Geschäftsmodell von Airbnb in eigenen Worten erklären?
- E: Airbnb ist eine reine Vermittlungsplattform, das ist nichts anderes was andere gewerbliche Plattformen auch machen. Mich erstaunt das Airbnb immer so hoch gelobt wird, Airbnb ist eigentlich nichts. Da stecken große Geldgeber hinter die Millionen reinstecken und die dort Kohle machen wollen, Die haben mit Share Economy nichts mehr zu tun, die wollen Geld verdienen und das machen die auf eine sehr gute und einfache Art und Weise. Die vermitteln einfach nur Zimmer oder Wohnraum, treten auch nur als Vermittler auf. Haben sonst mit der ganzen Sache nichts zu tun. Das machen die genauso wie Booking oder HRS auch, die speziell für Hotelzimmer sind. Deswegen wundert es mich immer das Airbnb so "leuchtet am Himmel" dargestellt wird, als großartiges Vorbild der Share Economy. Für mich ist Airbnb nur ein klassischer gewerbebetreibender, der eine Marktnische gefunden hat unter dem Stichpunkt der Share Economy ein Produkt verkaufen kann und damit auch noch viel Geld verdient.
- I: Würden Sie selber Airbnb nutzten, um privat damit zu verreisen?
- Ich habe mir das schon mal angeschaut. Einmal natürlich beruflich bedingt, aber ich E: habe auch mal privat reingeschaut. Vielleicht bin ich zu alt dafür. Weiß ich nicht, obwohl das sicherlich eine Mentalitätsfrage ist. Es kommt darauf an. Das Problem ist, wenn sie sich Airbnb in Köln heute mal anschauen, ich habe jetzt heute aktuell nicht reingeschaut, aber dann werden die damit "5.000 Zimmer sind heute frei". Jetzt schaut man sich aber mal die Bilder an, was dort tatsächlich angeboten wird. Und dann wird von der Bebilderung klar, dass das Ganze mit Share Economy nichts mehr zu tun. Deswegen sind auch die Anbieter auf die gewerbliche Seite gewechselt. Da will keiner mehr eigenen Wohnraum mit anderen teilen, sondern ganz offensichtlich wird, und das ist die Grundproblematik die wir jetzt Köln seit zwei drei Jahren feststellen, hier wird tatsächliche Wohnraum umgewandelt zur Fremdvermietung. Es werden ganze Wohnungen leergeräumt, in Apartments umgewandelt und rein zur Zwecke der Fremdvermietung vermietet. Da wohnt kein Privatmensch mehr, auf den Bildern von Airbnb sieht man keine privaten Sachen mehr, keine Zahnbürste z.B.. Das ist alles hergerichtet wie Hotelzimmer oder aufgemacht wie Hotelzimmer. Insofern verwundert es nicht, dass vermehrt Geschäftsleute über diese Plattform buchen, weil es vermeintlich günstiger ist. Betonung auf vermeintlich. Was ich mir persönlich mal angeschaut habe, das fand ich nicht prickelnd günstig, um sagen zu können, ich gehe dorthin anstatt ins Hotel. Dort habe ich einen Rundumservice, da weiß ich wo ich bin und bin nicht in so einer Privatwohnung.
- I: Was können Sie sich vorstellen ist der Grund warum andere Personen über Airbnb buchen?

E: Ich gebe mal das wieder was meine Kinder sagen. Die sagen, sie haben zum Teil Glück gehabt und waren mitten in den Städten untergekommen sehr zentral, für einen für unsere Verhältnisse günstigen Preis. Haben eine Wohnung für sich, können kochen und alles machen. Und müssen abends nicht zum Essen raus gehen, das sind sicherlich auch Punkte die dort hinein spielen. Die machen das sicherlich am Preis und den dort angeboten Wohnungen fest. Die gefallen denen und haben eine zentrale Lage. Aber es war nie so, dass sie irgendwo mitgewohnt haben, als Zimmeruntervermietung, sondern hatten eine Wohnung für sich alleine.

- I: Haben Sie Zahlen vorliegen, wie viele Wohnungen in Köln extra umgewandelt werden?
- E: Das ist das große Problem. Es ist ein grauer Markt, den niemand eigentlich erfasst, den auch die Stadt Köln nicht erfasst oder andere Städte. Man versucht das ja jetzt über entsprechenden Satzungen und Verordnungen das in den Griff zu bekommen und herauszufiltern wer was macht. Die Grundproblematik ist die, wenn ich Airbnb aufrufe, vermieten "Peter, Lukas und Monika" irgendwelche Zimmer oder Wohnungen. Man weiß aber gar nicht wer "Monika" ist. In den wenigsten Fällen ist dort eine genaue Adresse hinterlegt, die bekommt man erst wenn man bucht und dann bekommt man einen Kontakt. Über den Kontakt kann man herausfinden wer dann der Vermieter ist. Ich will auch gar nicht verhehlen, das es inzwischen auch Hotels gibt, die Apartments innerstädtische anbieten die auch weiterhin über das Hotelgeschäft über Airbnb verkaufen. Insofern, der ursprüngliche positive Grundgedanke der Share Economy der greift hier gar nicht mehr, sondern das ist in großen Teilen ins kommerzielle abgerutscht. Man beruft sich auf den positiven Grundgedanken, und sagt wir tunen etwas Gutes und viele Leute die mit diesem Glauben an die Sache herangehen und deswegen buchen, treffen dann aber auf kommerzielle Anbieter. Es gibt in Köln eine Interessensgemeinschaft Altstadt IG Altstadt, die das Thema sehr hart und intensiv angeht, da sie es als unerträgliche Belastung ansieht was dort teilweise in Köln passiert. Die finden auch nicht heraus welche Wohnungen durch wen vermietet werden, sondern merken das in zunehmenden Maße Fremdpersonen aus aller Herren Ländern in den Mietwohnungen untergebracht sind. Entsprechend Lärm und Müll produzieren, die Anwohner die dort dauerhaft sind, belästigt werden. Das ist für die Interessensgemeinschaft nicht weiter so tragbar ist, deswegen versucht man Einfluss auf die Politik zu nehmen um das Thema einzudämmen, verhindern wird man es nicht. Die Problematik ist genau die, die ich gerade geschildert habe. Die sind hingegangen und haben Probebuchungen vorgenommen, um zu schauen wer dahinter steckt. Sind dann dahingekommen, das es z.T. private Vermieten sind aber auch reine Investoren Gesellschaften sind, die Apartments ankaufen und auf diesem Wege vermieten.
- I: Was hören Sie da sonst noch für Reaktionen von Mitgliedern in Bezug auf Airbnb?
- E: Das sind jetzt keine Mitglieder, das sind keine Hoteliers, das sind Privatleute in der Kölner Innenstadt die sich dort zusammen getan haben. Die inzwischen mobil machen gegen Airbnb und sagen das nimmt überhand. Ich nenne jetzt mal meinen Sohn als Beispiel der in Berlin Kreuzberg wohnt, in einem schönen Altbauhaus. Der stellt auch fest, dass die Wohnung über ihm permanent fremdvermietet wird und am Wochenende laute Partys gefeiert werden und plötzlich Müll im Treppenhaus liegt. Aber keiner fassbar ist, der dafür verantwortlich ist was dort passiert. Das sind sicherlich Schattenseiten, die werden nicht überall so sein, aber das sind negativ Beispiele. Und die Grundproblematik ist die, dass es keinen Verantwortlichen oder Ansprechpartner dafür gibt. Ich bin noch gar nicht bei der Hotellerie und bei dem Wettbewerb, sondern einfach bei den Auswirkungen die dieses Thema, durch das Wachstum das es jetzt erfahren hat, auslöst. Weil viele Menschen jetzt dort das schnell verdiente Geld für

sich vermuten und auf den Zug aufspringen. Teilweise ihre Wohnung leerräumen und selber in ein kleineres Zimmer ziehen, oder Wohnungen ankauft, wer es sich leisten kann und diese dann bewusst fremdvermietet. Nicht als Wohnraum, sondern reinweg zur Kurzvermietung.

- I: Wobei das ja auch nicht mehr so einfach ist, aufgrund Wohnraumschutzsatzung.
- E: Ja gut, das ist immer so schön wenn das irgendwo steht. Da sind wir wieder bei der Frage der Kontrolle, wer kontrolliert das denn. Ich habe mit dem Kölner Ordnungsamt gesprochen, die sagen dass sie es nicht kontrollieren können. Wir haben in Köln ein schönes Thema seit einigen Jahren, die sog. Kulturförderabgabe, die ja auch bundesweit in vielen Städten jetzt Furore macht. Das ist auch so ein Thema was wir mit dem Steueramt besprechen. Die sagen auch, wie sollen wir an die ran kommen, wir wissen ja gar nicht wer das ist. Die Hotels die sind alle gemeldet, die schreiben wir an schicken einen Steuerbescheid. Aber wenn schicken wir denn den Steuerbescheid für "Sabine, Klaus und Markus", wir wissen ja nicht einmal wo sich dieses Objekt befindet. Geschweige denn, was genau und für welchen Preis und an wen er dort vermietet? Melderechtlich passiert da nichts. Wir wissen nicht wer sich dort aufhält oder wer überhaupt der Vermieter ist. Sie können wunderbare Verordnung oder Satzungen erlassen, die Frage ist aber, wie ich die kontrolliere? Im Augenblick ist das Thema nicht kontrollierbar. Erstaunlich ist, das in San Francisco, dort wo Airbnb ursprünglich her kommt oder New York, die haben begriffen, das Ihnen dort viel Geld durch die Lappen geht, und haben entsprechenden Regelungen erlassen, das eine Meldepflicht besteht. Jeder der dort Wohnungen anbietet muss sich vorher melden.
- I: Wäre das auch ein mögliches Konzept, was auch in Deutschland oder hier in Köln funktionieren würde?
- E: Würde ich auf jeden Fall befürworten, dass so etwas passiert um die Sache mal greifbar zu machen.
- I: Was hören Sie dann sonst noch für generelle Reaktionen von ihren Mitgliedern zum Thema Airbnb?
- E: Zu denen habe ich ja noch gar nichts gesagt. Das ist natürlich inzwischen ein sehr großes Thema für unsere Hotelbetriebe. Vor allem für die kleinen privaten Hotelbetriebe ein ernsthafter Wettbewerb. Sie müssen sehen, das Hotelzimmer ist die verderblichste Ware der Welt. Denn jede Nacht, die ein Hotelzimmer leer ist, ist das Geschäft vorbei, die Nacht kann ich nicht wieder bringen. Sie ist weg. Wenn das Zimmer leer bleibt und die Nacht vorbei ist, ist das Geschäft weg. Diesen Umsatz können Sie auch nie wieder generieren. Deswergen tut auch jeder Wettbewerb weh. Ich habe nichts gegen Wettbewerb, um das einmal klar zu stellen. Wettbewerb ist eine gute Sache, das führt dazu, dass die Leute aktiv sind und sich Gedanken über ihr Produkt machen und es permanent weiter entwickeln. Und sich über ihre Zielgruppe, Die Qualität, das Angebot, die Ausrichtung Gedanken machen. Aber, der Wettbewerb muss fair sein, wir müssen alle nach den gleichen Regeln spielen. Wenn sie sich anschauen welche Auflagen alle ein Hotelbetrieb hat, und was der alles einhalten muss. Das geht los mit Feuerschutz, mit Mindestlohn den er zahlen muss, Steuern und sonstigen Abgabe die man leisten muss. Ich will jetzt nicht und sagen die anderen machen das nicht, aber das ist eine Grauzone, wo viele, bewusst oder unbewusst, diese Regeln gar nicht einhalten. Die Grundsatzfrage, die man sich auch einmal stellen muss, was ist denn wenn eine Wohnung bei Airbnb mal abbrennt, durch verschulden des Airbnb Gastes, und auch noch andere Anwohnen verletzt werden. Wer haftet dann? Was ist denn dann? Feuerschutz in den Hotels wir unheimlich hoch gehalten. Das kontrolliert die Feuerweht, dort gibt es Brandschutztüren und Wege. Und hier über die Drittvermietung über Airbnb, da passiert nichts. Feuerfeste Teppiche, Vorhänge alles muss im Hotelzimmer vorhanden sein, aber im Privatzimmer da

richten sie sich so ein wie es haben möchten. Ohne einen Feuerschutztauflage zu haben. Das sind die Probleme, das heißt der Hotelier muss ganz anders investieren in sin Produkt, er muss seine Mitarbeiter anders entlohnen. Er schafft aber auch Arbeitsplätze vor Ort. Das Problem ist, der Hotelier ist nicht flexibel, der ist an die Rahmenbedingen die er am Standort hat gebunden. Man kann das Hotel nicht einfach woanders hinsetzten, das funktioniert nicht, man ist auf den Standort angewiesen. Hier müssen sie mit den Rahmenbedingungen leben. Die Hotellerie schafft hier Arbeitsund Ausbilungsplätze, das darf man auch nicht verkennen und wenn der Privathotelier in finanzielle Schwierigkeiten gerät, weil der Wettbewerbsdruck so groß ist, dann baut er Arbeits-und Ausbildungsplätze ab, zahlt weniger Steuern. Und das wird dann zu einem gesellschaftlichen Problem. Das darf man alles nicht verkennen. Auf der anderen Seite, um das vorher gesagte nochmal aufzugreifen, beobachten wir auch das in den Innenstädten in den letzten Jahren, die Mietpreise enorm gestiegen sind. Das rührt her durch die Verknappung des Wohnraums u.a. durch die Zweckentfremdung die dort vorherrscht. Gerade die Kölner Studenten finden kaum noch Unterschlupf, weil vieles jetzt anders vermietet wird. Die ganzen Probleme kumulieren gerade, auch natürlich durch die Flüchtlings Politik, hier wird auch wieder Wohnraum weggenommen. Es spielen viele Faktoren eine Rolle, ich will das gar nicht nur auf Airbnb schieben, aber das spielt natürlich mit hinein, das darf man nicht verkennen. Der Grundgedanke wie wir am Anfang festgestellt haben ist sicherlich gut, aber auf den sollte man es auch wieder zurückführen und schauen das man das Thema auch dort eingrenzt und kommerzielle Interessen hintenanstellt.

- I: Denken Sie das es ein Problem mit der Grenzziehung zwischen Gewerbe und Privatperson gibt und die damit verbundenen unterschiedlichen Auflagen?
- E: Das kommt ja darauf an, Sie dürfen nach dem Gesetz drei Monate im Jahr fremdvermieten. Wenn ich eine schöne Wohnung in Köln hätte, könnte ich die vermieten für zwei, drei Monate im Jahr. Das hat der Gesetzgeber so eingerichtet. Wenn sie darüber hinaus vermieten wird es gewerbliche, das weiß ich so vom Ordnungsamt. Man muss unterscheiden zwischen privat und gewerblich. Dann muss man natürlich ein Gewerbe anmelden und Gewerbesteuer zahlen. Was sie ohne hin machen müssen, je nachdem wie viele Mieteinahmen sie haben, zur Umsatzsteuer anmelden, unabhängig davon müssen sie die gesamten Mieteinahmen versteuern, unabhängig ob gewerblich oder nicht. Jede Nacht die vermietet wird muss versteuert werden. Über all dem steht ein großes Fragezeichen. Wissen das die Leute, handeln die danach? Ich will da keinem dem Vorwurf machen, aber manche sind da sicherlich naiv und denken sie können frei vermieten und alle Einnahmen komplett einbehalten. Viele denken sicherlich auch nicht über die drei Monate nach. Wenn sie dies täten und wüssten, was dann auf Sie zukommt, steuerlich und mit sonstigen Auflagen. Dann stellt sich die Frage, wie attraktiv ist das Geschäft dann eigentlich noch? Ob es nach dem Modell dann noch so funktioniert, wie es gerade funktionier, ist die große Frage. Ich hatte neulich eine Dame hier sitzen, [NAME des Verbandes] Mitglied, die mir erzählte das Sie bei Airbnb ist und zwei Zimmer untervermietet und das alles ganz super findet und fragte mich, ob sie dann auch die Kulturförderabgabe abführen müsse? Und natürlich muss sie das, sie muss das beim Finanzamt melden, eine Steuererklärung abgeben. "Ach du liebe Zeit, das ist ja alles viel zu kompliziert, da habe ich keine Lust darauf." Das wäre aber ihre Pflicht, unabhängig ob sie es gewerbliche oder privat macht. Weil jede Übernachtung gegen Entgelt fällt darunter.
- I: Jetzt muss ich doch nochmal auf ihre Mitglieder zurückkommen. Was hören Sie denn so als Reaktionen zu Airbnb?
- E: Im Augenblick ist aufgrund der hohen Wachstumsrate die Airbnb hat, befürchten viele Hoteliers den Untergang des Abendlandes. Diese stark wachsende Konkurrenz. Ich

