



49/2020

# **Der Einfluss von Airbnb auf den Wohnungs- und Hotelmarkt der Universitätsstadt Tübingen**

**Autor: Jonas Pfaundler**

**Herausgeber GSWP**

Prof. Dr. Sebastian Kinder • Prof. Dr. Dr. Olaf Kühne • Jun.-Doz. Dr. Timo Sedelmeier •  
Dr. Gerhard Halder • Dr. Karl Häfner • Dr. F. Weber

Eingereicht als Bachelorarbeit am 25.03.2020

Erstbetreuer: Prof. Dr. Kinder

Zweitbetreuer: Dr. Sedelmeier

**Herausgeber GSWP**

Prof. Dr. Sebastian Kinder • Prof. Dr. Dr. Olaf Kühne • Jun.-Doz. Dr. Timo Sedelmeier •  
Dr. Gerhard Halder • Dr. Karl Häfner • Dr. F. Weber

---

**INHALTSVERZEICHNIS**

<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....</b>	<b>5</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS .....</b>	<b>5</b>
<b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>5</b>
<b>1 EINLEITUNG .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1 Problemstellung und Abgrenzung des Themas.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2 Zielsetzung der Arbeit.....</b>	<b>7</b>
<b>2 GRUNDLAGEN UND BEGRIFFSERKLÄRUNG.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Sharing Economy.....</b>	<b>9</b>
2.1.1 Historische Entwicklung und heutige Definition .....	9
2.1.2 Erfolgsfaktoren und Nutzermotive .....	12
2.1.3 Formen des Teilens.....	14
2.1.4 Kritiken und Kontroversen .....	17
<b>2.2 Sharing Economy am Beispiel von Airbnb.....</b>	<b>19</b>
<b>3 WAHL DER METHODIK .....</b>	<b>23</b>
<b>3.1 Experteninterview .....</b>	<b>23</b>
<b>3.2 Fragebogen.....</b>	<b>25</b>
<b>3.3 Geoinformationsmodell .....</b>	<b>28</b>
<b>4 AIRBNB IN DEUTSCHLAND.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 Wohnungsmarkt und Airbnb Entwicklung .....</b>	<b>31</b>
<b>4.2 Einfluss und Kritik.....</b>	<b>34</b>
4.2.1 Wohnungsverknappung .....	34
4.2.2 Hotelbranche.....	41
4.2.3 Gesetze und Regularien.....	44
<b>5 AIRBNB IN TÜBINGEN.....</b>	<b>48</b>
<b>5.1 Wohnungsmarkt und Airbnb Entwicklung .....</b>	<b>48</b>

---

<b>5.2 Einfluss</b> .....	<b>51</b>
5.2.1 Gesamträumliche Analyse.....	51
5.2.2 Kleinräumliche Analyse .....	57
5.2.3 Hotelbranche.....	64
5.2.4 Gesetze und Regularien.....	67
<b>6 FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN</b> .....	<b>70</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS</b> .....	<b>73</b>
<b>ANHANG</b> .....	<b>89</b>
<b>EIGENSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG</b> .....	<b>106</b>

## **ABBILDUNGSVERZEICHNIS**

Abbildung 1: Airbnb Unterkunftsentwicklung in Deutschland.....	33
Abbildung 2: Airbnb Unterkunftsentwicklung in Berlin, Hamburg und München.....	34
Abbildung 3: Homesharing- und Ferienunterkunftswachstum im Landkreis Tübingen.....	50
Abbildung 4: Homesharing- und Ferienunterkünfte in Tübingen .....	57
Abbildung 5: Heatmap der Homesharing- und Ferienunterkünfte in Tübingen.....	58
Abbildung 6: Hot Spots der Homesharing- und Ferienunterkünfte in Tübingen .....	59
Abbildung 7: Die Burgsteige im Zentrum.....	62
Abbildung 8: Übernachtungen im Beherbergungssektor im Landkreis Tübingen.....	66

## **TABELLENVERZEICHNIS**

Tabelle 1: Unterkunftsdaten in der Burgsteige .....	63
---	----

## **ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS**

BFH	Bundesfinanzhof
EStG	Einkommensteuergesetz
EStR	Einkommensteuer-Richtlinien
GewStG	Gewerbesteuergesetz
HmbWoSchG	Hamburgisches Wohnraumschutzgesetz
UstG	Umsatzsteuergesetz
ZwEVS	Zweckentfremdungsverbotssatzung Tübingen
ZwEWG	Zweckentfremdungsverbotsgesetz Baden-Württemberg
ZwEWG	Zweckentfremdungsgesetz Bayern
ZwVbG	Zweckentfremdungsverbots-Gesetz Berlin

---

# 1 Einleitung

## 1.1 Problemstellung und Abgrenzung des Themas

„Katastrophal“, so beschreibt ein junger Student dem Schwäbischen Tagesblatt die Wohnsituation für Studenten in Tübingen (Schreil 2018, o.S.). Studenten der Eberhard Karls Universität Tübingen sind oft monatelang auf der Suche nach einer bezahlbaren Bleibe, um schlussendlich dann doch leer auszugehen (Schreil 2018, o.S.). Der jährliche Zuzug von Tausenden Studenten ist allerdings nur ein Grund für den Wohnungseingpass. Daneben gilt Tübingen aufgrund der Universität, der historischen Altstadt und der unmittelbaren Nähe zum Naturpark Schönbuch und der Schwäbischen Alb als touristische Attraktion (Universitätsstadt Tübingen o.J., b, o.S.). Entscheidend ist auch, dass Tübingen zum Ballungsraum Stuttgart gehört, welcher durch die exportorientierte Autoindustrie und den Maschinenbau wirtschaftlich sehr gut dasteht (Möbert 2018, S. 9). Die jedes Jahr pünktlich zum Winter- & Sommersemester eintreffenden Studenten, der Touristenstrom und die gute wirtschaftliche Lage haben eine angespannte Wohnungslage in Tübingen geschaffen. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, wurde in Tübingen 2015 eine Mietpreisbremse eingeführt, 2016 das Zweckentfremdungsverbot gegen Leerstand und zwischen 2011 und 2017 über 2000 neue städtische Wohnungen gebaut (Universitätsstadt Tübingen 2019, b, S. 5ff). Trotz den Bemühungen ist der Wohnungsmarkt weiterhin stark umkämpft:

*„[...] In Tübingen fehlt es dringend an bezahlbarem Wohnraum.“ (Interview 2)*

so Gerlinde Strasdeit, Fraktionsvorsitzende der Linken im Gemeinderat Tübingens.

Seit ein paar Jahren hat ein neuer Trend, die Sharing Economy, Tübingen erreicht. Als Vorreiter ist unter anderem Airbnb unterwegs, ein Unternehmen, welches seit Jahren dabei ist, die Hotel- und Reisebranche grundlegend zu verändern (Slee 2016, S. 26ff). Doch eben jenem Unternehmen wird nachgesagt, dass es durch Kurzzeitvermietungen denjenigen Personen Wohnraum entzieht, die händeringend danach suchen. In Berlin wurde 2014 deshalb medienwirksam das Zweckentfremdungsverbots-Gesetz verabschiedet (ZwVbG). Dort ist die Vermietung von Ferienwohnungen, wie sie auch über Airbnb vermittelt werden, eine Ordnungswidrigkeit, die mit Geldbußen von bis zu 500.000 Euro geahndet werden kann (§ 7 Abs. 4 ZwVbG.). Auch in Baden-Württemberg haben seit dem 19. Dezember 2013 Gemeinden und Städte die Möglichkeit erhalten, durch das Zweckentfremdungsverbotsgesetz den örtlichen Wohnraumangel zu bekämpfen (ZwEWG). In Tübingen wurde diese Möglichkeit genutzt und eine Zweckentfremdungsverbotssatzung beschlossen. Jedoch ist laut der Tübinger Satzung die Zweckentfremdung von Wohnraum nur das Leerstehenlassen

(Leerstand) von Wohnraum, soweit dieses länger als sechs Monate andauert (§ 3 Abs. 1 Nr.1 ZWEVS). Das bedeutet, dass die gewerbliche Nutzung von Wohnraum nicht als Zweckentfremdung behandelt wird und deshalb auch keine Ordnungswidrigkeit darstellt. Als Begründung wird aufgeführt, dass der Leerstand der entscheidende Faktor für die Verschärfung des Wohnungsmangels sei und die Nutzung zu anderen Zwecken nur eine untergeordnete Rolle spiele (Universitätsstadt Tübingen 2016, b, S. 3). Doch seitdem sind dreieinhalb Jahre vergangen, der Wohnungsmarkt und die Unterkunftszahlen von Airbnb haben sich grundlegend verändert. Daher stellt sich die Frage, ob es notwendig ist, die bestehenden Regulierungen neu zu überdenken.

## **1.2 Zielsetzung der Arbeit**

Das Ziel dieser Arbeit ist die wissenschaftliche Überprüfung der Fragestellung, ob das Kurzzeitvermieten eines Wohnobjekts über die Plattform Airbnb die Wohnsituation in Tübingen verschlechtert. Tatsache ist, dass seit mehreren Jahren die Bevölkerungsentwicklung und damit der Wohnungsmarkt ein enormes Wachstum hinter sich hat (Simons et al. 2017, S. 2f). Vor allem in Metropolregionen wie Stuttgart wird bezahlbarer Wohnraum immer seltener (Simons et al., S. 2). Ist daher die Kritik am Wohnraumvermittler Airbnb gerechtfertigt, oder ist es reine Spekulation, dass durch Ferienwohnungen die Preisentwicklung negativ beeinflusst wird?

Ebenfalls wird der Einfluss von Airbnb auf die Hotelbranche betrachtet. Dieser steht mindestens genauso oft in der Kritik wie der Einfluss auf die Wohnungsverfügbarkeit. Hierbei geht es vor allem darum, ob in Tübingen nachweislich eine Verschlechterung der Auftragslage von traditionellen Beherbergungsbetrieben durch Sharing-Plattformen zu finden ist.

In dieser Arbeit wird überwiegend nur der Wohnraumvermittler Airbnb berücksichtigt, da eine Betrachtung aller Plattformen und Unternehmen den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde. Zudem ist Airbnb in Deutschland mit Abstand Marktführer bei der Vermittlung von Homesharing-Objekten und daher für den Markt repräsentativ (BMW 2018, S. 26). Aufgrund dieser Voraussetzung ist zu beachten, dass die Zahlen zum Homesharing als Minimalwerte zu interpretieren sind und nicht als Maximalwerte. Schlussfolgerungen sollten dahingehend geprüft werden, ob es auch noch versteckte Werte geben kann, die zu einem abweichenden Ergebnis führen könnten.

Um die Forschungsfragen beantworten zu können, wird zunächst ein Überblick über den Trend Sharing Economy geschaffen. Als erstes erfolgt dabei die Darstellung der historischen

Der Einfluss von Airbnb auf den Wohnungs-  
und Hotelmarkt der Universitätsstadt Tübingen,

*Forschungsbereich Geographie*

---

Entwicklung des Teilens bis zum heutigen Begriff der Sharing Economy. Des Weiteren werden Erfolgsfaktoren, Formen und Kritiken der Sharing Economy aufgezeigt. Danach wird das Unternehmen Airbnb mit seinem Geschäftsmodell näher beleuchtet. Mit den theoretischen Grundlagen werden dann Hypothesen erstellt, die mithilfe einer Literaturanalyse, Interviews, einer quantitativen Analyse der Objekte in Tübingen und einer Befragung der Airbnb-Gastgeber überprüft werden. Anschließend wird analysiert, inwieweit die Ergebnisse der Erhebung die Fragestellung beantworten können. Im letzten Abschnitt wird auf Basis der Analyseergebnisse konkludiert und mögliche Konsequenzen für die zukünftige Entwicklung von Airbnb in Deutschland und Tübingen im Speziellen aufgezeigt. Die Konsequenzen werden zuerst makroökonomisch für ganz Deutschland betrachtet und danach mikroökonomisch für die Stadt Tübingen.

## 2 Grundlagen und Begriffserklärung

### 2.1 Sharing Economy

Sharing Economy ist in aller Munde. Bereits 2015 fand eine Studie von PricewaterhouseCoopers heraus, dass schon 46 % der Deutschen mindestens ein Sharing-Economy-Angebot genutzt haben (PricewaterhouseCoopers 2015, S. 5). Noch deutlicher sieht die Nutzung bei den unter 30-Jährigen aus: Dort haben bereits 82 % der Befragten eine Nutzung von mindestens einem Sharing-Angebot angegeben und bei den über 60-Jährigen planten immerhin noch 52 % ein Sharing-Angebot in den nächsten zwei Jahren zu nutzen (PricewaterhouseCoopers 2015, S. 7). Doch woher kommt dieser Trend, der laut Google Trends in Deutschland vor zehn Jahren kaum bekannt war (Google o.J., o.S.)?

#### 2.1.1 Historische Entwicklung und heutige Definition

##### Historische Entwicklung

Das Konzept, Güter zu teilen, statt zu besitzen, ist kein neues (Belk 2010, S. 715). Schon seit Anbeginn der Menschheit war das Teilen und das gemeinsame Konsumieren von Gütern für das Überleben notwendig (Kindel et al. 2015, S. 55). Menschen haben schon immer ihre Werkzeuge, Güter und Fähigkeiten in den Dienst der Gemeinschaft gestellt. Ein klassisches Beispiel stellt die Bibliothek da (Belk 2010, S. 715). Teilen schaffte die Grundlage für eine Gemeinschaft, in der ein Gefühl von Kollektiv und Verbundenheit geschaffen wurde (Belk 2010, S. 715f).

Dagegen wurde der Begriff „Share Economy“ erstmals 1984 von Martin Weitzman in seinem Buch „The share economy“ aufgegriffen (Klaffke 2014, S. 65). Dort schilderte Weitzman ein neues Anreizsystem zur Senkung der Arbeitslosigkeit und Inflation (Weitzman 1984, S. 10ff). In seiner Publikation empfahl er das bisherige traditionelle Festlohnsystem durch ein Beteiligungsmodell zu ersetzen, bei dem das Gehalt an die betrieblichen Leistungen gekoppelt ist (Weitzman 1984, S. 10ff). Durch das Teilen unter den Marktteilnehmern entstünde ein befreiter Wettbewerb, dem eine Erhöhung der Produktion folgen würde, was eine vermehrte Beschäftigung und eine bessere Preissetzung zur Folge hätte, so Weitzman (Weitzman 1984, S. 184). Damit verband er zum ersten Mal den Gedanken des Teilens mit der Annahme, dass daraus eine Erhöhung des Wohlstandes für alle Marktteilnehmer resultieren würde (Klaffke 2014, S. 65).