rede jetzt vorwiegend von der Privathotellerie, die Ketten verfolgen eine andere Politik. Die Hotelketten übernehmen Immobilien an einem bestimmten Standorte, und für die ist wichtig, dass sie an speziellen Standorten wie Köln vertreten sind. Unabhängig von der Frage was sie dort für Umsätze erzielen oder Gewinne erwirtschaften. Die machen einfach Marke. Deshalb muss man dort differenzieren. Der Privathotelier hier am Standort bekommt Druck von oben und von unten. Von unten durch Airbnb und den Wachstumsmarkt der Privatzimmervermietung und von oben durch die zunehmenden Ketten die hier auf den Markt strömen, vor allem aus dem Economy Bereich. Motel One kennen sie auch, die bauen in Köln inzwischen ihr vierten Haus, natürlich um die 300/400 Betten, dich hoch gezogen werden. Bisher waren solche Marken eher in Gewerbegebieten oder am Stadtrand, jetzt bauen die in eins-A-Lage. Die haben in Köln zwei Standorte in attraktiven und Ein-A-Lagen aufgemacht. Und bauen momentan am Neumarkt das nächste große Objekt. Das ist ein gutes Produkt, das ist nicht gegen zu sagen. Aber die gehen natürlich mit Preisen an den Markt bei denen der Privaten aufgrund seiner Kostenstruktur überhaupt nicht mithalten kann. Von daher haben wir einmal das Problem des Überangebotes an Betten, das per se schon da ist. Am kommenden Wochenende fängt die Anuga an, Weltmesse für Ernährung, alle zwei Jahre und ist die größte Messe in Köln die hier noch stattfindet. Wenn sie sich die Buchungsportale anschauen, dann können sie Köln durchbuchen, zu etwas hohen Preisen natürlich, aber Köln ist nicht ausgebucht. Das gab es vor Jahren nicht, da konnte die Hotellerie so arrogant sein und sagen, sie buchen die ganze Anuga oder kriegen kein Zimmer. Vor vier Jahren war zu mindestens mal für eine Nacht Köln komplett ausgebucht, so eine Messe unterliegt ja auch Zyklen mit mehr oder weniger hohem Besucherandrang. Aber auch das findet nicht mehr statt, da wir auch im Hotelbereich ein großes Wachstum haben. Im letzten Jahr sind wir um 3.000 Hotelbetten gewachsen. Auch dort geht das Wachstum permanent voran. Das ist der eine starke Wettbewerbsdruck der da ist. Und von unten kommen die Privatvermieter. Und dort kommt hinzu, dass diese vermeidlich mit unfairen Mitteln am Markt agieren, aufgrund der Wettbewerbslage, der fehlende Steuern und Abgaben die vermeintlich nicht bezahlt werden, das kann man ja nicht nachweisen. Von daher ist die Forderung ganz klar die, das Melderecht oder eine Meldepflicht eingeführt wird für die Privatzimmervermieten, damit man diesen habhaft wird und zu mindestens mal eine Wettbewerbsgleichheit eingeführt werden kann. Verhindern oder abschaffen wird man das Thema nicht, dafür ist Airbnb selber als Weltmarkte zu groß geworden. Da stecken auch viele zu starke Investoren dahinter, als das man dagegen irgendwas machen könne. Aber, man muss schauen das man in irgendeiner Form versucht den Wettbewerb fair zu gestalten.

- I: Wenn man sich das ganze aus Verbrauchersicht anschaut, was hat der Verbraucher für Vor- oder Nachteile wenn er über Airbnb bucht?
- E: Vorteile: Möglichweise ein vermeintlich günstigeres Produkt in einer entsprechenden Innenstadtlage. Nachteile: Er hat niemanden an dem er sich wenden kann. Da ist haftungsrechtlich, versicherungsrechtlich nichts geklärt. Es muss ja nichts passieren, aber fangen wir mal damit da, das die Wohnung nicht dem Bildern im Internet entspricht. Was passiert dann, wie macht man dort irgendwas rückgängig? Natürlich haben sie zivilrechtlich irgendwelche Ansprüche aber gegen wen und wann wollen Sie das wie durchsetzen? Das sind so Detailfragen, das kann bei einem Hotelzimmer natürlich auch immer passieren, aber dann ziehe ich aus, gehe ich ins nächste und stelle das dem Hotelier in Rechnung was ich an Mehrkosten habe. Das ist rechtlich auch irgendwo ausgereizt, weil ich dann auch einen Ansprechpartner habe, dem ich habhaft werden kann. Airbnb verweist immer auch seine Vermittlerrolle und sagt das sie nichts damit zu tun haben und nur ein Angebot eines anderen Menschen ins

Internet gestellt und du hast es gebucht, also setzt dich mit dem auseinander. Da muss man sich als Verbraucher bewusst sein, auf welchem Dünnen Eis ich dort agiere. Und das einzige auf das ich mich berufen kann sind die Bewertungen, die die Community selber dort abgibt. Das ist das einzige auf das ich mich irgendwie berufen kann.

- I: Was können Sie sich denn generell vorstellen warum Airbnb so ein Wachstum verzeichnen kann?
- Die Frage ist ja, das Wachstum an Zimmerangeboten ist sicherlich da, auf der einen E: Seite. Wissen wir tatsächlich wie viele Buchungen über Airbnb erfolgen und das Steigerungen auch auf der Nachfrageseite zu verzeichnen ist. Oder ist der Markt dann irgendwann ausgereist. Das ist die Frage der man auch mal nachgehen muss, die ich leider nicht beantworten kann. Die Zielgruppe ist sicherlich ganz breit gestreut, von Privattouristen, der sich ein zwei Tage sich die Stadt anschauen möchte, bis zum Geschäftsreisenden. Ich kann mir auch vorstellen, dass jetzt zur Anuga Geschäftsreisende über Airbnb ein Zimmer gebucht haben. Da geht es alleine um eine Kostenfrage, weil das vermeintlich preiswerter ist. Das hat mit dem Grundgedanken Share Economy auch nichts mehr zu tun. Da ist die Frage, wie wird der Markt dort weiter wachsen. Ich habe das vorhin bei mir am Alter festgemacht. Die nachwachsende Generation für die ist das im Augenblick wahrscheinlich ein Hype. Die finden das toll auf der Privaten Schiene mal etwas zu machen, weg von der traditionellen Hotellerie und tatsächlich bei anderen unterzukommen und dort zu übernachten. Ob die das Dauerhaft so machen und ob das bleibt, das bleibt abzuwarten, Ich denke das momentan die Nachfrage gut ist und sie auch in den nächsten Jahren wachsen wird, aber auch sicherlich einmal eine Marktsättigung erreichen und stagnieren.
- I: Können Sie sich vorstellen das die Hotellerie von Airbnb lernen könnte in generellen Aspekten?
- E: Ja natürlich das habe ich am Anfang auch mit Wettbewerb gemeint. Wettbewerb ist immer gut. Die Hoteliers sind natürlich gefordert für sich selber neue Produktideen zu kreieren. Wir sehen das ja heute schon, dass viele gerade im Bereich Neubau, das sie Zimmer anders gestalten. Der Trend hin geht zu Boardinghäusern oder Suitehotels, mit Kitchenette. Wo der Gast sich selbst versorgen kann, das sind noch kleine Nischen, aber auch sicherlich Trends die man aufgreifen muss. Über die man sich als Hotelier bewusst sein muss, dass das so ist. Die eine gewisse Entwicklung darstellen. Die klassische Hotellerie wird es sicherlich immer noch geben, die gibt es schon so lange und ich denke nicht das die gänzlich verband wird. Aber wir müssen aufpassen, dass das was eine Stadt auszeichnet, der individuelle Charakter einer Stadt nicht verloren geht. Wie auch im Einzelhandel, der private Einzelhandel nicht verloren gehen darf. Momentan gibt es in Innenstädten eine zunehmende Filialisierung. Innenstädte sind austauschbar, was sehr bedauerlich ist. Der individuelle Einzelhandel wird nach draußen gedrängt, es gibt ihn noch, aber man muss danach suchen. So eine ähnliche Entwicklung sehen wir auch in der Hotellerie. Früher war das Kerngeschäft in der Innenstadt, da haben die privaten Hoteliers dann gesessen. Und die wissen jetzt im Augenblick kaum noch wie sie sich wehren sollen. In ihrer Mitte wachsen die Privatzimmervermittler, direkt um sie herum bauchen die großen Hotelketten zu billigstangeboten ihre neuen Hotelzimmer und das zu hunderten, wo ist da noch Platzt für sie? Da findet eine Verdrängung statt. Sie werden in Berlin austeigen ins Motel One gehen, in Köln aussteigen und ins Motel One gehen und am Ende wissen Sie gar nicht in welcher Stadt sie sind, weil die Hotels alle gleich aussehen. Ob das so wünschenswert ist, weiß ich nicht. Von daher leidet der kleine private Anbietet. Und dort findet tatsächlich eine Marktverdrängung statt. Und da müssen wir schauen wie die sich überhaupt noch behaupten können. Das können nur die finanzstarken, die

innovativ sind und neue Ideen haben und auch in der Lage diese finanziell umzusetzen.

- I: Sind das dann z.B. diese Boutiquhotels?
- E: Wie auch immer, sicherlich. Wenn sie sich heute Hotels anschauen, die Konzepte werden offener, werden kommunikativer, heller, es gibt mehr Treffmöglichkeiten im Hotel. Die Szenerie ist viel offener, als das in der althergebrachten Hotellerie so ist. Und das ist sicherlich so en Trend den man hier festmachen kann, der sicherlich hier rein passt. Dass ich schauen muss wie ich das mache. Ich war letztens in einem Hotel, da wusste ich gar nicht mehr wo die Rezeption war, das war gleichzeitig Hotelbar. Die standen da alle trinkend rum, und da war auch die Rezeption am Ende und ich wurde direkt auf ein Getränk eingeladen. Völlig neue Situation. Das ist im Augenblick angesagt und sicherlich schön, aber auch nicht jedermanns Sache. Da muss man schauen welche Zielgruppe ich bedienen möchte und ob die im ausreichendem Maße da ist, und ob die bereit ist für mein Produkt den Preis zu zahlen, den ich haben möchte.
- I: Können Sie sich vorstellen, dass für Köln als Destination Vorteile entstehen durch Airbnb als weitere Plattform?
- E: Ja natürlich, das darf man sicherlich nicht verkennen. Ursprünglich für den Rucksacktouristen gedacht, das kommt ja vom Couchsurfing her. Du kannst dir das Hotel nicht leisten, also kannst du bei mir auf der Couch schlafen. Das jetzt mal weiter gedacht, wenn wir Airbnb in der Form nicht hätten, also diese Angebote bei Airbnb, dann würden wir auch eine bestimmte Zielgruppe nicht bedienen die ohne Airbnb in der Menge nicht nach Köln kommen würde. Hat die Hotellerie direkt nichts davon, aber vielleicht kommt der jetzige Airbnb Kunde in zehn bis 15 Jahren als klassischer Hotelkunde nach Köln zurück. Weil es ihm gut gefallen hat und sagt das ist jetzt nichts mehr für mich und ich gönne mir ein schönes Hotel. Das darf man nicht verkennen. Ich muss erstmal für alle offen sein und dann muss man schauen wie wir uns die Kunden vor Ort aufteilen.
- I: Kennen sie UBA?
- E: Ja
- I: Können sie sich vorstellen, das die Hotellerie sagt wir verklagen Airbnb?
- E: Die rechtliche Situation ist ja eine andere. Über ist ja im Grunde nichts anderes als Airbnb, die vermitteln ja nur so und dann kommen Privatleute an und sagen ich fahre von A nach B, das ist im Grunde die geistige Weiterentwicklung einer Mitfahrzentrale, nur eben dann auf lokaler Ebene und dann eben am Taxi. Aber da sehen sie ja sehr schön, der Taxifahrer muss bestimmte Voraussetzungen erfüllen um seinen Beruf überhaupt ausüben zu dürfen. Der braucht zum Beispiel einen Personenbeförderungsschein und dergleichen mehr. So und ein Taxi als Wagen ist auch ganz anders ausgelegt als ein Privatauto, das wusste ich bisher auch nicht aber ein klassisches Taxi ist anders gebaut. Das hat mir ein Taxifahrer auch mal so erklärt. Weil die natürlich viel mehr Kilometer drauf haben, viel mehr Belastung ausgesetzt sind als ein herkömmlicher PKW der im privat Gebrauch genutzt wird. Was passiert wenn sie da jetzt jemanden mitnehmen und dafür ein bestimmtes Entgelt, sie nehmen ja keine Entgelt sondern der Kunde bezahlt ja für sein Dafürgehalten ein vermeintliches Entgelt, aber das ist ja eigentlich nur eine Umgehung, Tat bestand dessen, dass ich gegen Entgelt jemanden mitnehme und die Höhe des Entgelt in sein Ermessen stelle. Also da ist es so, dass und deswegen waren die Klagen ja auch erfolgreich, die Grundvoraussetzungen der Privatleute zum Transport zum entgeltlichen Transport Dritter einfach nicht vorliegen. Und deswegen muss das Ding eigentlich, Über macht ja trotzdem weiter als Plattform, weil Über selber als Plattform

genau wie Airbnb gar nicht haftbar gemacht werden kann. Die sagen, wir vermitteln ja nur. Der der die Leistung anbietet muss schauen das er die rechtlichen Vorrausetzungen erfüllt, das machen wir ja nicht. Bei Airbnb haben wir das Problem, das sie zumindest wie Eingangs schon mal gesagt ja schon mal drei Monate im Jahr vermieten können. Wer stellt jetzt fest, mangels Daten, mangels Meldepflicht, wer, was, wie lange schon vermietet hat und ob dann da die gesetzlichen Voraussetzungen eingehalten werden oder nicht. Verstehen sie? Die Problematik ist eine andere. Es ist gleich gelagert von der Fallkonstruktion her aber die rechtlichen Grundvoraussetzungen sind leider etwas anders.

- I: Gibt es denn da irgendwelche Überlegungen das ganze irgendwie zu lösen?
- Ich sage mal so: Nein. Die Hoteliers rufen zum Teil auf das alles einfach zu verklagen E: und zu sagen das muss weg und so. Das halt ich für völlig falsch. Sie können solche Entwicklungen, diese Entwicklung ist sowie so nicht mehr zu stoppen. Die ist ja schon durch. Ich mache das mal an einem anderen Beispiel fest. Vor vielen Jahren kamen Portale wie Tripadvisor, Trivago und so weiter auf den Markt, sogenannte Bewertungsportale. Plötzlich war die Hotellerie so gläsern wie noch nie. Jeder konnte jetzt im Internet seine Meinung zu diesem Hotel zu diesem Hotelzimmer ablassen. Die Hotellerie hat gedacht das ist der Untergang des Abendlandes, du [NAME] musst jetzt hingehen und muss die auf Teufel komm raus verklagen, die müssen im Erdboden verschwinden. Das kann ja wohl nicht sein, dass sich jeder jetzt über uns frei auslassen kann. Ich habe dann viele öffentliche Gesprächsrunden mit den Portalbetreibern und den Hoteliers geführt. Letztendlich ist es jetzt so, dass Hoteliers und Portalbetreiber und Bewertungsportale eng miteinander zusammenarbeiten. Zumindest die guten Hoteliers haben erkannt, dass das für sie ein guten Verkaufsargument ist. Und, 70 bis 80% der Bewertungen sind ja positiv, und alle arbeiten jetzt daran das sie positive Bewertungen bekommen. Das war zusätzliche Motivation, zusätzlicher Antrieb von daher Wettbewerb ist immer gut. Es tut sich was, ich muss mich auf meiner Hinterbeine stellen und ich muss schauen das ich an meiner Qualität permanent arbeite. Damit meine Bewertungen auch immer konstant gut bleiben. Wenn ich das auch für mich aktiv nutze und vielleicht auch Kommentar von Gästen gegenkommentiere, dann habe ich die Chance mein Produkt ganz anders zu platzieren und darzustellen. Also hier, aus einem vermeintlichen Gegner, sag ich jetzt mal, sogar einen Freund zu machen und jemanden der für mich mit Marketing macht. Soweit wird es vielleicht bei Airbnb nicht kommen, weiß ich nicht aber zu mindestens ist es ja so dass einige Hoteliers inzwischen auch hingehen und was auch immer über Airbnb mit vermarkten, und diese Entwicklung wird dann mit Sicherheit auch weitergehen. Von daher aufhalten wird man das nie können man muss schauen wie kann man sich mit solchen Plattformen arrangieren. Wofür weiterhin plädieren ist natürlich ein fairer Wettbewerb, wie gesagt also da müssen die Voraussetzungen die gleichen sein, dann ist da gar nicht gegen zu sagen dann muss man eben schauen wie komme ich damit klar, wie kann ich dann auch für mich diese Zielgruppe greifbar machen, nutzen und für mich das Thema bespielen.
- I: Können sie sagen welche Sternekategorie sagt das sollte verboten werden und welche sagen, das ist mir egal das ist normaler Wettbewerb?
- E: Egal sagt keiner aber, das ist natürlich vor allem der ein-drei-Sternebereich und die Privathoteliers, die da doch zum Teil auch Existenzängste haben. Wo führt das ganze hin, wie geht das weiter, wie viele kommen da noch? Weil die spüren den Druck sowohl über Airbnb aber auch über die Economyketten die sich in den Innenstädten platzieren zunehmend. Von daher fühlen die sich richtig in die Zange genommen.