---

Jahre später propagierte der US-amerikanische Soziologe und Ökonom Jeremy Rifkin das Ende des privaten Eigentums und eine radikale Wandlung des Kapitalismus und der Marktwirtschaft (Staun 2014, S. 1; Rifkin 2007, S. 13). In seinem Buch „Access: Das Verschwinden des Eigentums“ prognostizierte er dabei ein neues Zeitalter und eine Gesellschaft, in der Verfügbarkeit und Zugang von Produkten wichtiger ist als deren schwerfälliger und kostspieliger Besitz (Hoffman 2013, S. 1; Rifkin 2007, S. 13):

*„[...] was bislang käuflich war, wird zugänglich. Zugang, Zugriff, Access sind die Schlüsselbegriffe des anbrechenden Zeitalters“ (Rifkin 2007, S. 13).*

Privateigentum wird dann nur noch exklusiv für wenige Anbieter verfügbar sein, diese werden den Konsumenten kurzfristigen Zugang durch Verträge und Mitgliedschaften gewähren (Rifkin 2007, S. 13). In seinem Buch „Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft“ wird er noch konkreter und erklärt, das Ende des Kapitalismus sei eingeläutet (Rifkin 2014, S. 9). Durch die nahezu kostenfreie weltweite Vernetzung und Kommunikation wird ermöglicht, dass die Grenzkosten jeder neuen Einheit, jedes neuen Produktes, bei Null liegen. In einer Marktwirtschaft wird aber durch Margen der Profit erzielt, der „Lebenssaft des Kapitalismus“ wird damit ausbleiben (Rifkin 2014, S. 13). So beschrieben es auch DeLong und Summers in ihrer Publikation:

*„If information goods are to be distributed at their marginal cost of production – zero – they cannot be created and produced by entrepreneurial firms that use revenues obtained from sales to consumers to cover their costs. If information goods are to be created and produced by businesses that face the right incentives to explore new paths, they must be able to anticipate selling their products at a profit to someone.“ (DeLong und Summers 2001, S. 52).*

Die Funktionsweise des kapitalistischen Systems deutet auf die Unvermeidlichkeit einer Nahezu-Null-Grenzkosten-Zukunft an (Rifkin 2014, S. 21; DeLong und Summers 2001, S. 54). „Collaborative Commons“, das kollaborative Gemeingut, wie es Rifkin beschreibt, bringt einen grundlegenden Wandel in die Organisationsstruktur einer kapitalistischen Volkswirtschaft und wird aus seiner Sicht langfristig das kapitalistische System als ökonomisches Paradigma ablösen (Rifkin 2014, S. 9f). Dieses Modell eignet sich besser zur Organisation einer Gesellschaft, denn durch das Internet werden vormals gesellschaftliche Barrieren einer Klasse, Rasse, Ethnie oder Religion abgebaut (Rifkin 2007, S. 4). Auf diese Weise entstünde ein gigantisches Netzwerk, bei dem soziales Kapital und Nachhaltigkeit wichtiger sind als Marktkapital und Konsumkultur. Dadurch würde die Einkommenskluft drastisch verringert und die Demokratisierung der Weltwirtschaft sowie eine ökologisch nachhaltig lebende Gesellschaft würde geschaffen (Rifkin 2014, S. 9). So gilt heute auch vielen ökologisch

orientierten Menschen Sharing Economy als Hoffnungsträger für eine nachhaltigere Entwicklung (Loske 2014, S. 21).

Entscheidend wurde der Begriff Sharing Economy schließlich von Rachel Botsman und Roo Rogers geprägt, deren Veröffentlichung bis heute Bestandteil diverserer wissenschaftlicher Debatten ist (Heinrichs und Grunenberg 2012, S. 3). Unter dem Begriff „Collaborative Consumption“, was so viel bedeutet wie geteilter oder gemeinschaftlicher Konsum, haben die Autoren 2011 einen neuen Trend identifiziert (Botsman und Rogers 2011, S. 69f). Wie auch schon andere Autoren vertreten Botsman und Rogers die Meinung, Teilen sei dem Menschen in die Wiege gelegt worden (Botsman und Rogers 2011, S. 213). Angetrieben von den neuen Möglichkeiten durch Informationstechnologien wie sozialen Netzwerken, einem größeren Umweltbewusstsein und der gesteigerten Sehnsucht nach sozialer Interaktion, wird eine neue Form des Nutzen-statt-Kaufen-Prinzips praktiziert (Botsman und Rogers 2011, S. 51). Es geht nicht mehr um das Produkt, sondern um den Nutzen dahinter (Botsman und Rogers 2011, S. 97). Wir wollen keine CD kaufen, sondern Musik hören, wir wollen keine Produkte haben, sondern das Erlebnis. Unsere Meinung über Eigentum habe sich grundlegend gewandelt (Botsman und Rogers 2011, S. 97). Das individuelle Konsumglücksversprechen durch materiellen Wohlstand wird dabei vom kollaborativen Konsum und dem gesteigerten „Wir“ abgelöst (Botsman und Rogers 2011, S. 41ff). Nach Aussage von Botsman und Rogers stellt der kollaborative Konsum eine neue Evolution des Wirtschaftens und Konsumierens dar, einhergehend mit vielfältigen ökonomischen, sozialen und ökologischen Vorteilen (Botsman und Rogers 2011, S. 16).

Was Weitzman, Rifkin, Botsman und Rogers vereint, ist der Grundgedanke der Sharing Economy: Durch eine gemeinsame Nutzung der Güter wird einerseits die Wohlfahrt erhöht, Ressourcen geschont und das Wir-Gefühl durch den sozialen Austausch gefördert.

### **Heutige Definition**

Sharing Economy ist heutzutage der Oberbegriff aller ökonomischen Aktivitäten, bei denen es nicht um das Kreieren einer neuen Art von Gütern geht, sondern darum, bestehende und nicht mehr genutzte Güter über neue digitale Kanäle gemeinschaftlich zu handeln, tauschen, teilen, schenken oder Wiederverwenden (von Stokar et al. 2018, S. 9; Stampfl 2016, S. 38). Nicht ausgelastete Kapazitäten und Vermögenswerte sollen der Gemeinschaft zugänglich gemacht werden, was eine effizientere Nutzung der Güter erreicht (Heinrichs 2014, S. 16). Diese Güter können dabei in jeder Art und Form geteilt werden. Es gibt praktisch keine Grenzen beim zu

handelnden Gut: Dienstleistungen (Gartenarbeiten, Bildungsangebote, Fahrdienste), Alltagsgeräte (Werkzeuge, Haushaltsgeräte) und sogar hochpreisige Investitionsgüter (Luxusimmobilien, Yachten) (von Stokar et al. 2018, S. 53). Auch wenn die Produkte und Dienstleistungen teilweise sehr unterschiedlich sind, haben sie eins gemein: Das Angebot und die Nachfrage werden über Internetplattformen organisiert (Stampfl 2016, S. 38). An den eigentlichen Produkten und Dienstleistungen sind diese Plattformen nicht beteiligt, sie stellen lediglich einen virtuellen Marktplatz zur Verfügung, der als Instrument der Vermittlung dient (Stampfl 2016, S. 38).

### **2.1.2 Erfolgsfaktoren und Nutzermotive**

Wie erwähnt, ist das Phänomen Teilen nicht neu (Demary 2015, S. 95). Der Begriff und das Modell Sharing Economy entstand aber erst durch die Entwicklung und der wachsenden Bedeutung von digitalen Technologien (OECD 2017, S. 282). Doch woher kommt dieser Siegeszug eines Wirtschaftssystems, das laut Rifkin den Kapitalismus als ökonomisches Paradigma ablösen soll (Rifkin 2014, S. 9f)?

#### **Erfolgsfaktoren**

Sharing Economy hat durch das Aufkommen des Internets und den sozialen Netzwerken einen enormen Wachstumsschub erhalten. Dabei ist die Sharing Economy keine eigenständige Entwicklung, sondern ein Spezialfall zweiseitiger Märkte beziehungsweise eines Plattformmarktes (Brühn und Götz 2014, S. 3). Plattformmärkte werden umschrieben als allumfassende Wirtschaftsaktivitäten, die auf den digitalen Marktplätzen der Welt ausgeübt werden (von Stokar et al. 2018, S. 9). Auf solchen Märkten bieten Unternehmen oder Privatpersonen ihre Produkte und Dienstleistungen Kunden und Interessenten auf der ganzen Welt an (Stampfl 2016, S. 40). Bei einem zweiseitigen Markt werden durch Plattformen zwei unterschiedliche Märkte durch indirekte Netzwerkeffekte zusammengeführt (Brühn und Götz 2014, S. 3). Dabei profitieren Anbieter auf einem Markt von der Größe des Netzwerkes der anderen (von Stokar et al. 2018, S. 58f). Ein typischer zweiseitiger Markt ist ein Einkaufszentrum: Hier profitiert der regionale Lebensmittelhändler vom internationalen Unternehmen für Elektronik und andersherum (Stampfl 2016, S. 40). Dieses Beispiel zeigt, dass solche Arten von Märkten keine Neuheiten sind. Was neu ist, sind die neuen Informationsmöglichkeiten durch das Internet (Stampfl 2016, S. 40). Durch Onlineplattformen ist es den Akteuren möglich, nahezu unabhängig von Raum und Zeit zu interagieren; man

---

redet hier auch von einem nahezu vollkommenen Markt (von Stokar et al. 2018, S. 53). In Zeiten der Digitalisierung hängt der Erfolg dieser Plattformen maßgeblich von den Netzwerkeffekten ab (van Alstyne, Parker und Choudary 2016, o.S.). Damit ist eine stetig steigende Anzahl an Teilnehmern auf beiden Seiten, sowohl Anbieter wie auch Konsumenten, gemeint (van Alstyne, Parker und Choudary 2016, o.S.). Je größer das Netzwerk, desto besser die Übereinstimmungen zwischen Angebot und Nachfrage und desto mehr Daten sind vorhanden, die zum Auffinden von Kongruenzen verwendet werden können (Schwalbe 2014, S. 13). Skaleneffekte erzeugen Mehrwert, was wiederum mehr Teilnehmer anzieht (Brühn und Götz 2014, S. 3). Ein selbstverstärkender Erfolg, der ab einer kritischen Masse Monopole produziert (van Alstyne, Parker und Choudary 2016, o.S.). Beispiele sind Amazon, Facebook, Uber oder Airbnb. Dieser „Social Proof“-Effekt, bei dem Personen die Handlung anderer Individuen nachahmen, weil es für sie ein in der Situation angemessenes Verhalten zeigt, ist notwendig, damit so ein System langfristig existiert (Botsman und Rogers 2011, S. 81f).

Eine weiterer Erfolgsfaktor von Sharing-Plattformen ist die Leihbereitschaft und damit das Vertrauen zwischen den Menschen untereinander (Kindel et al. 2015, S. 60). Mit dem Internet-Zeitalter ist es dabei wesentlich einfacher geworden, einen transparenten Vertrauensbeweis zu führen, der von jedem eingesehen werden kann, welcher die Leihbereitschaft der Personen erhöht und das Teilen in großem Maßstab erst ermöglicht (Haucap 2015, S. 92). Ohne dieses Vertrauen würden sich erstens keine Prosumer – Personen, welche gleichzeitig Konsument und Produzenten sind – finden (Markgraf 2018, o.S.). Zweitens würden die Nutzer von Sharing-Economy-Plattformen die Verantwortung des Produktes an den Vermittler abgeben (Kindel et al. 2015, S. 60). Dieses Verhalten kann zu einer negativen Reziprozität zwischen den Nutzern führen (Bardhi und Eckhardt 2012, S. 891): Es wird egoistisch gehandelt. Daher wird mit diesen Gütern schlechter umgegangen als mit den eigenen Besitztümern (Bardhi und Eckhardt 2012, S. 891). So ein Verhalten kann selbstzerstörerisch auf das Unternehmen und das Produkt wirken, da die Funktionalität der Produkte maßgeblich von den Teilnehmern abhängig ist (Kindel et al. 2015, S. 60). Die Plattformen müssen es sich daher zu Aufgabe machen, Vertrauen zwischen den Nutzern herzustellen und den fehlenden persönlichen Kontakt auszugleichen (Kindel et al. 2015, S. 60). "Überprüfungs- und Reputationssysteme" sind für die Leihbereitschaft dabei eine zentrale und entscheidende Komponente, um Verbrauchern zu helfen, fundierte Entscheidungen zu treffen (OECD 2017, S. 283). Solche Bewertungssysteme, bei denen die Nachfrager und Anbieter bewertet und sanktioniert werden, werden als Grundlage für die Vertrauensbildung in der Sharing-Gemeinschaft beschrieben (Bendel 2019, o.S.; Botsman und Rogers 2011, S. 178).

## Nutzermotive

Wie die OECD 2017 festhielt, manifestieren sich die Verbrauchermotive der Teilnehmer an den Sharing-Märkten auf finanzielle Aspekte, einer höheren Qualität, einer oberflächenfreundlichen Benutzung der Dienste von Sharing-Plattformen und einer einzigartigen Erfahrung an Gütern und Dienstleistungen (OECD 2017, S. 282). Heutzutage ist ein Fortbewegungsmittel nicht mehr nur noch ein Werkzeug, um von A nach B zu kommen, sondern eine Erfahrung. Das gleiche bei Reisen: Es geht darum, von besonderen authentischen sozialen Erlebnissen (Wohnung statt Hotel) zu profitieren (OECD 2017, S. 282).

Bei einer weiteren Europäischen Studie zu den Nutzermotiven aller Sharing-Angebote ließ sich feststellen, dass aber das finanzielle Interesse bei der Wahl eines Sharing-Angebots die Hauptrolle spielt (Andreotti et al. 2017, S. 21). Bei einer Skala von 1-5 (wobei 5 der höchste Wert ist), wurde der finanzielle Nutzen mit 3,68 angegeben (Andreotti et al. 2017, S. 21). Andere Gründe waren soziale Verantwortung (2,49), Leute kennenlernen (2,38) und Spaß haben (2,70) (Andreotti et al. 2017, S. 21). Auch bei einer repräsentativen Online-Befragung von Unterkunftsgästen im Jahr 2016 wurde herausgefunden, dass lediglich 5 % der Sharing-Economy-Übernachtungsgästen vor der Buchung keine herkömmlichen Übernachtungsangebote verglichen haben (BMW 2018, S. 59). Die anderen Sharing-Gäste haben einen Vergleich mit anderen Übernachtungsangeboten gemacht und haben sich dann schlussendlich für eine Sharing-Unterkunft entschieden (BMW 2018, S. 59). Als Hauptgrund für die Wahl gaben 70 % der Befragten den günstigeren Preis an (BMW 2018, S. 59). Weniger bedeutend beurteilt wurden die bessere Lage, spezielle Bedürfnisse wie mehr Wohnraum oder eine eigene Küche, sowie der persönliche Kontakt zum Gastgeber (BMW 2018, S. 59). So darf auch nicht vergessen werden, dass finanzielle Not das Motiv für die Gründung des Sharing-Anbieters Airbnb war (Slee 2016, S. 36). Um die horrenden Mieten in San Francisco bezahlen zu können, haben Brian Chesky und Joe Gebbia die eigene Wohnung an Programmierer, die eine Konferenz in San Francisco besuchten, als preiswerte Alternative zu Hotels angeboten (Slee 2016, S. 36).