I: Ich hatte auch mit dem Marriott am Heumarkt gesprochen und die meinten: "Ja sprechen sie ruhig mit dem [NAME], der kann Ihnen da genug erzählen." Von ihm hörte es sich jetzt nicht so an, als ob er sich da richtig, ich sag mal, Gedanken machen.

- E: Der hat natürlich auch ein relativ neues Produkt, und bestimmte Hotelprodukte die werden einfach weiterhin existieren und weiterleben. Der hat eine gute Auslastung, ist gut gebucht, die Ketten haben ja auch immer ganz andere Möglichkeiten. Grade das Marriott ist eine Weltmarke, die haben ein Weltweites Buchungssystem, genau wie Airbnb mittlerweile weltweit funktioniert. Aber das Hotel "Zum grünen Baum" in der Richard-Wagner Straße in Köln, worüber platziert der sich? Der hat keine Mitstreiter weltweit die ihn mit bewerben, der muss gucken wie er sein Produkt selber verkauft, dass kann er dann über Booking tun über HS tun oder wie auch immer oder über seine eigene Plattform. Aber wer geht in Köln gezielt auf den grünen Baum in der Richard-Wagner Straße? Kein Mensch, es sei denn ich war schon mal da und habe gute Erfahrung gemacht. Ich muss ja irgendwann zum ersten Mal da aufschlagen. Und wenn ich bei HS und Booking auftauche dann bin ich einer unter vielen. Also muss ich schauen, wie krieg ich mein Produkt so platziert das ich irgendwann auch eine entsprechende Nachfrage generieren kann und dafür muss ich mich sehr anstrengen im Augenblick.
- I: Könnten sie noch einmal die ungleichen Wettbewerbsvoraussetzungen schildern?
- Was die steuerliche Seite angeht theoretisch ja. Theoretisch zumindest ja. Wir haben ja E: festgestellt das jeder der privat etwas vermietet das als Einkommen auch versteuern, er muss wenn er gewisse Umsatzgrößen überschreitet auch Umsatzsteuer abführen und dergleichen mehr. Und dann ist die spannende Frage wenn er das privat macht, und dann ist die spannende Frage ab wann ist privat ab wann ist gewerblich? Dann muss ich mein Gewerbe anmelden, ich muss Gewerbesteuer zahlen und dergleichen mehr die muss ich abführen, ich muss natürlich auch Kulturförderabgabe abführen. Die Frage ist immer, passiert das denn auch tatsächlich auch? Das ist die Grundsatzfrage. Die zweite Sache ist die, das ist jetzt das Gebäude selber besprechend. Der Hotelier muss eine Vielzahl an Auflagen einhalten, vor allem Feuerpolizeiliche Auflagen die mit immensen Investitionen verbunden sind, dass darf man wirklich nicht verkennen. Alleine was so eine Feuerschutztür kostet und dergleichen mehr und Notausstiege das brauch ich im privaten Bereich alles nicht. Diese Investitionen habe ich gar nicht im privaten Bereich. Ich gehe hin, putze meine Hütte einmal durch und dann vermiete ich sie so wie sie da steht. Und keiner kümmert sich weiter drum, solange zu mindestens nichts passiert. Also diese Investitionen brauche ich gar nicht zu tätigen. Und dann geht's weiter im Hotel, ich habe Mitarbeiter die müssen zumindest nach Mindestlohn bezahlt werden und so weiter und so fort und. Wer reinigt, putzt und was auch immer diese Apartments, Zimmer, Räume, ich weiß es nicht zu welchem Lohn. Also das sind Dinge und das ist das Grundproblem dem man ja nicht habhaft wird.
- I: Diese Grauzone.
- E: Ja
- I: Können Sie sich den vorstellen, dass es Airbnb in fünf bis zehn Jahren noch geben wird?
- E: Bestimmt. Das ist ein relativ überschaubarer Zeitraum. Die haben jetzt eine relativ steile Karriere hingelegt, ob das so weiter geht weiß ich nicht. Die Nachfrage wir über die nächsten fünf bis zehn Jahre im Minimum anhalten. Und die werden sich auch am Markt etablieren, die Frage ist, ob nicht irgendwann eine Stagnation eintrifft. Das Thema hat es ja immer gegeben, wenn sie es wollen. Ist jetzt durch das Internet in dieser Form, hat sich das enorm verbreitet.
- I: [...] Keiner sagt, Airbnb muss verboten werden.

E: Nein, das wäre auch grundsätzlich falsch. [...]Das nutzt der Hotellerie ja nicht. Wenn der Verbraucher meint, er möchte das haben, dann dürfen wir uns vor solchen Dingen nicht verschließen. Genauso wie hier, wenn der Verbraucher das Thema mit Airbnb annimmt und sagt das finde ich klasse, das mache ich. Sie haben selber oder meine Kinder haben positive Erfahrungen gemacht, dann werden sie und meine Kinder und auch viele andere weiterhin darüber buchen. Die Augen zu verschließen und zu sagen wir müssen das verbieten, dann kommt ein eine anderen, was soll man gegen Airbnb kämpfen und nebenan macht der nächste ein ähnlichen Geschäftsmodell auf. Damit verhindern wir ja nichts. Wir müssen uns der Gesellschaftlichen Entwicklung stellen, und den Wünschen die die Gesellschaft hat und dann müssen wir schauen, wie wir anhand dessen unsere Produkte weiterentwickeln können. Die Problematik die sie im Detail oder Einzelfall haben, ist dann, das viele auf der Strecke bleiben, weil sie nicht das finanzielle Polster haben um dort mithalten zu können und auch nicht ausreichend kreative Ideen um dort mithalten zu können. Das ist dann so, das ist gelebte Marktwirtschaft, dort findet Verdrängung statt. Aber es geht immer weiter. Wir leben in einer Zeit, in der Entwicklungen immer schneller werden, Trends immer schneller werden und vielen wird heute leider über den Preis definiert. Das ist bedauerlicher Weise immer noch so, das der immer noch im Fokus steht. Wobei ich auch glaube das gute Leistung auch entsprechend honoriert wird. Das Problem ist dann eben, das sie sich so abheben müssen von der Masse, und dann von daher bereits in einem Preissegment sind, wo grundsätzlich nicht über den Preis diskutiert wird. Das ist das Problem. Dann muss ich ein Top Produkt anbieten, was jeder haben will. Ich vergleiche das gerne mit Apple. Apple hat es geschafft, für ein Produkt was wir eigentlich schon haben, einen Bedarf zu entwickeln und den Wunsch danach es zu haben. Bis dahin hat keiner ein Smartphone vermisst. Steve Jobs war aber so genial und die Leute darum, das sie ein Bedürfnisse für etwas geweckt haben, was bis dahin gar nicht da war. Die haben es so vermarktet und verkauft, dass jeder eins haben wollte. Um glücklich zu sein brauche ich kein IPad. Und das ist die große Kunst. Dinge visionär zu entwickeln und Bedürfnisse zu entwickeln, wo eigentlich noch keine sind.

- I: Schafft das in gewisser Weise Airbnb?
- Wissen sie, ich wehre mich wieder gegen Airbnb. Airbnb ist eine reine E: Vermittlungsplattform. Die haben nur einen Trend aufgegriffen und waren clever genug etwas zu machen, oder zusammenzufassen was es schon gab und daraus ein Geschäftsmodell zu entwickeln. Und jetzt sehen plötzlich viele Menschen, dass man daraus tatsächlich ein Geschäft machen kann. Und das ist das eigentlich Problem das daraus entstanden ist, dass das Angebot unüberschaubar wird. Wohnungen um entwickelt werden zur Fremdvermietung. Wenn das im Kern vom Markt her so geblieben wäre, oder nur leichtes Wachstum, dann würde keiner darüber reden. Das Problem ist, dass viele die Dollarnoten auf den Augen haben und denken schnell mal Geld zu machen. Denken sie, die junge Dame aus Amsterdam, die Ihnen ihr Zimmer überlassen hat, die wäre ohne Airbnb auf die Idee gekommen ihr Zimmer zu vermieten und übers Wochenende aus ihrer Wohnung zu ihren Eltern zu ziehen? Nein, die sieht ihre Chance Geld zu verdienen. Das ist ja auch nicht schlecht, Geld soll jeder verdienen. Aber ist das tatsächlich noch Share Economy wie es im Kern gedacht ist? Nein, das ist reiner Kommerz. Ich habe eine schicke Wohnung, jetzt schaue ich mal wie ich damit Geld verdienen kann. Das ist der Kerngedanke, der aus meiner Sicht nicht mehr in Ordnung ist oder zu mindestens nichts mehr mit dem Grundgedanken der Share Economy zu tun hat. Und dann müsste man zumindest gleiche Wettbewerbsbedingungen einhalten.

11.5 Transkription: Boardinghouse

Transkription

Datum: 11.09.2015 Ort: Köln Betriebsart: Anbieter von Serviced

Apartments

Mitarbeiteranzahl: ca. 10 Apartmentanzahl: 3 Standorte (Köln, Frankfurt, Essen), ca. 240 Apartments (130 Einheiten in Köln) Alter: 47 Position: Geschäftsführender

Gesellschafter

- I: Wann haben Sie vom Begriff Share Economy und Airbnb gehört?
- Gefühlt vor drei bis vier Jahren. Wir haben uns natürlich auch mit dem Thema Airbnb E: eingehend beschäftigt, ob es eine Vertriebsplattform für uns sein kann. Wir haben ja eine gewisse Anzahl von Apartments in Deutschland und auf Airbnb suchen eben viele Menschen Apartments zum Wohnen. Der Hintergrund ist erstmal nicht so entscheidend, aber fürs erste ist es eine Plattform für Apartments. Wir haben auch Airbnb getestet und dort eine gewisse Anzahl von Apartments eingestellt. Sind dann aber schnell zu dem Ergebnis gekommen, das es nicht unser Konzept ist. Dass es nicht die richtige Plattform ist für unser Konzept, da wir Apartments vermieten im Bereich Long Stay. Wir bieten Firmenkunden Wohnraum an. Z.B die Deutsche Bank sucht in Frankfurt Wohnungen für Ihre Mitarbeiter, dann bieten wir dieses Mitarbeiter die Möglichkeit für ein, zwei, drei Monate unter zu kommen. Die Qualität der Wohnungen auf Airbnb ist für unsere Kunden dann zu indifferent. Bei der Deutschen Bank da ist ein Mitarbeiter verantwortlich für die Wohnungsanmietung für Mitarbeiter. Das heißt, die brauchen professionelle Partner wo die Rechnungsstelle funktioniert, wo die Funktion eines Apartments gesichert ist, wo praktisch der ganze Ablauf 100% sicher ist, wo die Verfügbarkeit direkt klar ist. Und Airbnb hat uns das praktisch nicht geboten diese Möglichkeiten. Es gibt allerdings auf Airbnb auch Bestrebungen in diesen Businesskanal einzusteigen, die kennen wir jetzt auch nicht. Aber wir werden es wahrscheinlich auch nicht brauchen, den wir haben eine eigene Strategie, wie wir unsere Wohnungen vermieten und vermarkten, letztendlich sind wir unabhängig von Vermittlungsportalen. Trotzdem ist der Gedanke der Share Economy für uns ein Thema, aber auf einem anderen Niveau.
- I: Inwiefern? Also wie würdest du den Grundgedanken der Share Economy mit eigenen Worten erklären?
- E: Also wir sehen Gesellschaftlich einen absoluten Trend, besonders bei der jungen Generation, Generation Y. Beim Autofahren kennt man das schon, beim Wohnen, das unser Konzept nicht nur für den Businesskunden interessant sein kann, sondern tatsächlich auch für denjenigen der schon in Köln oder Frankfurt lebt und einfach eine Alternative zu einer normalen Wohnung sucht. Da er weiß, dass er in zwei oder drei Jahren wieder weg sein wird und flexibel sind muss. Den Trend gibt es, der ist aber sehr stark vom Pricing abhängig. Wenn diese Wohnung zu teuer ist, fällt diese Wohnform für diese Zielgruppe aus. Das ist sehr abhängig davon, wie ich am Markt mit meinen Preisen aufgestellt bin. Jedoch habe ich letzte Woche ich Spiegel gelesen es gibt die Einschätzung, dass die Generation Y im Immobiliensektor anfängt zu teilen ist wohl auch falsch. Auch das ist eine Einschätzung die sicherlich stimmt, die sind in dem Bereich teilweise wohl sehr spießig. Tatsächlich Wohnraum schaffen, Eigentum für die Wohnung, weil viele andere Themen in der Zukunft unsicher sind. Es gibt denke ich, wohl nicht den Königsweg. Es hat mich nicht verwundert. Es gibt nicht die eine Wahrheit. Es ist nicht so das geshared wird ohne Ende. Es mag sein, das sind immer noch Randbereiche. Ich denke auch, dass junge Leute, junge Paare sicherlich etwas besitzen wollen im Bereich der Immobilen. Im Auto Bereich ist das wieder etwas völlig anderes. So gesehen ist das ein Trend, auf den wir aber nicht extrem

eingehen, da unsere Kunden die beruflich bedingten Mieter sind. Die in der Welt umherziehen und Wohnraum suchen. Das ist immer Projektbezogen, in Köln sind für drei Monate, dann geht die Reise weiter nach Tokyo etc.. Die also eher einen beruflichen Hintergrund haben. Letztendlich ist das auch Share Economy und auf diese Zielgruppe haben wir unser Konzept hin ausgerichtet.

- I: Würdest du Airbnb als direkter Wettbewerber für dein Unternehmen bezeichnen?
- E: Würde ich nicht (zögernd), zumindest das was ich kenne, so wie die jetzt auftreten im Businessbereich, das ist noch nicht erkennbar. Das klassische Airbnb, dort sind tausende von Wohnungen eingestellt, das ist für uns keine Konkurrenz. Der Fokus bei Airbnb liegt meiner Meinung nach im touristischen Bereich und nicht bei Business. Mal in eine andere Stadt fahren, das habe ich auch schon mal gemacht, das hat super geklappt.
- I: Mit Airbnb?
- E: Ja, mit Freunden und Kindern, das hat super geklappt. Weil ich nicht ins Hotel wollte, das war dann perfekt. Das sind dann diese Short Stays, über das Wochenende bleiben, dass läuft auch in Berlin hoch und runter funktioniert in Köln sicherlich auch. Und Airbnb hat auch immer eine gewisse Problematik, Wohnraumzweckentfremdung, was passiert überhaupt, ist es am Rande der Legalität? Der Imagefaktor spielt auch eine Rolle. Und wir als Profianbieter sind auf Airbnb auch nicht mit unserem Branding vertreten, das dürfen wir auch gar nicht. Die wollen immer alles verstecken, das man nicht weiß wer dort hinter steckt. Das war für uns auch ein Kriterium zu sagen, dass es für uns ein "No Go" ist. Das hat seine Begründung, eine Konkurrenz zu uns selber sehe ich nicht, da die Aufenthaltsqualität- und Dauer doch ein anderer Fokus ist.
- I: Also ein ganz anderer Markbereich, der von euch abgedeckt wird, der nicht mir dem ursprünglichen Angebot
- E: Das ist ja letztendlich ein ähnliches Segment und unterstreicht, dass das temporäre Wohnen tatsächlich ein Trend ist. Ich denke aber eher das die Hotels, die Hotellerie eher auf Airbnb schaut, weil dort werden natürlich Volumen weggenommen.
- I: Du hattest eben bereits erwähnt, das du selber schon mit Airbnb verreist bist, warum?
- E: Wir hatten ein langes Wochenende in Paris, vier bis fünf Tage, zwei kleine Kinder, und Freunde wollten uns besuchen kommen und das war für uns die komfortabelste und perfekte Form. Im Hotel ist man mit kleinen Kindern eher nicht so gut aufgehoben, sage ich jetzt mal und wir wollten Paris wie so ein Pariser erleben. Wir kochen selbst, wir machen unser Frühstück selbst und so. Gar nicht so aus dem Kostenaspekt, sondern das wir sagen können wir haben dort unsere Base und von dort entdecken wir die Stadt, das ist dann total praktisch.
- I: Weil die Lage der Wohnung ausschlaggebend war?
- E: Ja genau die Lage der Wohnung. Wir hatten auch unsere Babysitterin mitgenommen, die schon fast zur Familie gehört, es war wie so ein Zuhause und für die Kinder und für uns war es das entspannteste. Wir haben uns eher gefühlt wie Zuhause und das ist für uns die entspannteste Form Urlaub zu machen und nicht in einem Hotel.
- I: Und was denkst du generell, was sind die Gründe warum ein Tourist Airbnb nutzt? Was das Motiv dahinter ist?
- E: Ein Motiv ist sicherlich aus Gründen des Lifestyles, weil es cooler ist als in einem Hotel zu übernachten. Es ist nicht so kommerziell und hat sicher auch ganz praktische Gründe. Erstens der Preis, es ist sicherlich günstiger.
- I: Günstiger als?
- E: Günstiger als ein Hotel. Und eine Airbnb Wohnung bietet mir mehr Funktionen, mehr Service, z.B. eine Küche. Ich wohne, ich übernachte nicht. Z.B. in einem Hotel übernachte ich, muss Essen gehen, muss Frühstücken gehen und bei Airbnb wird eben gewohnt. Viele wollen eher wenn sie eine Stadt besuchen wohnen und nicht

übernachten wie ein Tourist. Ich fühle mich dann eher integriert in eine Stadt, das ist denke ich das Erfolgsmodell von Airbnb. Dass ich die Möglichkeiten eines Hotels biete, aber in der Stadt zuhause bin und wohne. Das ist ja auch unser Slogan: "First choice, second Home"

- I: Du hast es eben eigentlich schon erwähnt, aber kannst du nochmal ein eigenen Worten das Geschäftsmodell von Airbnb erklären?
- E: Es ist ein Sammelbecken privater Wohnungsanbieter, die Ihren Wohnraum auf Zeit zur Verfügung stellen. Es sind sicherlich wenig professionelle Anbieter. Also ich habe gehört, es gibt Anbieter in Berlin, die haben mehrere Wohnungen am Markt und auch nur über Airbnb die Vermarktung. Aber es ist der private, der seine eigene mobilierte Wohnung teilt. Teilweise ist es auch so dass die Inhaber/Mieter einer Wohnung ihren Wohnraum teilen, und sind gleichzeitig noch zu Hause. Das ist für mich manchmal auch nicht durchschaubar, ist der Mensch noch da, wenn ich dort wohne oder ist der weg. Auch das war mir manchmal nicht klar, ob die Leute ihre Wohnung verlassen oder nicht. Aber es sind eher private Wohnungsanbieter. Und wir sind ein professioneller Anbieter und die erkennt man auf Airbnb eher weniger. Man sieht nur ob diese Person mehrere Wohnungen auf Airbnb anbietet, das ist sehr stark von der Person abhängig. Das ist keine Firma die sich dort präsentiert, sondern immer eine Person.
- I: Dass die Person präsentiert wird, ist ja auch eine besondere Form wie Airbnb den Gastgeber darstellt. Kannst du dir vorstellen dass ein Hotel oder andere dieses Prinzip übernehmen?
- E: Gut, auf Airbnb werde ich sehr emotional, sehr persönlich bewertet. Also ich bewerte meine Mieter und die Mieter bewerten mich und daraus entsteht ein Bild. Bei uns ist es etwas ganz anderes, wir sind eine Marke. [Name] ist ein Brand mit einer Philosophie, man kann uns sicherlich auch bewerten. In Frankfurt machen wir jetzt die ersten Tests, dort kann man uns durch ein Sternesystem auf einer Plattform bewerten oder auch ein Statement hinterlegen. So dass, sich unsere Gäste auch ein Bild machen können welches öffentlich ist. Das machen wir auch, aber nicht so extrem geöffnet wie Airbnb das macht. Das ist ja auch das Geschäftsmodell von Airbnb, Bewertungen zulassen und so entsteht ein Bild über diese Person und diese Wohnung. Aber immer sehr individuell.
- I: Und das sich die Hospitality Industrie an diesem Konzept. etwas abschauen könnte? Etwas, was man von dem neuem Wettbewerber lernen könnte?
- E: Sich dem Markt zu stellen. Sich bewerten zu lassen, das macht die Hotellerie bereits. Für mich ist es ein völlig anders Segment. Man kann ein Hotelzimmer nicht mit einer Wohnung auf Airbnb vergleichen. Der ganz krasse Unterschied ist, ein Hotel ist ein Beherbergungsbetrieb, dort übernachte ich. Airbnb ist ein Wohngefühl. Darauf reagieren die Hotels, indem sie Konzepte entwickeln, die nicht Airbnb nah sind, aber wo die angebotenen Flächen eher eine Wohnung gleichen. Apartment Hotels, das ist ein Trend im Wohnen, den nimmt die Hotellerie natürlich auf.
- I: Boutique Hotels
- E: Ja genau, Boutique Hotels. Oft auch viel emotionalere Hotelkonzepte, 25, wo die Persönlichkeit stärker im Vordergrund steht. Wo das ganze Thema Gastronomie viel wichtiger ist. Die ganze Hotellerie reagiert extrem und auch mit ihren eigenen Konzepten. Indem die Hotellerie Konzepte entwickelt, also nicht übernachten sondern mehr wohnen.
- I: Hast du da ein konkretes Beispiel?
- E: Z.B. das Adagio, das Citadil. Also in Frankfurt haben wir unser eigenes Haus direkt neben dem Citadil, das ist ein Apartment Hotel Konzept. Direkt hinter uns das Motel One und im Innenhof Studentisches Wohnen. Wir haben in einem Caree alles drin.

Trotzdem muss ich sagen, die Hotellerie ist Short Stay, Aufenthaltsdauer 1,6 Tage, die Appartement Hotellerie, vermute ich, 8 bis 10 Tage, wir haben eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 4 bis 5 Monaten und die studentischen Konzepte von mehreren Semestern. Und die sind im Umfeld von 200 Metern alle und keiner tut dem andern weh. Letztendlich sind aber diese Apartment Konzepte auch immer Hotel Apartment Konzepte. Die tun sich sehr schwer richtig in diesen Bereich wohnen hineinzugehen. Sind eher vom Look and Feel Hotels. Mit Concierge und Empfang und einem Frühstücksräumchen, also so ganz wollen die von der Hotellerie nicht wegkommen.

- I: Denkst du dass Airbnb marktverdrängend sein kann auf bestimmte Betriebsarten?
- Auf jeden Fall, da sie mit andern Karten spielen. Und nicht die gleichen E: Voraussetzungen erfüllen müssen wie ein Hotel. Ein Hotel hat als Voraussetzungen z.B. den Brandschutz, man ist gewerblicher Anbieter, Umsatzsteuer, Mindestlohn etc. Und auf Airbnb, das muss man ganz klar sagen, werden diese Systeme teilweise hintergangen. Nicht von allen, aber von vielen. Weiß ich denn bei meiner Wohnung die ich hier in Köln bewohne, und ich zahle 400€ cash, ob der das versteuert? Das ist natürlich eine Wettbewerbsverfälschung. Wenn Airbnb mit gleichen Karten spielen würde wie die anderen Anbieter, und man tatsächlich zugeben würde, man ist gewerblich tätig, man hat mehrere Wohnungen und diese auf Zeit mit Konzept vermieten, dann sind sie gewerblich tätig, müssen Gewerbesteuer bezahlen, und das passiert dann häufig nicht. Ich meine jetzt die, die auf Airbnbn Business betreiben. Ich mein nicht die, die für ein Wochenende mal jemanden aufnehmen und seine Wohnungen zur Verfügung stellen, wenn das ein paar Mal im Jahr geschieht. Es gibt aber diejenigen, die für Airbnb Wohnraum gemietet/gekauft haben und damit ein echtes Business betreiben. Und damit letztendlich in die Hotellerie eingreifen, somit kurzfristigen Wohnraum anbieten. Teilweise legen sie noch die Brötchen vor die Tür, putzen die Wohnung und das ist eine Hotelartige Vermietung. Da ist Airbnb für die Hotellerie schon eine Gefahr, weil die Voraussetzungen nicht gleich sind.
- I: Hat da an der Stelle, der Gesetzgeber versagt, weil der Gesetze noch nicht an die Zeit angepasst hat. Die im Zuge der Digitalisierung nicht mehr passen und veraltet sind? Oder wie kann es geändert werden, dass gleiche Wettbewerbsbedingungen herrschen.
- E: Ja das ist auch die Frage, die wir auf Kongressen immer wieder hören. Wohn ich schon? Übernachte ich noch auf Airbnb? Ist das illegal? Ist das legal? Muss der Gesetzgeber was unternehmen? Und was macht der Gesetzgeber, er reguliert natürlich. In jeder Stadt ist das anders. In Berlin gibt es das ganz krasse Beispiel dort wird reguliert. In Berlin wird diese Form Verboten. Weil Airbnb eine Wohnraumzweckentfremdung ist, da dort nicht gewohnt wird, weil da eben übernachtet wird. Man kann das aber auch so gestalten, dass nicht jede Airbnb Vermietung zwingend illegal ist. Der Gesetzgeber versucht jetzt zu regulieren, um das Problem zu lösen. Regulieren kann aber auch nicht der richtige Weg sein. Ob das Uber ist oder andere. Flächenendeckend kann das nicht funktionieren. Jetzt wird mit "ach und Krach" reguliert, weil alles böse ist. Jetzt sind nämlich alle böse die eine Wohnung untervermieten, es wird alles über einen Kamm geschoren jetzt. Man muss unterscheiden ob es ein gewerblicher Anbieter ist der auf Aibnb Business betreibt und dieser muss dann zumindest steuerlich mit einem professionellen Anbieter gleichgestellt werden, indem er Gewerbesteuer bezahlt. Indem er ggf. Umsatzsteuer erhebt, den in diesem Fall ist eine kurzfristige Vermietung von Wohnraum eine gewerbliche Tätigkeit. Und ganz streng genommen muss ich ab einer bestimmten Größe auch Mehrwertsteuer erheben. Die verteuern so sein Zimmer um 7 oder 19 %. An der Stelle muss man regulieren oder Gesetze schaffen bzw. Regeln. Ich bin nicht dafür zu sagen, das grundsätzlich zu verbieten. Das ist natürlich ein gesellschaftlicher Trend den man nicht aufhalten kann. Man kann auch nicht Uber aufhalten, das ist eine

Konkurrenz zur Taxibranche. Aber man muss Regeln schaffen, man muss schauen das die Leute die für Uber fahren einen vernünftigen Lohn bekommen, ihre Einkünfte versteuern, dass ich als Fahrer versichert bin. Im Hotel ist das alles so, aber wenn ich bei Airbnb etwas in einer Wohnung kaputt mache, wie ist das dann? Also man sollte Standards festlegen, um dieses Business zu erlauben und nicht um Gesetze zu entwickeln um es zu verbieten. Regeln aufstellen um es zu erlauben.

- I: Kann es denn noch funktionieren wenn man es zu reguliert?
- E: Nein, wenn man es zu reguliert, dann kann es sicherlich nicht funktionieren. Aber wenn man gewisse Dinge regelt, z.B. die von steuerlicher Natur. Denn ich finde es ungerecht, wir müssen unsere Einkünfte versteuer, also das ist auch richtig so und gerecht. Ich finde es aber ungerecht, wenn jemand eine Wohnung hat und die gewerbliche vermietet und die Einkünfte nicht als Gewerbeeinkünfte deklariert sondern vielleicht aus Vermietung und Verpachtung oder sie überhaupt nicht deklariert, das ist ja möglich. Ich glaube Airbnb macht es nicht, aber es gibt einen Anbieter aus Hamburg, 9Flats, die haben damit geworben, dass es jetzt cash fließt das Geld. Um den Cashfluss zu vereinfachen und es nicht über die Konten läuft, was ja später nachvollziehbar wäre, das ist schwierig. Es gab da sogar einen Newsletter zu "zahle deine Miete jetzt cash vor Ort. Ist sicherer, nicht vorher bezahlen."
- I: Du hast ja eben das Bsp. mit Uber genannt. Da wurde Uber in Hamburg verklagt von der Taxi Branche. Kannst du dir vorstellen das so etwas hier in Köln mit Airbnb oder einer anderen deutschen Stadt passieren könnte durch den Beherbergungsbereich?
- E: Man hört es ab und zu, das es wirklich diese Tendenzen gibt, die es verbieten wollen. Ich wage zu bezweifeln ob es juristisch überhaupt funktioniert, also mein Mitgesellschafter ist Jurist. Ich glaube dass es gar nicht geht, man kann so etwas nicht verbieten. Es gibt sicherlich Wege Wohnraum auf Airbnb so anzubieten das es absolut legal ist. Man muss halt ein paar Regeln beachten. Vielleicht muss auch Airbnb selber ein paar Regeln aufstellen, das macht es vielleicht nicht mehr so cool, so trendy und so offen. Aber es muss sicherlich auch einigen Themen von Airbnb reguliert werden, das tun sie sicherlich auch schon und sind mittlerweile etwas strenger als vor ein paar Jahren. Aber da fehlt mir auch die Erfahrung, ich kann das nicht genau sagen.
- I: Was ist deine Meinung zum Wohnraumschutzgesetz in Köln, habt ihr da Probleme oder fallt ihr da nicht drunter?
- E: Wir selber fallen nicht drunter. Es gibt für unsere Objekte, die dem Wohnen unterliegen einen Bestandschutz in Köln, das was alles vorher passiert ist hat einen gewissen Bestandschutz. Bei uns wird gewohnt, auch juristisch gesehen, also wir vermieten Wohnraum. Das neue Projekt in Mühlheim ist ein Beherbergungsbetrieb, hat eine Baugenehmigung wie ein Hotel, da dürfen wir wieder auch viel mehr tun, als in den anderen Wohnungen. Bei einer klassischen Wohnung, die ich auf Zeit als Wohnraum vermiete, muss ich etwas aufpassen, dass ich die Serviceleistungen, gewisse Themen nicht übertreibe, damit der Gesetzgeber, das ist letztendlich die Stadt nicht sagt wir machen einen Hotelbetrieb. Aber bei uns wird ganz streng genommen, Wohnraum vermietet und somit haben wir selber nicht das Problem damit. Auf der anderen Seite möchte die Stadt Köln von uns die Kulturförderabgabe haben, die nur Hotels bezahlen, das ist dann wieder nicht ganz logisch.
- I: Aber wenn ihr doch nur Geschäftsreisende beherbergt, dann fällt diese doch nicht an.
- E: Ja aber der Nachteil, es muss eben erbracht werden von Geschäftsreisenden selbst, als der Nachweis. Wir verändern jetzt nochmal das System und wenn der Geschäftsreisende das Formular ausfüllt, dann muss die Kulturförderabgabe auch nicht bezahlt werden. Wir versuchen das grundsätzlich zu vermeiden, indem wir uns freistellen lassen, da ist gerade der Anwalt dran. Indem wir sagen, wir haben zu 99% Geschäftsreisende, bitte befreit uns, muss man abwarten was dabei rauskommt. Was

wir aber feststellen konnten, zumindest ist das meine Einschätzung, das seit der Inkrafttreten der Satzung in Köln, als des Wohnraumschutzgesetzes, es weniger Wohnungen auf z.B. Immobilienscout angeboten werden und ich meine auch, auf Airbnb. Es sind viele die Angst bekommen haben. Das es vielleicht Wohnraumzweckentfremdung ist, ich mache das lieber doch nicht. Oder es ist tatsächlich Wohnraumzweckentfremdung, wo ich das weiß. Es geht um die Wohnungen in der Altstadt, die nur am Wochenende für diesen Sauftourismus vermietet wurden, das ist Wohnraumzweckentfremdung. Das würde zumindestens die Stadt sagen, ein Anwalt würde sagen, ich kann auch nur für drei Tage wohnen. Da wohnen sich nicht über die Länge des Zeitraums definiert. Das ist ganz interessant und spannend. Viele sagen immer wohnen geht erst ab sechs oder 12 Monaten los. Wohnraum definiert sich über den Zustand, ich muss in diesen vier Wänden meinen Tagesablauf/Leben eigenständig führen können, ich muss meinen Haushalt selbständig führen können. Ich bin nicht abhängig von einem Frühstückdienst oder einen Restaurant, ich muss in meinen vier Wänden meinen Alltag selbständig über die Bühne bekommen. Ich habe ein Bett, ich habe eine Küche und so definiert sich Wohnraum. Ich kann natürlich auch eine Wohnung für drei Tage vermieten. Die Leute sagen immer, Wohnraumzweckentfremdung ist die die kurzfristige Überlassung von Wohnraum. Das ist immer was die Stadt sagt und was die Juristen sagen. Da ist eine Diskrepanz und es wird auch sicherlich weiter gestritten, also gegen die neue wird ja auch geklagt. Aber was wir festgestellt haben ist, dass weniger Private ihren freien Wohnraum am Markt anbieten. Das kommt uns natürlich zugute, da wir das Business offiziell betreiben, mit Steuernummer etc., das kommt uns sicherlich zugute durch mehr Anfragen. Das haben wir gefühlt gespürt, das die Anfragen mehr wurden, wobei wir eigentlich immer ausgebucht sind, immer vermietet. Bei uns gibt es den Zustand nicht, das eine Wohnung frei ist.