### 2.1.3 Formen des Teilens

Sharing Economy umfasst eine Vielzahl unterschiedlicher Geschäftsmodelle und kann zwischen vielen verschiedenen Akteursgruppen praktiziert werden (von Stokar et al. 2018, S. 60). Bis heute mangelt es aber an einer einheitlichen und klaren Abgrenzung der unterschiedlichen Formen des Teilens (Demary 2015, S. 95; Kindel et al. 2015, S. 58). So

---

werden in dieser Arbeit die Sharing Economy Formen nach drei Modellen abgegrenzt: Interaktion der Akteursgruppen, Konsummärkte nach Botsman und Rogers (2011) und nach der Art der Partizipation.

### **Interaktionsmodelle der Akteursgruppen**

Die erste Organisationsvariante ist die Wirtschaftsbeziehung zwischen Unternehmen untereinander, die Business-to-Business-Variante (B2B). Hierbei teilen sich Unternehmen untereinander Produktionsmaschinen oder Dienstleistungen (Puschmann und Alt 2016, S. 123). Dadurch können die Parteien die teilweise sehr hohen Anschaffungs- und Nutzungskosten untereinander teilen und Ressourcen effizienter nutzen (Haucap 2015, S. 92). So können über Liquidspace Büroflächen geteilt werden oder Anbieter von Cloud-Lösungen (Amazon) bieten Rechenzeit an (Scholl et al. 2015, S. 10; Haucap 2015, S. 92).

Eine weiteres Interaktionsmodell ist das von Unternehmen und Konsumenten (B2C) oder „Business-to-Peer“ (B2P) (Scholl et al. 2015, S. 10). Hier ist der Business-Akteur Produzent, Anbieter und Vermittler in Einem (Kindel et al. 2015, S. 58). Unternehmenseigene Produkte und Ressourcen werden den Nutzern zur temporären Verwendung angeboten (Scholl et al. 2015, S. 10). Ein Beispiel ist hier das kommerzielle Carsharing. Traditionelle Automobilunternehmen wie BMW und Daimler stellen ihre unternehmenseigenen Produkte über die Internetplattform ShareNow temporär zur Verfügung (Kindel et al. 2015, S. 58). Der Konsument kann das gemeinschaftlich zugängliche Kfz bei Bezahlung eines bestimmten Betrags mieten (Wippermann 2014, o.S.). Der Vorteil gegenüber dem Geschäftsmodell Leasing ist, dass die Konsumenten letztendlich nur dann zahlen, wenn sie das Kfz auch wirklich nutzen (Wippermann 2014, o.S.). Der Unternehmer profitiert in Form eines höheren ökonomischen Gewinns, da die Preise für Kurzzeitmieten höher als die für Langzeitleasing sind, dieses Modell ist demnach bei häufiger Nutzung profitabler (Wippermann 2014, o.S.). Zudem werden Kundensegmente wie junge Erwachsene angesprochen, die eine finanzielle Belastung wie den Kauf eines Neuwagens nicht stemmen könnten (Eckhard und Bardhi 2015, o.S.).

Die dritte Organisationsvariante ist das Teilen zwischen Privatpersonen (C2C oder P2P). Es ist ein Geschäftsmodell, bei der intermediär die gesamte Infrastruktur zur Verfügung gestellt wird, das Teilen findet aber dann erst zwischen Besitzer und Nutzer statt (Scholl et al. 2015, S. 11). Der Vermittler besitzt damit kein Eigentum an dem zu handelnden Gut. Während B2C- und B2B-Modelle schon länger existieren und durch das moderne Kommunikations- und

---

Informationssystem nur beschleunigtes Wachstum erlebt haben, ist das P2P-Geschäftsmodell erst seit der Nutzung des Web 2.0 in großem Maßstab möglich geworden (Haucap 2015, S. 92). Der Grund liegt in den geringen Transaktionskosten, die es Anbietern und Nachfragern ermöglichen, sich leichter zusammenzufinden (Haucap 2015, S. 92).

### **Konsummärkte nach Botsman und Rogers**

Nach Botsman und Rogers unterscheidet sich die Sharing-Economy nach den Konsummärkten, in denen die Güter geteilt werden, diese werden als „Collaborative Consumption“ definiert (Botsman und Rogers 2011, S. 71). Im Hinblick auf die konkrete Entwicklung des „Collaborative Consumption“ in der Gesellschaft werden dabei drei wesentliche Konsummärkte unterschieden: Die Product Service Systems, die Redistribution Markets und die Collaborative Lifestyles (Botsman und Rogers 2011, S. 73f).

Als Product Service Systems (Produkt-Dienstleistungssystem) bezeichnet man Güter, die wenig verwendet und gewerblich offeriert werden (Botsman und Rogers 2011, S. 71). Der Nutzer bezieht nur die eigentumslose Nutzung des Produkts, wie beispielsweise bei Bibliotheken (Botsman und Rogers 2011, S. 72).

Redistribution Markets (Redistributions- oder Neuverteilungsmärkte) umfassen die Verteilung und den Handel von gebrauchten Gütern zwischen zwei Konsumenten, wie beispielsweise bei Ebay (Botsman und Rogers 2011, S. 72). Die Redistributionsmärkte fördern die Wiederverwendung und den Weiterverkauf alter Gegenstände, anstatt sie wegzuwerfen (Botsman und Rogers 2011, S. 72f).

Beim Collaborative Lifestyles (kollaborativer Lebensstil) werden dagegen keine physischen Güter geteilt oder getauscht, sondern immaterielle Vermögenswerte wie Zeit, Raum, Fähigkeiten und Geld (Botsman und Rogers 2011, S. 73). Bei dieser Konsumform steht die zwischenmenschliche Interaktion und nicht das zu konsumierende Gut im Vordergrund (Botsman und Rogers 2011, S. 73). Klassische Beispiele sind Couchsurfing oder BlaBlaCar.

### **Art der Partizipation**

Das dritte Modell ist die Art der Partizipation. Diese kann je nach Geschäftsmodell unterschiedlich sein (Scholl et al. 2015, S. 11). Die Plattformbreite kann dabei von gemeinnützigen Verleihinitiativen mit ideellen Interessen über Second-Hand-Marktplätze bis hin zum kommerziellen profitorientierten Modell gehen (Kindel et al. 2015, S. 58).

Bei der nichtprofitorientierten Sharing Economy wird von Social Sharing gesprochen (Dobusch 2017, S. 347). Die Ressourcen werden ohne eigenen Gewinnanspruch entweder von Unternehmen (B2C) oder Privatpersonen (P2P) zur Verfügung gestellt (Kindel et al. 2015 S. 58). Häufig verbergen sich hinter solchen Plattformen Ideale und selbstlose Motive (Wedde und Wedde 2015, S. 2). Eine sehr bekannte Social-Sharing-Plattform ist foodsharing. Dort bieten Restaurants, Lebensmittelhändler und Privatpersonen ihre nicht verkauften oder überschüssigen Lebensmittel kostenlos an (Foodsharing o.J., o.S.). Dadurch, so die Initiative, würde die Lebensmittelverschwendung reduziert werden (Foodsharing o.J., o.S.). Ein weiteres Beispiel ist Couchsurfing: Es ist ähnlich aufgebaut wie Airbnb, im Gegensatz dazu ist es allerdings untersagt, ein Entgelt für Übernachtungen zu verlangen (CouchSurfing o.J., o.S.). Die Community mit mittlerweile mehr als 12 Millionen Mitgliedern sieht sich eher als eine Gemeinschaft, bei der es neben dem Übernachten auch um das wechselseitige Kennenlernen geht (CouchSurfing o.J., o.S.).