- I: Du hast auch eben schon gemeint, das auch in der Branche über das Thema Share Economy diskutiert wird, wie wird dort diskutiert, wenn du auf Kongressen bist?
- E: Ich war letztes Jahr auf einem Kongress in Hamburg. Das ist ein Branchentreffen von Service Apartment Anbietern, da sind wir auch bestes Haus geworden in Deutschland mit unserem Konzept. Da war der Chef von 9Flats, der war natürlich schon sehr kritisiert von der Apartment Hotellerie und allen. Weil die [9Flats] sich da hinstellen und sagen, wir machen das, was der Markt verlangt. Wir bieten am Ende ja nur die Plattform an und verleiten aber dazu Wohnungen anzubieten, aber letztendlich muss jeder selber wissen was er tut. Also Juristisch geben sie die Dinge an den eigentlichen Wohnungsvermieter ab. Das hat man schon gemerkt, also diese Konzepte sind anerkannt, die tun der Hotellerie an einigen Stellen weh, an anderen aber nicht wirklich. Aber man hat natürlich Angst, dass es ohne irgendwelche Vorgaben überhandnimmt und so versucht man sich ein bisschen davor zu schützten. Was natürlich kritisiert wird, ist zu sagen wir bieten nur das Portal an, ob man da mitmacht muss jeder selber entscheiden. Da vermittle ich eine Welt, Share Economy, wir sind cool, wir teilen Wohnraum aber viele haben auch ganz klar finanzielle Interessen hinter ihrem Angebot. Airbnb verdient ja auch Geld über die Provision. Ich finde schon, dass sie eine gewisse Verantwortung tragen für ihr Angebot und das nicht den einzelnen Anbietern überlassen sollen, ob das jetzt rechtens ist oder nicht, darf ich das oder darf ich das nicht. Die Anbieter selber müssen Regeln schaffen. So wie Uber auch Regeln schaffen kann für ihre Taxifahrer, die auf Provisionsbasis unterwegs sind. Das sie vorgeben, man braucht eine Versicherung für seine Wohnung, das ist ja auf Airbnb schon wichtig. Also wenn ich da drin bin und etwas kaputt mache, das muss irgendwie geregelt sein.

I: Also es gibt Ansätze von Airbnb, die bieten eine Gastgebergarantie an, so nennt sich das, wo man im Schadensfall bis 800.000 € versichert ist. Was aber tatsächlich bei einem Schadensfall passiert, das weiß ich nicht. Denkst du der Verbraucher hat Vorteile oder Nachteile wenn er über Airbnb bucht?

- E: Nein, das denke ich nicht. Das glaube ich überhaupt nicht. Der Verbraucher der letztendlich eine Airbnb Wohnung bezieht, der genießt im Moment nur Vorteile, da er eine Wohnform erlebt, die bisher so nicht vorhanden war. Es ist preiswert, es ist unkompliziert, man kommt in Kontakt mit Menschen, als ich glaube der Verbraucher hat gar keine Nachteile. Der Staat hat vielleicht Nachteile, da ihm Steuern entgehen, das Thema was wir eben schon erläutert hatten und sicherlich haben die Städte eben auch Nachteile. Ich sage immer, wenn du eine Wohnung hast und vermietest ein Zimmer unter, immer wieder für ein Wochenende wenn man nicht da ist. Erstmal ist es gar nicht klar ob du das darfst. Darfst du diese Wohnung untervermieten, gibt das dein Mietvertrag her? Das ist das größte Problem, es ist immer so am Rande, eine Grauzone, in der ich mich nicht wohlfühlen würde. Und Wohnraum wird im gewissen Maße auch zweckentfremdet, vielleicht nicht bei dir, da die Wohnung ja nicht auf dem [Wohungs-] Markt ist, sondern du schaffst Wohnraum für ein Wochenende für irgendjemanden. Das ist ja genau das Gegenteil von Zweckentfremdung, denn Zweckentfremdung liegt dann vor, wenn du sagst ich miete mir drei Wohnungen und vertreibe die auf Airbnb und nutzte das Geschäftsmodell und verdiene damit Geld. Da entzieht man Wohnungen dem Wohnungsmarkt an dieser Stelle schon. Mit etwas, was sich am Rande der Legalität bewegt.
- I: Denkst du dass für Köln als touristische Destination Vorteile entstehen durch Airbnb?
- E: Auf jeden Fall. Köln ist eine ganz junge Stadt, hat im vergangenen Jahr so viele Touristen wie noch nie gehabt, also für Köln als Stadt, das passt zu Köln. Die Leute kommen, die wohnen hier, die lernen die Kölner kenne, also ich finde es perfekt und es darf auch nicht dem Markt entzogen werden. Es muss eben, diese Extremfälle sollte man unterlassen. Aber für Köln hat es sicherlich nur Vorteile, die Nachfrage ist groß. Die Zielgruppe ist da, das passt zu Köln und ich denke auch die Kölner teilen auch gerne, das passt zu Köln.
- I: Ich komme ich auch schon zu meiner letzten Frage. Denkst du es gibt Airbnb in 10 Jahren noch?
- E: Ja ich denke schon. Airbnb hat ja jetzt auch die kritische Masse erreicht, ich hätte jetzt eher gedacht die gibt es zwei, drei Jahren nicht mehr, aber die sind jetzt am Markt etabliert. Das ist nicht mehr wegzudenken Also Airbnb wird es in 10 Jahren auch noch geben. Es wird sich dem Marktgeschehen anpassen müssen. Was in Amerika erlaubt ist, ist vielleicht hier nicht erlaubt, Airbnb müssen merken, dass dieses globale Dach nicht immer funktioniert in den einzelnen Ländern. Da muss man letztendlich auf die einzelnen Gegebenheiten, nicht nur die Deutschen, vielleicht die Städtischen Gegebenheiten ein bisschen Einfluss nehmen müssen. Es wäre schade wenn es das nicht mehr gibt. Ich finde dieses Konzept toll, dieses teilen ist gut, es hat ja auch ökonomische Aspekte. Aber Airbnb täte gut daran sich auch die lokalen Gegebenheiten einzulassen. Von daher wird es die auch noch in 10 Jahren geben. Da bin ich mit sicher
- I: Hast du sonst noch irgendwelche Anmerkungen?
- E: Spannendes Thema, ich finde es gut das man sich damit auseinander setzt, mit dem Thema gesellschaftlich, aber auch ökonomischen und die Auswirkungen. Und das in dieser Bandbreite, Wertneutral aufzuarbeiten finde ich ein super spannendes Thema. Bin gespannt was dabei raus kommt.

11.6 Transkription: Pension

Datum: 08.09.2015 Ort Köln Betriebsart: Pension

Zimmeranzahl: 7 Zimmer, 1 Apartment

Alter: 45 Jahre Position: Eigentümer

Beschäftigte: 2 (geringfügig)

I: So, jetzt genau beginnen wir mit dem Interview mit Herr XY in Köln am 08.09.2015 Was für eine Betriebsart liegt hier vor?

- E: Ich nenne es eine Pension.
- I: Wie viel Zimmer haben Sie?
- E: 7 Zimmer und ein Apartment.
- I: Zu Ihrer Person. Wie alt sind Sie?
- E: Ich bin (grübelnd)
- I: Wenn Sie es nicht genau sagen möchten, können Sie auch sagen zwischen
- E: Nein, ich kann es genau sagen. Ich muss jetzt überlegen, ich werde dies so selten gefragt. 45 Jahre bin ich.
- I: 45 Ok.
- E: Ich musste überlegen welches Jahr wir haben.
- I: 2015. Und Ihre gegenwärtige Position/ Funktion hier im Unternehmen?
- E: Mir gehört die Pension.
- I: Also Geschäftsführer und Eigentümer. Führen Sie die alleine?
- E: Von der Geschäftsführung ja. Oder meinen Sie ob ich Mitarbeiter habe?
- I: Ja, wie viel Mitarbeiter haben Sie?
- E. Neben mir gibt es noch zwei geringfügig Beschäftigte.
- I: Ja dann waren dies auch schon die Fragen zu Ihrer Person. Dann beginnen wir nun mit den Interviewfragen. Wann haben Sie zuerst vom Begriff Share Economy oder Airbnb gehört, wann war das?
- E: Vor ein paar Jahren. Also genau kann ich das Ihnen nicht sagen.
- I: Was sind die Grundgedanken der Share Economy? Sind die Ihnen bekannt, also was Share Economy ist?
- E: Ich weiß, ich kenn das Geschäftsmodell von Airbnb. Aber ob da jetzt ein Grundgedanke hinter steht, weiß ich nicht.
- I: Wie würden Sie das Geschäftsmodell in eigenen Worten sagen, also erklären?
- E: Also die [Airbnb] vermitteln an Touristen Unterkünfte in Privat Haushalten. (musste überlegen)
- I: Ich kann einmal noch die Grundgedanken der Share Economy erläutern. Also das Grundprinzip heißt "Teilen statt Haben", dass ist so das Grundprinzip. Und dazu gehört auch Airbnb. Sind Sie selbst schon einmal privat mit Airbnb verreist, haben Sie die Plattform schon einmal genutzt?
- E: Nein, aber ich habe Mitwettbewerber von Airbnb, da habe ich mal etwas gebucht, aber das steht noch aus jetzt.
- I: Also welcher, Wimdu, 9Flats?
- E: 9Flats
- I: Warum haben Sie sich dafür entschieden und keine herkömmliche Betriebsart?
- E: Also ich habe überall gekuckt, also ich habe wohl auch in Hotelportalen gekuckt, auch bei Airbnb habe ich glaube ich auch gekuckt und da war das Angebot, sowohl von der Lage als auch vom Preis her am ansprechendsten. Also ich brauch jetzt keine großen Luxus wenn ich verreise. Und ja, es schien mir auch irgendwie passend zu sein, weiß ich ja jetzt noch nicht ab das stimmt. [lacht]

- I: Die Erfahrung steht noch aus, Ok. Ja gut. Darf ich fragen wo es hingeht?
- E: In Paris.
- I: In Paris, OK. *Was glauben Sie, warum nutzt ein Tourist Airbnb?* Also wahrscheinlich die ähnlichen Gründe, die Sie gerade schon genannt haben, Lage, Preis, aber glauben Sie es gibt noch weitere?
- E: Also letztendlich würde ich sagen, es ist schon so ähnlich wie, wie weshalb jemand nicht in ein Hotel geht und eine Pension bevorzugt. Weil er lieber ein persönlicheres Verhältnis zu dem Gastgeber haben möchte, nicht weniger (unverständlich)wie in einer Institution.
- I: Also das persönliche ist das Merkmal von Airbnb, oder warum man..(unterbrochen)
- E: Ja sagen wir mal so, wenn man damit nicht umgehen kann, dass man im Grunde in einer Privatwohnung von jemand anderes liegt, übernachtet, dann würde man ja in ein Hotel gehen und hat da dann seine komplette Privatsphäre. Wobei man das ja letztendlich auch bei Airbnb kriegt, man kriegt ja auch da komplette Apartments.
- I: Ja das stimmt. Also man kann Apartment kriegen, ein Zimmer in einer Wohnung oder wo der Inhaber dann noch drin wohnt oder auch nicht. Das sind die drei Arten. Also das persönliche, der Preis und die Lage sind Ihre Vorschläge.
- E: Ja letztendlich würde ich sagen, der Wettbewerbsvorteil den diese Plattformen haben, ist der Preis, da diese ja auch weniger Steuern zahlen müssen.
- I: Ja das stimmt. Jetzt noch einmal zu Ihrem Betrieb. Was ist Ihre Hauptzielgruppe? Wenn würden Sie als die Hauptzielgruppe definieren? Oder die meisten
- E: Aufgrund der Lage, würde ich sagen Messebesucher.
- I: Messebesucher, ja das hatte ich mir schon gedacht. Haben Sie ein spezielles Angebot für die Messebesucher. Womit Sie sich selber von anderen Pensionen oder Apartments hier im Umfeld abheben, also unterscheiden? Also das die [Messebesucher] Sie buchen und nicht die die Konkurrenz?
- E: Also irgendein jetzt speziellen Leistungsmerkmal, dass andere Häuser nicht bieten oder so, das würde ich jetzt nicht sagen. Ich versuche halt, das so zu machen, dass die Leute wenn Sie gehen zufrieden waren, mit der Leistung. Das Ihnen das Zimmer gefallen hat, das Frühstück geschmeckt hat und so. Das Sie sich nicht mehr versprochen haben bei der Buchung, als Sie bekommen haben. Also das ich versuche offen, auch das so zu zeigen wie es tatsächlich ist.
- I: Wie intensiv ist die Interaktion mit dem Gast? Also, wird wenn er ankommt, ist ein Kontakt da und beim Frühstück oder gibt es noch andere Berührungspunkte wo man sich sieht?
- E: Ja also das Haus ist ja nicht groß, da läuft man sich auch sonst schon über den Weg.
- I: Und dann wird auch ein kleines Gespräch geführt oder?
- E: Nein, also das kommt auf den Gast an. Also ich gehe jetzt nicht speziell auf den Gast zu wenn er mir über den Weg läuft und verwickeln ihn in ein Gespräch, sondern das muss schon irgendwie vom Gast kommen. Also es wird ja auch nicht immer gewünscht, man will ja auch in Ruhe gelassen werden.
- I: Distanz wahren zum Gast, natürlich, das stimmt. Können Sie sich vorstellen, dass das Geschäftsmodell von Airbnb Anreize geben könnte, das eigene Angebot von Ihnen irgendwie zu verändern oder sich vielleicht was abzukucken von der Idee? Ob man irgendwas übernehmen könnte?
- E: Nein, das ist ja auch was anderes. Die Airbnb ist ja eine Vermittlungsplattform und ich vermiete meine eigenen Sachen und bin da begrenzt. Ich habe ja nur diese Zimmer und wenn ich mehr anbieten will dann muss ich ein anderes Objekt kaufen. Und ich will ja nicht für andere Leute vermitteln, das wäre ja was völlig anderes, also
- I: Ja, ja OK.
- E: Oder meinten Sie jetzt bezogen auf die anderen Leute, die über Airbnb vermieten?

I: Ja auch die, aber auch dieses Grundprinzip was Airbnb hat, wie Sie vermittelt. Also das es so auf Emotionen geht und weiß ich nicht, die Art der Website. Ober wie es in den Medien präsentiert wird. Irgendwas, was Ihnen einfällt aus dem Prinzip der Share Economy was man sich vielleicht da abkucken könnte?

- E: Also das man weiß, wer der Gastgeber ist. Das stelle ich auch fest, dass Booking.com das auch versucht, das zu übernehmen. Weil man kann jetzt bei Booking.com Gastgeberprofile anlegen oder sagen "ich bin der Reservierungsleiter oder Hotelmanager" oder was weiß ich, kann man da jetzt machen. Mit Bild und allem möglichem. Ich denke mir, dass das im Hotel eigentlich weniger relevant ist, auch je kleiner das Objekt wird, desto interessanter, so denke ich, wird das für den Gast sein, das er eine Vorstellung hat wo komme ich dahin, mit wem habe ich es da zu tun.
- I: Könnten Sie sich das z.B. für Ihre Homepage vorstellen. "Ich bin der und der…"
- E: Ja also das habe ich das nicht konkret vor, aber das wäre jetzt das was mir so einfällt. Was der Vorteil ist für den Gast. Natürlich ist das in erster Linie dann wichtig, zu wissen, wenn man bei jemanden ist der dann auch da wohnt. Wo man im Gästezimmer übernachtet und das Bad teilt und die Küche oder so. Dann ist das natürlich schon interessant, wer ist da noch und läuft da rum?
- I: Natürlich. Sie haben ja auch ein Apartment, können Sie sich vorstellen das auch über Airbnb zu inserieren?
- E: (Denkpause) Nein
- I: Als Vertriebsweg zu nutzten?
- Ich habe mich dagegen entschieden, weil das, so wie das da funktioniert, passt das E: nicht. Dann müsste ich den Airbnb Gästen bessere Bedingungen anbieten, was die Stornierbarkeit und die Bezahlung angeht, als den anderen Gästen, die über andere Plattformen oder direkt bei mir buchen. Ich versuche das so zu machen, dass wenn einer bessere Konditionen kriegt, das es dann die Leute sind, die direkt bei mir buchen wo keine Provision anfällt. Die sollen die besten Konditionen haben. Soviel ich weiß da man bei Airbnb diese restriktiven Bedingungen nicht machen kann. Kann jetzt sein, dass ich mich irre, aber ich habe mich dagegen entschieden. Es gibt auch so andere Plattformen, die so, sich Hauptsächlich an Rucksacktouristen richten, wo die dann direkt sofort die Vermittlungsprovision an den Anbieter bezahlen und dann die Buchung vermittelt wird. Das möchte ich eigentlich auch nicht, weil ich möchte ja eine Absicherung haben, dass der Gast kommt. Ich will ja nicht nur das der Vermittler abgesichert ist, das er sein Geld hat, sondern ich will ja auch abgesichert sein. Deshalb mache ich das nicht. Denn hier ist auch gerade mit der Lage mit der Messe Es gibt sehr viele Termine wo ich es mir wirklich erlauben kann zu sagen, wenn sie [Gäste] das buchen, dann sind sie auch zahlungspflichtig. Und wenn ich das nicht mehr vermieten kann, weil sie so kurzfristig stornieren, dann müssen sie eine Entschädigung zahlen.
- I: Also nutzen Sie keine weiteren Portale auch nicht Booking.com?
- E: Doch Booking.com und HRS das nutze ich, aber da wie gesagt, da das ja Hotelportale sind, kann man da auch restriktive Stornierungs- und Zahlungsbedingungen hinterlegen. Ich benutzt, ich verwende HRS z.B. nicht mit dieser Standardrate, die bis 18 Uhr stornier bar ist, das mache ich gar nicht. Das kürzeste was ist gibt sind 14 Tage im Voraus, wo man kostenfrei stornieren kann. Und danach nur wenn ich es wieder vermieten kann
- I: Wird dann vom Preis anteilig noch an Sie gezahlt werden müssen oder 50% vom Preis oder muss dann noch immer alles gezahlt werden?
- E: Also die Gesetzes Lage in Deutschland ist so, dass man ersparte Aufwendungen dem Vertragspartner gutschreiben muss. Das kann man pauschalisieren mit 10%, d.h. der Gast müsste im schlimmsten Falle 90% bezahlen.