Anders sieht es bei kommerziellen Geschäftsmodellen aus, dem Corporate- oder Private Sharing. Hier steht nicht das Teilen oder ein Gemeinschaftsgefühl im Vordergrund, sondern vorwiegend finanzielle Aspekte (Andreotti et al. 2017, S. 21). Die prominentesten Beispiele für kommerzielle Formen der Sharing Economy sind die Dienste Airbnb und Uber. Hier dominieren nicht nur von Seiten der Unternehmen das kommerzielle Interesse, sondern auch der Anbieter (Dobusch 2017, S. 349). Das Angebot ist stark ökonomisch und von direktem reziprokem Austausch zwischen den Anbietern und Nutzern getrieben (Dobusch 2017, S. 349).

#### **2.1.4 Kritiken und Kontroversen**

Trotz aller Vorteile der Sharing Economy muss sie sich immer lauterem Vorwürfen stellen, wie dass sie ganze Branchen und Geschäftsprinzipien umwerfe (Bendel 2019, o.S.). Wie Rifkin beschreibt, geht es dabei nicht nur um eine Umwandlung alter Geschäftsprinzipien, sondern um die Absetzung des Kapitalismus (Rifkin 2014, S. 9).

Erkennbar wird der Unmut der Bevölkerung an den Protesten der Taxifahrer, vor allem in den USA, gegen den US-amerikanischen Personenbeförderungs-Service Uber (Wippermann 2014, o.S.). Dieser verdrängt Taxi-Unternehmen durch den Zugang von Anbietern ohne Taxi-Lizenz, welche die Preise nach unten drücken (Brühn und Götz 2014, S. 5). Der Markt würde von Uber-Fahren übernommen, die nur deshalb so günstig ihre Fahrten anbieten können, da viele Kostenfaktoren, die den Taxibetreibern von der Regierung auferlegt sind, von den

---

privaten Anbietern, die nur eine Mitfahrgelegenheit bieten, nicht entrichtet werden (Schlenker 2014, S. 19). Eine ganze Branche verschwände, sobald Uber eine kritische Masse an Nutzern gewonnen hat (Brühn und Götz 2014, S. 3).

Zudem ist insgesamt eine zunehmende Profitorientierung der Sharing Economy erkennbar (Stampfl 2016, S. 38). Sharing-Giganten wie Airbnb oder Uber sind heutzutage Marktakteure, die weniger darauf abzielen, die Bedürfnisse der Verbraucher zu befriedigen, als vielmehr darum, eine kosteneffektive Dienstleistung zu stellen (Andreotti et al. 2017, S. 80). Diese Profitorientierung ist nur möglich, da es die Sharing-Plattformen ermöglichen, aus allen Vermögensgütern einen finanziellen Nutzen zu ziehen (Stampfl 2016, S. 38). Jede Person kann somit zu einem Kleinkapitalisten werden, der jedes brachliegende Objekt und jede mögliche Dienstleistung zu Geld machen kann (Oberhuber 2016, S. 1):

*„Die Sharing-Ökonomie führt letzten Endes zu einer Totalkommerzialisierung des Lebens“  
(Han 2014, S. 2).*

Und Rifkins Aussage, dass die Sharing Economy vom Kapitalismus befreien würde, stimmt nicht, denn wer kein Geld besitze, hätte weiterhin keine Möglichkeit, am Sharing teilzunehmen (Han 2014, S. 2). Zudem würde durch die Bewertungssysteme der Plattformen sogar die Gastfreundschaft ökonomisiert werden, denn wer freundlich ist, erhält bessere Bewertungen und erhöht die Wahrscheinlichkeit höherer Einnahmen (Han 2014, S. 2).

Plattformen sehen sich zunehmend als Unternehmen, die keine Arbeitskräfte beschäftigen, sondern nur selbständigen Arbeitnehmern Arbeitsgelegenheiten vermitteln (Stampfl 2016, S. 38). Die Folge ist, dass die Arbeitnehmer nicht mehr die Vorteile einer Festanstellung haben, dafür aber die Nachteile der Selbständigkeit. Denn in vielen Ländern haben Angestellte Rechte, die Selbständige nicht haben: regelmäßige Lohnzahlungen, Anspruch auf Mindestlohn, Tarifverträge, Arbeitszeitregelungen wie Überstundenausgleich oder Urlaub, Arbeitsschutzverträge und Mitbestimmungsrechte (Stampfl 2016, S. 43). All diese Vorteile entfallen für die vielen in Eigenregie arbeitenden „Unternehmer“ der Online-Plattformen (Stampfl 2016, S. 43). Aber nicht nur formelle Gründe sprechen gegen diese Art der Arbeitstätigkeit. Die software-basierten Sharing-Plattformen versuchen sich fortwährend effizienter zu gestalten (Stampfl 2016, S. 43). Während den Kunden ein schnellerer und einfacherer Komfort angeboten wird, nimmt es auf der anderen Seite den Anbietenden den nötigen Freiraum (Stampfl 2016, S. 44). Die selbständigen Arbeitnehmer müssen zeitlich sehr flexibel sein, um die erforderliche Leistung zufriedenstellend zu erbringen, während dabei ihr Entgelt immer geringer wird (Lobo 2014, o.S.). Es werde eine „Dumpinghölle“ geschaffen, bei denen die Anbieter nur dazu dienen, die Preise zu drücken und die Konkurrenz aus dem Markt

zu schwemmen (Lobo 2014, o.S.). Die Plattformen führen Arbeitsbedingungen herbei, die ohne Umgehen von Compliance-Richtlinien nicht zu erfüllen wären (Stampfl 2016, S. 44). Zudem führen die Kundenbewertungen zu einer ständigen Drucksituation, für die Anbieter (Stampfl 2016, S. 44). Auch können Kundenbewertungen willkürlich gegeben werden, ohne dass der Service entsprechend schlecht war (von Stokar et al. 2018, S. 146). Es gibt keine Kontrolle nach der Richtigkeit der Bewertungen (Stampfl 2016, S. 44). Somit ist es auch möglich, dass Anbieter bei Uber aufgrund ihrer ethnischen Herkunft diskriminiert werden (von Stokar et al. 2018, S. 146). Ohne eine gute Reputation können die Anbieter aber aus dem System geworfen werden (Schwalbe 2014, S. 13). Problematisch für all diejenigen, die mit ihrer Tätigkeit ihren Lebensunterhalt bestreiten und hierfür sogar Investitionen getätigt haben (Stampfl 2016, S. 44). Diese grundlegende Veränderung der Unternehmensorganisation wird als „Plattformkapitalismus“ beschrieben (Lobo 2014, o.S.; Srnicek 2016, S. 36ff).

Kontrovers zu sehen ist auch der ökologische Nutzen: So wurde in Studien festgestellt, dass eine Plattform-Nutzung zwar ein ökologisch vorteilhaftes Ergebnis mit sich bringt, aber ohne eine weiterführende nachhaltige Orientierung der Nutzer in ihrem eigenen Konsumverhalten kommt es kaum zu Umweltvorteilen (Ludmann 2018, S. 83; Loske 2014, S.22). Sogenannte Rebound-Effekte, bei denen die gesparten Konsumausgaben durch Effizienzsteigerungen in andere nicht ökologisch nachhaltige Konsumprodukte fließen, sind zu beobachten (Paech 2015, S. 104). So wurde in einer Studie von Schor im Jahr 2016 bestätigt: Airbnb-Nutzer unternehmen aufgrund der günstigeren Übernachtungsmöglichkeiten mehr Reisen und der ÖPNV wird durch preiswerte Fahrdienste substituiert (Schor 2016, S. 14). Dies würde die Einsparpotenziale durch Share-Economy nicht nur neutralisieren, sondern wahrscheinlich sogar ins Negative umkehren (Paech 2015, S. 104).

Es ist festzuhalten, dass zwischen dem angepriesenen Bild und der Wahrheit der Share-Ökonomie ein großer Unterschied besteht. Die sozioökonomischen Folgewirkungen betreffen aber meist nur die kommerziellen Geschäftsmodelle im Sharing-Sektor (Dobusch 2017, S. 350; Heinrichs 2014, S. 16). Dort besteht auch der weitaus größere Regulierungsbedarf für eine gesetzeskonforme Nutzung als bei den nichtprofitorientierten Modellen (Dobusch 2017, S. 350).

## 2.2 Sharing Economy am Beispiel von Airbnb

Wie schnell und erfolgreich sich der Trend Sharing Economy entwickelt hat, zeigt Airbnb (Kindel et al. 2015, S. 57): 2008 wurde das Unternehmen, damals noch als Airbed & breakfast,

in San Francisco gegründet, um Besucher einer Konferenz die eigene private Wohnung als preiswerte Alternative zu Hotels anzubieten (Wippermann 2014, o.S.). Während die Vermieter etwas Geld dazuverdienen und damit ihre Miete zahlen konnten, bekamen die Gäste eine erschwingliche Übernachtungsmöglichkeit (Airbnb o.J., b, o.S.). 2020, 12 Jahre nach der Gründung, betreibt Airbnb eine der größten Wohnraumvermittlungplattformen und steht mit 7 Millionen Inseraten in 100.000 Städten in über 191 Ländern auf der Welt nun kurz vor seinem Börsengang (Airbnb o.J., b, o.S.; Reiche 2019, o.S.). Der Kapitalisierungswert wird auf dem privaten Markt auf rund 46 Milliarden US-Dollar geschätzt (Franklin und Sen 2019, o.S.). Airbnb ist damit deutlich wertvoller als eine Hotelkette wie beispielsweise Hilton Worldwide Holding mit einer Marktkapitalisierung von 26 Milliarden US-Dollar (Franklin und Sen 2019, o.S.). Diese gibt es seit über 100 Jahren mit fast 5000 Hotels und 169.000 Mitarbeiter weltweit (Stand 2016) (SEC 2019, S. 2). Airbnb hat innerhalb kürzester Zeit gezeigt, wie die Sharing Economy eine Branche disruptiv verändern kann (Kindel et al. 2015, S. 57).

### **Airbnb Geschäftsmodell**

Airbnb ist eine Plattform, auf der weltweit Reisende Unterkünfte und Aktivitäten buchen und inserieren können. Die Nutzung erfolgt dabei in den meisten Fällen über die Airbnb-App (BMW 2018, S. 36). Airbnb wird dabei maßgeblich von Gastgebern getragen, die ihren Gästen eine Übernachtungsmöglichkeit anbieten, das sogenannte Homesharing (Airbnb o.J., f, o.S.). Grundsätzlich vermietet ein Gastgeber seine Wohnung oder Teile davon für einen kurzen Zeitraum entgeltlich an andere Personen. Das Unternehmen verdient durch eine vom Gastgeber getragene Servicepauschale von 3 % und einer „Service-Gebühr“ von maximal 13 % der Buchungssumme, die vom Gast bezahlt wird (Airbnb o.J., h, o.S.). Mit diesem Gebührenmodell steht Airbnb wirtschaftlich sehr gut da, wenn man bedenkt, dass Airbnb nur eine webbasierte Plattform zur Verfügung stellt. So wurde im zweiten Quartal 2019 über eine Milliarde Dollar Umsatz erwirtschaftet und laut eigenen Aussagen wurden 2017 und 2018 operativ schwarze Zahlen geschrieben (boerse.ARD.de 2019, o.S.; Reiche 2019, o.S.). Damit sind sie anderen Sharing-Economy-Anbietern wie Uber, Lyft und WeWork weit voraus (Reiche 2019, o.S.).

### **Angebotsvielfalt und Nutzer**

Auf Airbnb stellen Gastgeber ihre Unterkunft an Nutzer der Plattform kurzzeitig zur Verfügung. Die Plattform ist für außergewöhnliche Übernachtungsmöglichkeiten wie Baumhäuser, Boote

oder Jurten bekannt (Slee 2016, S. 27; Airbnb o.J., a, o.S.). Die Preisspanne kann dabei auch sehr stark variieren (Airbnb o.J., a, o.S.). Doch Airbnb will weiterwachsen, um auf einer Ebene mit Hotels konkurrieren zu können. So wurde zum einen die Klassifizierung „Airbnb Plus“ für Unterkünfte eingeführt, die auf hervorragende Ausstattungsmerkmale geprüft werden und sich durch ein besonderes Maß an Qualität, Komfort und Stil auszeichnen (Kloepfer 2018, o.S.; Airbnb 2019, c, o.S.). Zudem anderen werden auch immer mehr Geschäftsreisende durch das Angebot „Airbnb for Work“ angesprochen (Airbnb o.J., g, o.S.). Das Angebot beinhaltet speziell geeignete Unterkünfte und einen separaten Kundensupport (Airbnb o.J., g, o.S.). Zusätzlich will sich das Milliardenunternehmen aus dem Silicon Valley von der reinen Wohnungsvermittlung unabhängiger machen (Frankfurter Allgemeine 2016, o.S.). Daher gibt es seit 2016 neben den üblichen Unterkünften auch die Funktion „Entdeckungen“, mit der das Angebot um Urlaubserlebnisse wie Ausflüge zu Sehenswürdigkeiten oder Events erweitert wird (Airbnb 2018, o.S.).

Die Nutzermotive liegen (vgl. Abschnitt 2.1.2) vorwiegend auf dem finanziellen Vorteil, der durch Kosteneinsparungen bei Buchung einer preiswerten Unterkunft einhergeht (BMWi 2018, S. 59). Laut Airbnb spielten aber auch das unbeschwertere und authentischere Kennenlernen der Kultur und Sehenswürdigkeiten für 41 % der Befragten eine Relevanz (Airbnb 2019, a, o.S.). Für die Gastgeber steht aber ebenfalls der finanzielle Profit im Vordergrund (Andreotti et al. 2017, S. 21.). So konnte mehr als die Hälfte der Gastgeber durch das gelegentliche Vermieten ihre Unterkunft mitfinanzieren (Airbnb 2019, a, o.S.).