I: Denken Sie das für Köln als Destination Vorteile entstehen können durch das erweitere Angebot von Airbnb?

- E: (Denkpause) Nein.
- I: Nein. Warum nicht?
- E: Weil es gibt so viele Anbieter und das was, wo Köln ein Vorteil hätte, wenn tatsächlich mehr Unterkünfte da wären. Aber dadurch, dass es einen Vermittler mehr gibt, entstehen ja nicht mehr Unterkünfte.
- I: Also es werde ja teilweise Privatpersonen angesprochen, die vorher nicht die Möglichkeit hatten ein Zimmer zu vermieten.
- E: Wenn Sie jetzt sagen würden, generell durch Airbnb und andere, die dasselbe Geschäftsmodell haben, würde ich sagen ja. Weil es da vielleicht mehr Leute gibt die sich überlegen ihre private Unterkunft anzubieten. Weil das dann einfacher ist Gäste zu finden, als wenn man das alles ganz alleine organisieren würde. Da würde ich sagen ja. Aber wenn man jetzt nur bezogen auf Airbnb, würde ich sagen nein. Wenn er nicht da wäre gäbe es andere Wettbewerber die das ausfüllen würden.
- I: Können Sie eine Tendenz benennen wie sich Ihre Buchungszahlen in den letzten zwei Jahren oder sagen wir einmal 2014 entwickelt haben? Also negativ, positiv, stagnierend bzw. gleichbleibend?
- E: Also ich kann ja nicht mehr Zimmer vermieten als ich habe.
- I: Ja, das stimmt. Oder die Auslastungsrate
- E: Ja also die Auslastungsrate ist eigentlich immer zufriedenstellend gewesen. Es gab da mal, als diese Wirtschaftskrise war, wo es das das Wachstumsbeschleunigungsgesetzt gab. Da gab es davor mal einen Einbruch. Da hat man gemerkt das viele Messen auch nicht mehr so gut besucht waren und das hat sich natürlich auch ausgewirkt auf die Auslastung der Hotels. Aber jetzt sonst keine negative Veränderung festgestellt, ich würde sogar eher sagen positiv.
- I: Das ist doch gut. Was möchte man mehr. *Also würden Sie dann Airbnb als direkten Wettbewerber für Ihr Unternehmen bezeichnen?*
- E: Ja. Also bzw. die Leute die bei Airbnb Ihre Unterkünfte, ja klar, ich würde alle auch andere Hotels auch als Wettbewerber bezeichnen.
- I: Mit den Leuten die, meinen Sie die Leute die Touristen oder die Leute die Inserate einstellen? Wer die Konkurrenz ist?
- E: Die Konkurrenz ist natürlich der Anbieter der Unterkunft.
- I: Der Anbieter der Unterkunft, OK. Denken Sie, dass Airbnb marktverdrängend auf bestimmte Betriebsformen sein kann?
- E: Hier in Köln würde ich das nicht sagen.
- I: Ja hier in Köln, alles auf Köln bezogen.
- E: Hier in Köln wurde ich nicht sagen, weil hier das Angebot an Hotelzimmern bei weitem an vielen Terminen nicht der Nachfrage entspricht. Also Köln hat relativ wenig Hotelzimmer verglichen mit anderen Städten. Also Frankfurt hat z.B. Viel mehr Hotelbetten als Köln, obwohl Köln viel mehr Einwohner hat.
- I: Also ergänzt Airbnb das Portfolio mehr oder weniger in Köln?
- E: Also ich würde sagen, bezogen auf Köln aufgrund der Marktsituation nur in Nebenzeiten. Wenn z.B. im Sommer kein Geschäftsreisende mehr kommen und nur Touristen, würde ich sagen ist das für Hotels die immer geöffnet haben müssen. Natürlich würden die das merken. Aber ich, ich jetzt nicht, weil ich zu diesem Zeitpunkt selber Urlaub mache und mein Haus schließe.
- I: Ok, man muss ja auch irgendwann mal Urlaub machen. *Wie wird das Thema Share Economy generell in der Tourismusbranche diskutiert?* Haben Sie da einen Austausch mit anderen Geschäftsführern/Geschäftsführerinnen wie darüber gedacht, gesprochen wird.

E: Selten. Also ich persönlich kenne also nur einen anderen Hotelier näher. Und habe ich mit dem über sowas gesprochen? Also wenn dann ist das für Ihn auch kein Problem. Es ist natürlich generell ein Problem aufgrund der unterschiedlichen Besteuerung. Würde ich sagen es ist Wettbewerbsverzerrend wenn Leute die bis zu sechs Betten anbieten, das die keine Mehrwertsteuer abführen müssen. Für jetzt Leute wie mich, die jetzt bis zu acht Zimmer haben. Das ist ja jetzt ein so ein großer Unterschied. Wenn man jetzt natürlich jetzt ein Hotel mit 50 Zimmer hat, muss generell anders kalkuliert werden, da hat man ja auch von den Personalkosten. (Pause)

- I: Also es wird also gar nicht, es ist also nicht so präsent, könnte man sagen? Oder Sie haben es gar nicht auf dem Schirm, weil es für Sie irgendwie irrelevant ist.
- E: Ja für mich ist es nicht so relevant, aber grundsätzlich ist es natürlich schon ein Problem. Es gibt ja nicht nur Orte wo eine dicke Messe ist. Sondern es gibt ja auch einfach die ganz normale, was weiß ich, also in der Eifel oder im Bergischen Land irgendwelche. Wenn da eine Pension ist mit 18 Mann, die muss ich natürlich vergleichen lassen. Und da kommen natürlich keine Geschäftsreisenden hin, für die die Mehrwertsteuer dann wieder abgezogen werden kann. Sondern das die im Vergleich, der normale Tourist die Preise inklusive Mehrwertsteuer sieht. Da ist das natürlich eine Wettbewerbsnacht wenn man da die Mehrwertsteuer abführen muss.
- I: Wie viele gesetzliche Auflagen unterliegen Ihrem Unternehmen? Können Sie das so grob schätzten? Können Sie das so grob sagen, also steuerrechtliche, sicherheitstechnische oder eine Zahl nennen.
- E: Nein
- I: Also so ungefähr, zweistellig, einstellig?
- E: Also die meisten Dinge werden sicher baurechtliche Sachen sein, womit ich jetzt nicht so viel zu tun hatte, da das Gebäude schon stand.
- I: Wie lang ist das schon in Ihrem Besitzt?
- E: Seit 2006
- I: Ok. Sie sagten ja gerade schon, dass das mit der Steuer Wettbewerbsverzerrung ist.
- E: Ja, also da gibt es ja auch noch die Kulturförderabgabe. Die alte Kulturförderabgabe wurde auch erhoben von Gästen die in Privatunterkünften übernachten gegen Entgelt. Die neue aber nicht. Da zahlen das nur Gewerbetreibende. Bzw. Gäste die in Unternehmen übernachten die Gewerbetreibende sind. Das ist ja dann zusätzlich, man kann sagen, es gab ja diese Steuersenkung auf 7%, was dann diesen Unterschied verringert hat und dann kommt jetzt die Kulturförderabgabe wieder oben darauf, da sind wir dann auch wieder ungefähr bei derselben Situation wie vor der Steuersenkung.
- I: Wenn sind Sie ja nicht immer betroffen, da die Geschäftsreisen ja nicht belangt werden.
- E: Doch. Die Meisten Geschäftsreisenden zahlen auch Kulturförderabgabe, weil die für 11,50 €, diesen Aufwand nicht betreiben, den die Stadt Köln verlangt.
- I: Ach, die zahlen es dann trotzdem, ja das sind ja diese drei Seiten.
- E: Ja die wollen dann nicht diese drei riesen Formular, mit persönlichen Angaben, wenn sie hier ankommen und vorher davon nichts wussten. Gar nicht alles im Kopf haben, Steueridentifikationsnummer und andere Dinge die dort abgefragt werden. Und dann muss man ja auch, wenn man Arbeitnehmer ist eine Arbeitgeberbescheinigung haben. Das ist ja auch alles ein Aufwand. Wenn der Arbeitgeber dann sagt, gut das bezahlen wir, warum soll sich der Arbeitnehmer sich den Aufwand machen.
- I: Also hören Sie dann Beschwerden von Ihren Gästen?
- E: Da gibt es auch einige die ich hatte. Da waren jetzt einige aus Kroatien, denen war das nicht klar, dass das noch erhoben wird, obwohl das bei Booking.com wird das auch nicht so, die machen das so. (Seufzern) Die kucken sich die Rechtslage an, wie ist das

in dem Land [Herkunftsland des Gastes] muss im Endpreis alles enthalten sein ja oder nein. Und wenn nicht alles enthalten ist, dann kucken die natürliche, das sie sich möglichst nicht nachteilig gegenüber den Wettbewerbsportalen darstellen. D.H. es nehmen ja dann alle den Preis, wo nur die Bestandteile rein müssen die rein müssen. Und klar die sagen mir, wenn ich sage ich möchte aber, dass auch in Kroatien der Preis inklusive Kulturförderabgabe ausgewiesen wird. Da sagen die mir nein, denn dann sind wir ja teurer als HRS, weil die zeigen es ja auch nicht an. Jetzt waren z.B. Gäste aus Kroatien, die dann kommen, die wundern sich dann wenn da jetzt noch was oben darauf kommt. Obwohl das dann schon irgendwie im Kleingedruckten dann stand. Also da stand für Geschäftsreisende fällt das dann nicht an, die müssen es nachweisen, mehr ist da nicht erläutert. Also die müssen dann hier, muss die Arbeitgeberbescheinigung muss eine bestimmte Formulierung enthalten. Die muss auf Deutsch sein, muss eine bestimmte Formulierung enthalten und dann muss eben dieses Formular mit all diesen Angaben ausgefüllt werden. Die man, wenn man darauf nicht vorbereitet ist gar nicht alle im Kopf hat.

- I: Was ist Ihre Meinung, das ist jetzt auch wieder seit letztem Jahr erneuert worden, das Gesetzt zur Zweckentfremdung von Wohnraum? Ist das Ihnen geläufig?
- E: Ist mir geläufig, aber ich wüsste nicht, das es das gäbe hier in Köln. Das hat es mal gegeben, ist aber abgeschafft worden.
- I: Doch, am ersten Oktober oder Dezember letzten Jahres, doch es war im Juli. Es gab es ja vorher schon, aber es wurde jetzt für 5 Jahre bis 2019 erneuert.
- E: Das betrifft aber doch nur Leute die Mieter einer Wohnung sind?
- I: Ja genau Mietwohnungen, Eigentümer sind nicht betroffen.
- E: Ja, Ok. Das ist noch der Stand den ich hatte, dass man als Eigentümer machen kann was man will.
- I: Haben Sie nicht auf dem Schirm. Betrifft Sie ja nicht also müssen Sie sich nicht beschäftigen.
- E: Ja, das finde ich auch richtig. Also wenn ich eine Wohnung miete, dann möchte ich, wenn ich eine Wohnung kaufe dann möchte ich ja auch mit meinem Eigentum machen können was ich will und nicht beschränkt sein.
- I: Denken Sie, so etwas ist sinnvoll, so ein Gesetz gegen Zweckentfremdung von Wohnraum?
- E: Ja, zumal es ja in Köln zu wenige Wohnungen gibt, bezogen auf die Nachfrage.
- I: Welche Nachfrage meinen Sie? Einwohner Nachfrage oder die touristische?
- E: Nachfrage nach Wohnraum in zentraler Lage. Nicht touristisch sondern Dauerhaft.
- I: Also für Einwohner, die wohnen wollen in Köln. Was ja nicht so unbedingt leicht ist, eine Wohnung zu finden in Köln. Ich möchte das jetzt noch einmal genauer darstellen mit den Wettbewerbsvorrausetzungen bzw. der Wettbewerbsverzerrung. Das ist einmal Steuer, das mit der Kulturförderabgabe, dass das auf Airbnb nicht erfolgt.
- E: Und die Mehrwertsteuer. Was ja auch rechtens ist, die Mehrwertsteuer bezogen auf den Mietpreis. Nicht jetzt bezogen auf die Provision, da wird Mehrwertsteuer drin sein. Auf den Mietpreis des Objekt solange der Gastgeber nur bis zu sechs Betten anbietet, muss er ja kein Gewerbe anmelden, und also auch keine Mehrwertsteuer abführen.
- I: Also Gewerbesteuer kommt auch noch hinzu. Denken Sie, dass die Politik gesetzliche Regulierungen an neue Marktteilnehmer anpassen muss, im Vorbehalt der Digitalisierung heute? Das es teilweise noch Gesetzte sind, die veraltet sind, die einfach nicht aktuell sind?
- E: Meinen Sie jetzt grundsätzlich ob es mögliche wäre, wünschenswert wäre oder konkret in dieser Situation, ob ich da der Meinung bin, dass man jetzt was machen soll

I: Also generell, grundsätzlich. Und wenn Sie jetzt schon ein Idee haben was man jetzt machen sollte?

- E: Also grundsätzliche sollte man immer reagieren auf neue Entwicklungen. Wenn man sieht, dass sich da irgendwas entwickelt, was man im Sinne der Allgemeinheit nicht wünschenswert hält. Dann muss man natürlich auch reagieren auch mit Gesetzen. Jetzt konkret (fragend)?
- I: Auf das Beispiel mit Airbnb
- E: Ja. (Denkpause) Also wie gesagt gegen diese Kulturförderabgabe bin ich auf jeden fall, weil sie das alles so unheimlich kompliziert macht. Und ich denke, wenn die Stadt Köln sagt, wir möchten das gerne abschöpfen, was durch die Mehrwertsteuersenkung frei geworden ist. Denke ich, könnte man weniger bürokratischer Lösungen finden, indem man z.B. die Gewerbesteuer für Beherbergungsunternehmen erhöht. Ich weiß jetzt nicht ob das geht, ob man für die Branchen unterschiedlichen machen kann. Wissen Sie, das ist eine Steuer die zahle ich einmal im Jahr. Die wird einmal berechnet nach dem Gewinn oder meiner Steuerlast. Und da würde ich sagen, na gut. Die Stadt Köln hat zu wenig Geld, meinetwegen. Aber durch diese Kulturförderabgabe, fließt ja nicht nur Geld ab, sondern das ist ja auch eine unheimliche Bürokratie und ein unheimlicher Aufwand, den ich mit jedem Gast, der hier ankommt, habe. Dem ich das erklären muss und wenn der das dann nicht bezahlen will, diesen ganzen Papierkrieg. Und dann muss das ganze ja auch auf der Rechnung ausgewiesen werden. Also Leute die da eine Software haben, brauchen Software Updates um das überhaupt darstellen zu können. Ich habe die von Hand geschrieben, ich konnte mir meine Vorlage selber basteln, aber das ist natürlich auch alles Aufwand. Und dann für relativ wenig Geld, was dann dabei rumkommt was zustande kommt, wenn wirklich nur die Leute zahlen würden, die es zahlen müssen. So wie es die Stadt Köln jetzt macht, ist es in meinem Haus so, dass viele Geschäftsreisende es trotzdem machen und da hat die Stadt Köln ihr Geld. Aber wenn jetzt wirklich nur die privat Reisenden zahlen würden, die kommen ja zu der Zeit wo es billig ist, das bedeutet, das ist gemessen am Umsatz der viel geringere Teil.
- I: Können Sie sich vorstellen das der Verbraucher Nachteile oder Vorteile hat wenn er mit Airbnb bucht, die er bei Ihnen hätte oder nicht hätte?
- E: Können Sie die Frage wiederholen?
- I: Können für den Verbraucher Nachteile oder Vorteile entstehen wenn er Airbnb nutzt als Buchungsportal und über die Airbnb Website bucht?
- E: Ja. Ich denke mal, wenn er direkt über ein Hotel oder über HRS oder Booking.com etwas bucht, das er da natürliche eine professionellere Leistung bekommt, als wenn er in einer Privatunterkunft unterkommt.
- I: Inwieweit würden Sie professionell definieren?
- E: Das er bezogen z.B. auf die Anreisezeit sich nicht festlegen muss im Vorfeld wann er ankommt. Wenn ich jetzt bei einem Privatmann übernachte, muss ich ja irgendwie im Vorfeld kommunizieren wann ist jemand im Haus da und was passiert wenn mein Zug, mein Flug Verspätung hat. Muss ich dann anrufen oder wie läuft das dann. Dann ist es natürlich eine andere Art, das kann man natürlich machen...(Pause) Ich persönlich habe damit jetzt kein Problem wenn ich nach Paris fahre, zu sagen ich komme dann und dann an mein Zug wird dann ungefähr da sein. Und dann auch Bescheid zu sagen wenn der Zug Verspätung hat oder sich etwas ändert. Das ist natürlich schon weniger Flexibilität, als wenn ich ein großes Hotel komme, bei mir jetzt nicht, wo es einen Nachtportier gibt, wo ich im Grunde rund um die Uhr anreisen kann. Das ist jetzt nur ein Punkt, es gibt sicherlich noch andere Sachen.
- I: Jetzt mal auf Ihr Beispiel nach Paris bezogen, haben Sie da irgendwelche Vorteile?

E: Vorteile würde ich sagen auf jeden Fall der Preis, das ich jetzt irgendwo preiswert übernachten kann und jetzt nicht gezwungen bin, weil alles preiswertes in den Hotels schon ausgebucht ist, etwas Teures zu nehmen. Und dort eine Leistung einzukaufen die ich selber gar nicht brauche. Ich brauche jetzt kein Hotel wo eine Sauna ist, Swimmingpool oder irgendwelche Bademäntel oder Schuhputzmaschine oder was weiß ich. Das brauche ich alles nicht. Wenn ich dort hinfahre, dann will ich einfach irgendwo schlafen, will ein Badezimmer haben. Wenn dort dann schon alles Preiswertes weg ist und nur noch schäbige Sachen und ich müsste dann in ein teures Hotel, dann ist es in erster Linie natürlich der Preis. Und was jetzt auch so ist, wenn man irgendwo übernachtet wo man einen Gastgeber hat mit dem man evtl. mehr Chancen hat zu kommunizieren, dann ist das natürlich auch, bezogen wenn ich jetzt Tourist bin und Leute kennen lernen will, etwas was ich dann gerne habe. Wenn ich alleine irgendwo hinreise, in ein fremdes Land will ich auch vielleicht ganz gerne jemanden haben mit dem ich besprechen kann, was kann ich unternehmen, wie läuft das hier und habe dann eine persönliche Interaktion, die etwas anders wäre wenn ich in ein Hotel gehe. Da kann ich diese Fragen natürlich auch alle stellen, fühl mich aber vielleicht nicht so persönliche betreut, wie wenn ich so etwas mache.

- I: Weil die Person hinter der Rezeption in einem Anzug, Uniform dort steht und nicht in normaler Kleidung.
- E: Ja und auch vielleicht weil die weniger einen so persönlichen Blick auf die Dinge hat, sondern jeher standardisiert antwortet.
- I: Glauben Sie, bei Ihnen kann ich es mir jetzt weniger vorstellen da Sie ja ein kleiner Betrieb sind, aber das z.B. die großen Hotels einfach zu standardisiert sind? Ab 50 Betten aufwärts?
- E: Generell würde ich das nicht sagen. Es kommt ja darauf, was man will als Gast. Man will ja evtl., wenn ich jetzt ein großes Unternehmen bin und ich sage meine Mitarbeiter sollen einen bestimmten Standard haben [bestimmten Standard im Hotel bekommen]wenn ich die irgendwo hinschicke dienstliche. Die dann gezwungen sind da zu übernachten und ich sage dann, wenn ich will, dass es einem Mindeststandard entspricht, den ich dann festlegen kann. Ich sage jetzt, dass es mindestens vier Sterne hat, die Geschäftsführung die ich dann dort hinschicke auf den Kongress. Dann ist es natürlich gut, wenn es dort Standardisierung gibt, wo ich dann, auch wenn ich verschiedene Anbieter habe, das vergleichen kann und sagen kann wenn das eine Hotel ausgebucht ist nehmen ich das mit dem ungefähr selben Standard. Das ist dann auch positiv. Aber es kommt halt darauf an was man will.
- I: Was der Einzelne oder die Firma möchte. Können Sie sich vorstellen, ist Ihnen Über bekannt?
- E: Ja
- I: Da wurden z.B. in Hamburg rechtliche Schritte gegen Uber erlassen von der Taxi-Branche. Können Sie sich vorstellen dass so etwas auch passieren könnte mit Airbnb?
- E: Dasselbe jetzt vielleicht nicht, da es in der Branche ja weniger Regulierung gibt, als in der Personenbeförderung. Ich kann ja, ich darf ja Fremdenzimmer anbieten in einem Privathaushalt. Das ist ja nicht verboten. Anders als entgeltliche Beförderung von Personen im Straßenverkehr.
- I: Also glauben Sie nicht, dass so etwas passieren könnte, weil es alles erlaubt ist?
- E: Ich denke nicht, jetzt mit der aktuellen Rechtslage kann das nicht passieren, wenn natürlich jetzt keiner auf die Idee kommt diese Rechtslage zu ändern, aber ich sehe jetzt nicht, dass das angestrebt wird von irgendeiner Seite.
- I: Jetzt komme ich auch schon zu meinem Abschluss. *Glauben Sie dass es Airbnb in 10 Jahren noch geben wird?* Also das Unternehmen gibt es ja erst seit 2008.

E: Also Sie meinen jetzt speziell dieses Unternehmen? Also nicht generell irgendein Unternehmen

- I: Ja also Airbnb in der Form das Unterkünfte vermittelt werden an privt oder nicht privat Leute.
- E: Würde ich sagen ja. Also wenn ich mich jetzt entscheiden müsste, ja, nein. Würde ich sagen ja.
- I: Und warum?
- E: Ich sehe jetzt nicht das die irgendwie...Selbst wenn des in irgendeinem Land verboten würde oder Regulierungen gäbe die das Geschäftsmodell unmöglich macht. Gibt es da ja immer noch ganz viele andere Länder. Das ist ja ein Unternehmen was weltweit aktiv ist. Ich denke mir schon, dass es das dann noch gibt.
- I: Ok. Das war es auch schon von meiner Seite aus. Haben Sie noch irgendwelche Dinge, die Sie spontan noch loswerden möchten oder was Sie sich vielleicht erwartet hatten von dem Gespräch?
- E: Nein.
- I: Gut dann bedanke ich mich bei Ihnen.

11.7 Transkription: Markenhotel

Datum: 29.09.2015 Ort: Köln Betriebsart: Markenhotel (Konzernhotel)

Mitarbeiteranzahl: 36 Zimmeranzahl: 103 Alter: 42 Gegenwärtige

Position: Hoteldirektor und Platzsprecher

- I: Wann haben Sie zum ersten Mal vom Begriff Share Economy und auch Airbnb gehört?
- E: Vor vier oder fünf Jahren vielleicht. Man muss dazu sagen, dass Köln eine Destination ist, es ist Medienhauptstadt, hier werden teilweise ganz komische Konzepte gestrickt, hier wird auch einfach mal was ausprobiert. So richtig in Verbindung damit gekommen ist man so vor drei, vier Jahren als es einen großen Aufschrei gab in der Stadt. Als man mitbekommen hat, dass auch Hotels, privat Zimmer vermieten, aus welchen Gründen auch immer. Da wurde man dann ein bisschen hellhörig. Ansonsten das man grundsätzliche private Zimmer zur Verfügung stellt, dass kenn ich schon aus meiner Lehrzeit in Frankfurt. Da hat man zur Buchmesse oder IHA, wo es noch nicht so viele Hotels gab, da war es normal, dass sich Leute in Altenwohnheimen, Seniorenresidenzen oder Wohnheimen eingemietet haben für diese eineinhalb Wochen. Ganz krass gesagt, wenn einer gestorben ist, haben die das Zimmer einfach weitervermietet, weil die so schnell keinen neuen kriegten. So gesehen ist das Thema nicht neu, es ist aber in einer neuen Art und Weise an uns herangetreten. Früher waren das solche Geheimtipps, da hat man das unter der Hand gemacht, sag ich mal. Aber heute durch das ganze Web. 2.0. und die Transparenz, ist es viel öffentlicher geworden.
- I: Können Sie auch die Grundgedanken der Share Economy mit eigenen Worten wiedergeben?
- E: Eigentlich geht es darum über seine Erfahrung in Kommunikation zu treten, etwas zu teilen, etwas mitzuteilen, etwas anzubieten, was andere interessieren könnte und entsprechende Erfahrungsberichte dazu positiv oder negativ zu kommentieren. Und das ist ja wie so ein Kreislauf, irgendjemand stößt die Kugel an und sie rollt immer weiter.
- I: Wie würden Sie das Geschäftsmodell von Airbnb beschreiben?
- E: Grundsätzliche? Leute die Ihre Wohnung oder ihr Bett zur Verfügung stellen, um Gäste zu beherbergen.
- I: Haben Sich auch schon mal selber privat Airbnb oder ähnliche Plattformen genutzt?

E: Also ich muss ganz ehrlich sagen, ich habe mich darüber informiert, weil ich mal ein Zimmer gesucht habe, zu einem Zeitpunkt und an einem Ort, in einer Stadt, wo es zu diesem Zeitpunkt sehr schwierig war ein normales Hotelzimmer zu bekommen. Wo ich gedacht habe, probiere ich das einfach mal, schauen wir mal was dabei raus kommt. Es kam aber nichts dabei raus, man hat nicht auf meine Anfrage geantwortet. Aus welchen Gründen auch immer, vielleicht weil ich zu explizit oder konkret gefragt habe, oder weil mein Profil nicht dazu gepasst hat. Ich bin dann nachher trotzdem in der kommerziellen Hotellerie hängen geblieben.

- I: Wann war das und wo?
- E: Dieses Jahr, noch nicht so lange her, in Berlin.
- I: Oh, Ok, das ist verwunderlich.
- E: Es gab genügend Angebote, aber keiner hat gewollt.
- I: Was können Sie sich den vorstellen warum ein Tourist generell Airbnb nutzt?
- E: Natürlich und das sehen wir auch im normalen Hotel, es geht immer um dem Preis. Also am ersten, meiner Meinung nach ist der Preis, oder das Budget was der Hotel oder Airbnb Kunde zur Verfügung hat, um sich ein schönes Wochenende oder eine schöne Woche, zu machen zur Verfügung hat. Ich denke das ist die Grundvorrausetzung und dann schaut er was er für sein Limit an Geld für ein Angebot bekommt. Dass das vielleicht auch mal andersherum ist, das er sieht die Hotels sind zu teuer, ich schaue mal ob ich etwas etwas günstigeres bekommen. Und dann entsprechend auf solche Unterkünfte stößt, ist denke ich legitim. Aber der Grundansatz ist unsere Schnäppchen-Mentalität, unsere Geiz ist geil Mentalität, das ich schaue wo ich Geld sparen kann. Oder wo kann ich günstig übernachten, um mein Haupt zu betten.
- I: Können Sie sich noch weitete Motive vorstellen neben dem Preis?
- E: Vielleicht gerade bei jüngeren Leuten kann ich mir vorstellen, neue Leute zu treffen, neue Kulturen kennenzulernen, neuen Freundeskreis kennenzulernen. Vielleicht auch wenn man in eine Stadt zieht, zu sagen ich übernachte mal ein meiner Stadt, mal schauen wen ich da so kennen lerne. Anstatt sich in eine Kneipe zu setzten, was ja nicht überall so einfach ist wie in Köln. Ansonsten ist das auch mittlerweile eine moderne Art geworden zu reisen. Ich würde nicht sagen, dass es normal geworden ist, es ist auch nichts Verwerfliches oder anstößiges wenn man sagt, ich vermiete dir mein Zimmer oder mein Bett, Couch.
- I: Also ein Angebot, was das vorhandene Angebot erweitert?
- Auf eine gewisse Art und Weise. Meiner Meinung nach darf man das nicht mit dem E: klassischen Hotelgewerbe vergleichen. Das ist es wo ich denke, das ist der große "Kasus knaktus" [springender Punkt]dem man immer in die Waagschale wirft. Und man vergleicht Airbnb mit einem klassischen Hotel. Das ist eine totale Fehleinschätzung. Ein Airbnb Kunde hat schon einen Mietvertrag mit einem Vermieter, der müsste sich erstmal grundsätzlich darüber im klaren werden, ob er das untervermieten darf. Der hat erstmal nicht die gesetzlichen Auflagen die wir alle erfüllen müssen als Hotel. Sei es Brandschutz, sein der Sicherheit etc. Dort ist der außen vor, ganz weit hinten. Dann kommt hinzu, dass die teilweise können die keine Rechnung ausstellen. Das ist nicht eins zu eins zu vergleichen. Wenn ich privat Reise und keine Rechnung dafür brauche, da ist mir das egal, wo ich mein Geld abgebe. Da kann ich das Geld Ihnen geben oder dem, da brauch ich keine Rechnung da ist mir das egal. Aber wenn ich geschäftlich verreise und ich kann eine Rechnung haben, dann kann ich keine Reisekostenabrechnung machen. Es gibt vielleicht auch Airbnb Kunden die es dürfen, weil sie es als Kleingewerbe oder Nebengewerbe betreiben, aber ich muss mir immer im Klaren sein, es ist nicht das klassische Hotel. Und es ist nicht so das dort mit entsprechenden Service-Leistungen, Qualitätsansprüchen etc. zu

rechnen ist. Wenn im Hotel irgendwas schief geht, kann ich mein Geld zurückfordern. Das kann ich da auch probieren, aber Airbnb wird sich immer zurückziehen und sagen, dass hast du mit dem Vermieter zu klären und nicht mit mir. Da darf man nicht die gleiche Menge Gewicht in die Waagschale werfen.

- I: Und was hören Sie von Reaktionen wenn Sie mit Kollegen aus der Branche reden?
- E: Ganz unterschiedlich. Es gab, wie gesagt einen großen Aufschrei vor ein paar Jahren, als das so losging. Ja, das Angebot ist da, man muss sich dem Wettbewerb stellen, aber wie gesagt, die meisten sehen das auch so wie sich, dass es ein Zusatzangebot ist, was der nutzten kann der es nutzten möchten, aber es für die klassischen Geschäftskunden nicht die Alternative darstellt.
- I: Sie fühlen sich nicht gefährdet?
- E: Nein. Das einzige was ich mir vorstellen könnte ist, wenn jetzt solche Leute, Monatszimmer oder Monteure die einen ganzen Monat da sind, da kann ich das verstehen, wenn die das anrechnen wollen, da man Mietkosten anrechnen kann. Aber teilweise mieten ja auch Firmen ganze Wohnungen, da ist dass das gleiche Prinzip, da denke ich ja. Aber für die Einzelübernachtung ist das sicherlich kein großes Risiko.
- I: Wenn können Sie sich vorstellen, ist am meisten gefährdet durch Airbnb?
- E: Also am meisten gefährdet sind die kleinen Unternehmen, die kleinen Hoteliers. Die stehen sowieso schon im Kostendruck gegenüber den großen Unternehmen. Denen wird irgendwo die Luft abgegraben, dort ist auch leider irgendwo eine Preisspirale nach unten, muss man leider sagen. Da muss man ehrlich sein und sagen, Berlin ist auch da der größte Markt, aber wenn ich mir da das Preisgefüge anschaue, ist es nicht normal wenn ich in einem fünf-Sterne Hotel mit Frühstück 99 Euro zahle. Jetzt muss ich das aus der anderen Perspektive sehen. Was sollen denn ein vier-, drei-, zwei-Sterne, was eine Jugendherberge am Ende noch übrig bleiben. Die Kostenspirale dreht sich ja immer nach unten, von einen Ausgangpunkt, wo der Einstiegspreis schon gering ist. Und da bleibt am Ende nicht mehr viel übrig. Um am Ende wollen wir Hoteliers Geld verdienen. Das ist unsere Hauptaufgabe als Hoteliers. Und da wird es dann umso schwieriger. Und da fängt es dann an, dass es dann auch Hotels gibt, die sich nicht mehr an die Standards halten, an Sicherheitsbestimmungen, was ich frevelhaft finde, aber trotzdem meine 50 Euro kassiere, und meine Wartung nicht mehr mache, das geht überhaupt nicht. Da ist der Gedanke in den Köpfen der Menschen falsch gepolt. Wenn man heute nach London oder Paris geht, da sind alle bereit 250-300 Euro für eine Nacht hinzulegen. Aber in Deutschland keiner. Da jammern die, wenn zur Messezeit die Preise in diese Richtung gehen, aber ansonsten will ich das Zimmer für 99 Euro haben. Und das ist irgendwo krank. Und wenn ich dann mit einem Produkt oder Airbnb Produkt auf den Markt komme, Ok, ich bin nur Zwischenhändler oder Tagesvermietet für so ein Zimmer, das ist irgendwo so schwierig, schwierig greifbar für mich.
- I: Was würden Sie denn sagen sind Ihre Angebotsvorteile gegenüber dem Angebot von Airbnh?
- E: Angebotsvorteile, ich denke man hat grundsätzlich als Unternehmen oder Markte bestimmte USPs, und Standards, die auch durch die DEHOGA klassifiziert sind. Das bedeutet, ich kann mich darauf verlassen das ich in einem vier- Sterne Hotel den Standard erwarte den ich in einem vier-Sterne Hotel erwarte. Bei Airbnb habe ich keine Ahnung, das kann auch dem Foto schön sein, aber ich habe keine Klassifizierung. Ich kann mich anhand der Nutzer und Kommentare daran etwas orientieren, das es schön und die Leute nett waren, aber ich kann mich nicht darauf verlassen, dass das eine Top Qualität wäre, wenn ich das mit dem Hotelgewerbe vergleiche. Man hat natürlich immer ein gewisses Risiko, das hat man im Hotel auch. Manche Hotels sind modern, mache neuer, mache etwas älter, aber der grundlegende

Gedanke dieser Hotelklassifizierung, ist das man einen gewissen Standard bereithält, denn man dann erwartet und bezahlen sollte.

- I: Wenn man die aktuelle Stimmungslage betrachtet von Airbnb und der Hotellerie, so wie es in der Presse dargestellt wird, dann sagen die einen es findet eine Wettbewerbsverzerrung statt, da Airbnb Inserate nicht den gleichen Standard unterliegen, wie im üblichen Gewerbe, sehen Sie das auch so oder kann man das nicht vergleichen?
- E: Ja. Ich denke für einen Privatier, also wenn ich jetzt heute privat irgendwo hinfahre, klar dann überlege ich mir auch. Ich habe Summe X zur Verfügung und möchte das und das alles machen, und dann bleiben mir 50 Euro für die Übernachtung übrig. Dann muss ich schauen wo ich mit den 50 Euro hinkomme. Wenn ich dann eine nette Umgebung finde, wo ich für 50 Euro übernachten kann, dann ist es den meisten, glaube ich egal, ob es Airbnb oder ein Hotel ist. Aber bietet eine Stadt so etwas dann nicht, zu Messe Zeiten z.B., da gehen auch nicht alle mit den gleichen Kurs. Da kann es natürlich von Vorteil sein, wenn ich irgendwo hinmöchte, wenn ich irgendwo für 50 Euro lustig auf dem Sofa übernachten kann.
- I: Aber das wenn auf Airbnb eine gewerbliche Nutzung stattfinden, diese aber nicht offiziell angemeldet ist, das dann eine Wettbewerbsverzerrung stattfindet.
- E: Es ist grundsätzlich Wettbewerb, das will ich gar nicht verkenne. Anderseits zieht es auch mehr Gäste in die Stadt. Es ist ja nicht nur so, das nur die Hotels von den Touristen profitieren, sondern auch der ganze Einzelhandel der damit hinten dran hängt. Wenn einer bei Airbnb schläft gibt er ja trotzdem Geld in der Stadt aus, das muss man ja theoretisch da hinein rechnen. Klar, das macht ein Hotelier auch, aber da kommt es noch hinzu wenn wir was haben als Hotel, wir beauftragen ja auch lokale Firmen, das ist ja sozusagen auch wieder ein Kreislauf der sich dort schließt. Bei Airbnb der wird auch jemanden beauftragen, aber eigentlich hat er einen Vermieter, der sich um den ganzen Driss kümmert. Ich finde das ein bisschen zwiespältig, ganz ehrlich.
- I: Also entstehen für Köln als Destination Vorteile durch Airbnb?
- E: Ja, ich denke schon.
- I: Wenn würden Sie als Ihre Hauptzielgruppe vom Unternehmen definieren?
- E: Also für uns sind es hauptsächliche Geschäftskunden, Tagungskunden und am Wochenende hauptsächliche Freizeitreisende.
- I: Könnten Sie sich vorstellen dass sie an Airbnb Kunden verlieren?
- Also ich weiß, dass allein hier in der Straße vier oder fünf Wohnung angeboten E: werden, sogar welche direkt im Nachbarhaus. Da denke ich mir dann, wenn man sich das anschaut im Internet, die Preise kann man ja aufrufen, ich muss dann sagen, soviel günstiger finde ich das dann nicht. Das sind zwar schicke Wohnungen, da hat einer auch viel Geld dafür bezahlt, als entweder Eigentümer oder Mieter, der will sich auch ein Stück seines Kuchens, seiner Monatsmiete refinanzieren. Das merkt man dann auch schon im Preis. Dann ist für mich die Überlegung, was habe ich für einen Vorteil wenn ich dort hingehe und trotzdem 100 Euro bezahlen muss die Nacht? Ich muss mein Frühstück selber machen, treffe vielleicht in paar lustige Leute. Im Hotel zahle ich auch vielleicht 100 Euro, kriege mein Frühstück gemacht, das gibt es dort auch, nicht abgesprochen, ich denke das ist so ein Generationen Ding. Das sind wahrscheinlich eher jüngere, so wie früher in meinem Alter, die Backpacker, die mit dem Rucksack durch Europa getourt sind mit dem Zelt. Heute hat keiner mehr Lust auf dem Boden im Zelt zu schlafen, da miete ich mir lieber ein Sofa bei Airbnb. Ich würde das eher so sehen, die Generation die im Hotel übernachtet, sind eher Ältere (40+), wo ich der Meinung bin, die würden nicht zu Airbnb gehen. Also ich kann das nicht verbindlich sagen, aber so stelle ich mir das vor, das die nicht die potentiellen

Kunden für Airbnb sind. Da sind bestimmt ein paar Ausnahmen dabei, wie in jeder Generation Ausnahmen gibt, aber die Mehrheit eher nicht.

- I: Können Sie sich denn vorstellen, es muss ja irgendeinen Grund haben, das Airbnb solch eine Beliebtheit erlangt, das sich die Hotellerie etwas von Airbnb abschauen könnte?
- E: Ich denke, man kann sich vielleicht die Art und Weise, welchen Trend die Einrichtung die Ausstattung dieser Wohnungen Zimmer hat, ansehen, vielleicht für die Gäste interessant ist. Ich denke auch, dieses "Heimeliche", gemütliche, das nach Hause kommen, mit Sicherheit eines der Dinge die, es ist ja fast wie, das könnte mein Zimmer, meine Wohnung sein. Das ist natürlich im Hotel ein bisschen schwierig, da man irgendwo eine Standardisierung des Produktes hat, und da ist jedes Zimmer gleich. Aber auch hier kann man sich sicherlich Dinge abschauen, wir machen es gemütlicher. Aber da muss das dann auch im Hotel bleiben, was man den Gästen zur Verfügung stellt. Das ist ja auch ein Punkt, warum nicht jeder bereit ist irgendwelche Leute bei sich auf zu nehmen. Im Hotelgewerbe, da habe ich schon alles gehabt, die haben schon alles geklaut. Und wenn ich mir jetzt vorstelle, ich weiß ja auch nicht wen ich mir da jetzt ins Haus hole, das ist auch gewisses Gottvertrauen. Na klar, es gibt die, die ihr Zimmer vermieten währenddessen sie auch zu Hause sind, aber es gibt auch welche, die ihre Wohnung vermieten ohne das sie überhaupt da sind. Auch dort wird es schwarze Schafe geben so wie es das im Hotelgewerbe auch gibt, Gäste die abhauen, das Zimmer verwüsten und man die nicht wieder findet nachher. Wir haben Versicherungen dafür, aber so ein Privatier, bei Airbnb, der steht erstmal vor einen großen Scherbenhaufen.
- I: Kennen Sie Uber?
- E: Ja, Taxi.
- I: In Hamburg und Köln wurde gegen Über rechtlich vorgegangen, können Sie sich vorstellen, dass so etwas auch mit Airbnb und der Hotellerie passieren könnte?
- E: (zögernd) Das Problem sind die Rahmenbedingungen. Bei Uber, auch das ist ja keine neue Erfindung. Ich erinnere mich an meine Zeit zur Expo 2000 als die in Hannover war. Das war in Deutschland in riesen Ran und die ganze Stadt, oder das ganze Taxigewerbe hat es nicht geschafft, die Gäste alle auf das Gelände zu bringen, mit ÖPNV oder Taxen. Was haben die Hannoveraner gemacht, das machen die heute immer noch zu Messen, die machen sich eine roten Punkt in ihr Auto, und wenn man einen roten Punkt sieht, winkt man und der nimmt einen mit. Und man kann dem Fahrer dann ein wenig Geld in die Hand drücken. Das ist das gleiche Prinzip, nur das es heute über Apps und Smartphones, die ganze Technologie verbessert und verfeinert ist. Aber auch diese System hat es letztendlich schon einmal gegeben. Da ist auch wieder der Punkt, warum ist es so? Die Leute wollen sparen, Taxi-Fahrt von A nach B kostet mich die Summer X. Wenn ich jetzt mir irgendwem mitfahre kostet es mich die Hälfte. Aber der, der nur die Hälfte verlangt ist versicherungstechnisch nicht abgegolten, hat keinen Personenbeförderungsschein, das sind alles so rechtliche Dinge, wo ich mir denke, das müsse man dann auch in die gleiche Waagschale dann werfen. Das ist nicht schlecht, das ist cool und lustig und modern, aber [Vorsicht!] macht das Gewerbe nicht kaputt. Ein Taxifahrer hat das gleiche Anrecht auf sein Geld wie ein Hotelier und der hat seine gesetzlichen Bedingungen erfüllt, damit er das Gewerbe ausüben darf, der hat seine Ausbildung gemacht, ist vor die IHK getreten, der zahlt Beiträge und dies und jenes, das müssen wir ja auch. Aber so ein Uber oder ein Airbnb muss das gar nicht. Und das ist die Wettbewerbsverzerrung, oder eine Preisverzerrung, die im Gewerbe auf den Endpreis umgelegt wird, wertschöpfungskettenmäßig. Das habe ich dort nicht und das ist irgendwo, ich will ich jetzt sagen unfair, aber jeder möchte am Ende nur sparen, aber denkt darüber nach das

es am Ende ihn selber auch treffen könnte. Das wird ja nicht nur mit Taxi und Hotelzimmern passieren, das ist ja auch ausweitbar auf andere Branchen. Das kann ich ja genauso machen, ich kann ja auch Sammelbestellungen machen und rufe für Stühle auf, wenn ich 20 kaufe kriege ich die 10 Euro billiger, wer will kann mitkaufen. Diese Prinzip ist weiterspinnbar auf riese Felder. Letztendlich will einer sparen und eine andere Branche leidet drunter.

- I: Aber sie würden nicht so weit gehen und sagen das Airbnb verboten werden sollte?
- E; Nein, auch das hat es ja auch schon immer gegeben, private Übernachtungsmöglichkeiten hat es ja auch schon immer gegeben. Sei es wenn man in eine Ferienwohnung fährt, der hat die angemeldet, sich die auch Klassifizieren lassen durch irgendwelche Regeln, da kenne ich mich nicht so aus, aber der zahlt dafür eine Versicherung, Gewebesteuer, ist beim Finanzamt registriert mit diesem Gewerbe, dann sollte man das dort auch tun. Dann sollen die gleichen Bedingungen herrschen. Was mal passieren sollte, ist, dass man diesen Leuten hinterher forscht und mal schaut was die so im Monat verdienen. Wenn das mal einer einmal tut, so wir alle etwas Mal machen, dann hat da keiner etwas dagegen, aber wenn das gewerbsmäßig wird, das ich mir irgendetwas finanziere, dadurch das ich das als Dienstleistung anbiete, dann muss ich darauf Steuern beziehen. Das ist das Solidarprinzip, was grundsätzlich in diesem Land herrscht und warum muss ich das bezahlen aber mein Nachbar nicht.
- I: Also das es andere Regulierungen braucht, wie man besteuert oder wo man die Grenze zum Gewerbe zieht, das die Politik noch im Verzug ist.
- E: Ja, die leben in der Steinzeit.
- I: Ja, aber irgendwann müssen die ja reagieren.
- E: Nein, die werden immer in der Steinzeit leben. Das beste Beispiel in Köln ist die Kulturförderabgabe, diese Bettensteuer. Die Stadt ist immer noch der Meinung, das die Kulturförderabgabe, also das ein Gast ankommt an der Rezeption oder anruft, und jetzt hier steht und jetzt ein Zimmer möchte und das der einzige Beherbergungsvertrag ist, den sie mit einem Gast abschließen. Das ist da, OTA, internationale Reisekontingentverträge gibt, das wissen die nicht, das interessiert die auch gar nicht. So ist das Leben, die leben noch von vor 50,60 Jahren. Die müssen mal langsam aufwachen. Und das ist auch, wo Sie schon richtig gesagt haben, die Politik oder Regierung muss aufwachen. Das soll nicht heißen das sie es eingrenzen soll, aber sie soll es für alle liberalisieren oder für alle eine gemeinsame Lösung finden, weil man kann nicht Äpfel und Birnen in einen Topf schmeißen.
- I: Wie ist Ihre Meinung zur Wohnraumschutzsatzung, ist das ein sinnvolles Gesetz?
- E: Also das man Wohnraum nicht in Gewerbe umwandelt, das passiert in Köln nicht. Ich glaube eher, das Gewerbe in Wohnraum umgewandelt wird. Weil es in dieser Stadt an allen Ecken und Enden zu wenig Wohnungen gibt. Natürlich ist Köln eine Studentenstadt, deswegen noch interessanter als manch andere Stadt. Dazukommend große Messen, die Wohnraum wegnehmen, teilweise Firmen ganze Wohnungen kaufen für irgendwelche Monteure, durch die Flüchtlingssituation, die wir hier in dieser Stadt haben, noch mehr Bedarf da ist, was den Wohnungsmarkt auch noch mehr verknappt. Und auch diese Landflucht, aus der Eifel und Niederrhein-schiene, also in der Eifel gibt es Dörfer da wohnt kein Mensch mehr. Klar jeder möchte in die Stadt und etwas erleben. Dadurch wird Angebot und Nachfrage verknappt, dann steigen die Preise, wenn sie sich das anschauen, was hier teilweise an Mieten verlangt wird. Dann kann man nur den Kopf schütteln. [...]
- I: Aber das es ein sinnvolles Gesetz ist um Wohnraum zu schützen?
- E: Finde ich gut, ich denke auch, dass mehr Wohnraum gebraucht wird. Auch da ist es so, dass Firmen Flächen still stehen lassen um ihre Steuerschuld zu reduzieren. [...]
- I: Können Sie überschlagen wie vielen Auflagen der Betrieb unterliegt?

E: Nein, also in Zahlen kann ich das nicht sagen, gefühlt wird es jedes Jahr mehr. Das ist manchmal eine elendige Bürokratie. Wir gehen viele Dinge viel zu bürokratisch an, ich finde es gut, dass es Gesetze gibt an die wir uns zu halten haben, die haben auch sicherlich Sinn, i.d.R., aber manchmal kann ich nur den Kopf schütteln. Das kann man nicht erfüllen! Wir hatten heute Morgen das Gesundheitsamt da. Auch wenn das für uns der größte Stress ist, wenn die alles auf den Kopf stellen, ist es immer noch sauberer als manche Imbissstube. Aber da kann ich es nicht verstehen, das so ein Laden immer noch bestehen darf, während wir Auflagen erfüllen müssen, die nicht nachvollziehbar sind. Dann soll man lieber den Jungs beibringen ordentlich zu putzen und Lebensmittel zu verarbeiten. Das ist viel zu viel Regulierung.

- I: Können Sie sich vorstellen Airbnb als Vertriebsplattform zu nutzen?
- E: Das kommt auf die Rahmenbedingungen darauf an.
- I: Ok, das ist jetzt kein Nein.
- E: Es kann ein zusätzlicher Kanal sein. Die Frage ist, will das der Konzern, was ich will, kann ich nicht immer unbedingt selber entscheiden, das ist eine Konzernentscheidung. Je größer die Verbreitungsmöglichkeiten meines Portfolios sind, desto besser für mich. Dann komm es darauf an, wie sind die Rahmenbedingungen, in Form von, was kostet mich das, welche Einflussmöglichkeiten habe ich? Das sind immer viele Komponenten die zusammen spielen. Wir jetzt als Groß und Weltkonzern, haben vielleicht andere Möglichkeiten als ein Privatier. Wir sind schon auf der ganzen Welt, in Tausend Reisebüros vertreten. Ein Privatier oder eine Marke, ohne dieses globale Auftreten, für die mag das ein guter Aufhänger zu sein, eine weitere Distributionsplattform zu finden, die außerhalb des Landes oder des Kontinents zu finden ist. Und sich darüber zu vermarkten. Das sehe ich bei uns, als Mutterkonzern [NAME] nicht. Für uns immer das Beispiel [Konzern Hotel NAME], [Konzern Hotel NAME], die kennt man weltweit, aber [lokales Hotel NAME], das ist eine europäische Marke die kennt man nicht überall. Ein Amerikaner sucht nach den Marken die er kennt, ein [lokales Hotel NAME], wird da nicht gefunden oder gesucht. Aber hätte eine Möglichkeit den Bekanntheitsgrad über Airbnb zu verstärken ohne selber ein riesen Werbebudget nach Amerika zu transferieren müsste.
- I: Denken Sie, dass es Airbnb in zehn Jahren noch geben wird?
- E: Ja, also weggehen wird das nicht. Wollen wir auch nicht. Privathotel, Privatunterkünfte wird es auch immer geben. Ob die über Airbnb, oder ob das Unternehmen in zehn Jahren noch Airbnb heißt ist eine andere Frage, aber die Art und Weise, wird es noch immer geben.