### **Vertrauen und Leihbereitschaft**

Da es aufgrund des Geschäftsmodells zu Unsicherheiten zwischen Anbieter und Nachfrager kommt ist eine Grundvoraussetzung des Geschäftsmodells Vertrauen (vgl. Abschnitt 2.1.2). Während bei den B2C- oder B2B-Modellen aufgrund der Reputation des Unternehmens schon Vertrauen gewährleistet ist, handeln im P2P-Sharing Menschen, die sich untereinander nicht kennen (Kindel et al. 2015, S. 60). Der Betreiber einer P2P-Plattform kann hierbei zwei Wege wählen: Entweder tritt er selbst als regulierendes Organ auf oder er bindet und identifiziert die Teilnehmer über eine Community mit der Marke (Kindel et al. 2015, S. 60). Letztes hat Airbnb perfektioniert, es hat ein sich selbst regulierendes System geschaffen, bei der über Community-Treffen und Blogbeiträge ein Wir-Gefühl kreiert wird (Kindel et al. 2015, S. 61). Zudem muss sich jedes neue Mitglied verifizieren und es gibt einen Service zur Abwicklung des Zahlungsverkehrs und ein Bewertungssystem der Nutzerprofile. Des Weiteren gibt es für die Gastgeber eine inkludierte Haftpflichtversicherung in einer Höhe von bis zu einer Millionen US-

Der Einfluss von Airbnb auf den Wohnungs-  
und Hotelmarkt der Universitätsstadt Tübingen,

*Forschungsbereich Geographie*

---

Dollar (Airbnb o.J., f, o.S.). Damit bietet Airbnb sowohl Gästen als auch den Gastgebern Entschädigungen für Unfälle oder Straftaten wie vorsätzlichem Diebstahl und Vandalismus an (OECD 2017, S. 283). Dieses System funktioniert gut, bestätigt auch der langjährige Airbnb-Gastgeber:

*„[...] aber Airbnb hilft da [in Problemfällen] sehr [...]“ (Interview 1).*

Es werden sogar Hotelrechnungen von Airbnb übernommen, falls es zu Problemen bei der Unterkunft kommen sollte (Interview 1).

### **3 Wahl der Methodik**

#### **3.1 Experteninterview**

Im Rahmen dieser Arbeit wurden verschiedene Experteninterviews anhand eines teilstandardisierten Leitfadens durchgeführt, um eine methodisch ausgearbeitete Untersuchung der zu behandelnde Forschungsfrage zu bekommen (Bogner, Littig und Menz 2014, S. 27). Interviews gehören dabei zur qualitativen Sozialforschung, die sich als Hypothesen generierendes Verfahren versteht (Lamnek und Krell 2016, S. 34). Durch Untersuchungen des subjektiven menschlichen Verhaltens und anderer sozialer Phänomene soll ein flexiblerer Zugang zum Forschungsgegenstand bekommen werden (Lamnek und Krell 2016, S. 13). Qualitative, leitfadengestützte Interviews haben dabei, im Gegensatz zu anderen Methoden der qualitativen Forschung, eine hohe Gewichtung, da sie methodologisch vergleichsweise gut ausgearbeitet sind und einen schnellen Zugang zum Forschungsfeld liefern (Helfferich 2019, S. 669; Lamnek und Krell 2016, S. 313).

Experteninterviews sind stärker informationsbezogen und auf die Erhebung von technischem Wissen ausgerichtet (Helfferich 2019, S. 669). Es geht darum, Befragte mithilfe eines teilstrukturierten Interviews hinsichtlich der forschungsrelevanten Fragestellungen „zum Reden zu bringen“ (Bogner, Littig und Menz 2014, S. 28). Dabei handelt es sich um eine offene Befragung, die durch festgelegte Leitfragen in eine vorab gewählte Richtung verläuft (Häder 2019, S. 205).

#### **Leitfadenkonstruktion**

Der Leitfragen sollte dem Paradigma „so offen wie möglich, so strukturierend wie nötig“ folgen (Helfferich 2019, S. 670). Bei der Leitfadenkonstruktion ist eine Vorformulierung konkreter Fragen durchaus hilfreich, um in dem Gespräch den Redefluss nicht zu unterbrechen und schnell an Punkte im Gespräch anzuknüpfen (Helfferich 2019, S. 682; Bogner, Littig und Menz 2014, S. 30). Es sollte auf das Gesagte des Experten durch nachgeordnete Fragen, die nicht im Leitfaden stehen, dem Gesprächspartner seine Ansicht zur Thematik entlockt werden (Bogner, Littig und Menz 2014, S. 32).

Als Grundlage wurde ein allgemeiner Basisleitfaden erstellt, auf dessen Fundament dann die spezielleren Fassungen konzipiert wurden (Bogner, Littig und Menz 2014, S. 30). Der Leitfaden wurde dabei jeweils personen- beziehungsweise funktionsbezogen auf den Experten angepasst (Bogner, Littig und Menz 2014, S. 30). Die Anpassung richtet sich nach

beruflicher Position und Ausbildung, vermutetem Kenntnisstand und dem Bezug zum behandelnden Thema (Bogner, Littig und Menz 2014, S. 30). Damit wird eine Gegenüberstellung der verschiedenen Interviews ermöglicht, gleichzeitig aber Raum gelassen, um auf jeden Interviewpartner individuell einzugehen (Bogner, Littig und Menz 2014, S. 78).

Bei der konkreten Leitfadenskonstruktion sollte der Interviewer folgendes beachten: Es sollte die Nicht-Beeinflussung des Befragten durch keinerlei Erwähnung eigener aufgestellter Hypothesen gewährleistet werden. Die ersten Fragen sollten für die Zielperson besonders interessant und zugleich leicht zu beantworten sein, um eine gute Interviewatmosphäre zu schaffen (Häder 2019, S. 242). Nach der Aufwärmphase sollten die wichtigsten und relevantesten Fragen gestellt werden (Häder 2019, S. 243). Fragen, die potenziell einen Abbruch oder eine Nicht-Beantwortung des Befragten zur Folge haben könnten, werden somit am Ende gestellt (Häder 2019, S. 244).

### **Durchführung und Auswertung**

Beim Sampling, der gezielten Auswahl der Gesprächspartner für eine Untersuchung, wurden mittels Analyse von Medienartikeln, Recherchen und Interviewempfehlungen die relevanten Experten der Themengebiete Airbnb und des Wohnungsmarktes Tübingen bestimmt (Wohlrab-Sahr und Przyborski 2014, S. 177). Diese waren schwer auffindbar und häufig für eine Bachelorarbeit nicht bereit, ein Interview zu führen. Dennoch konnten fünf Interviewpartner gefunden werden: Zu den Interviewten gehörten ein Airbnb-Gastgeber, die Fraktionsvorsitzende der Linken im Gemeinderat Tübingen, Gerlinde Strasdeit, die zwei Beauftragten für Wohnraum und barrierefreies Bauen der Universitätsstadt Tübingen, Julia Hartmann und Axel Burkhardt, der Geschäftsführer des Hotels Krone Tübingen, Alexander Stagl, und eine Beraterin und Mitarbeiterin eines Wirtschaftsforschungs- und Beratungsunternehmens aus der Region Stuttgart, Maike F..

Vier der fünf Interviews wurden telefonisch durchgeführt. Dabei haben Telefoninterviews vielfältige Nachteile: So gehen bei Telefonbefragungen körperlichere Interaktionen wie Mimik, Gestik und räumliches Verhalten verloren (Misoch 2019, S. 173). Diese fehlende visuelle Information kann zu Verunsicherungen und einer geringeren Kontrolle über den Kommunikationsfluss beim Interviewer führen (Misoch 2019, S. 173). So können sich bei Interviews immer wieder kürzere oder längere Pausen ergeben, wenn der Befragte sich kurz konzentrieren muss, um auf die Frage adäquat zu antworten (Misoch 2019, S. 174). Bei einem

Telefoninterview können solche Pausen aufgrund der fehlenden nonverbalen Zeichen schlechter eingeschätzt werden und es kann zu Fehlinterpretationen kommen, die den weiteren Interviewverlauf nachhaltig negativ prägen kann (Misoch 2019, S. 174).

Bei der anschließenden Transkription der Interviews wurden die Grundregeln aus der Publikation „Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten“ beachtet (Kuckartz 2010, S. 44). Mit dem Transkriptions-Material wurden dann in MAXQDA die aufgestellten Arbeitshypothesen überprüft (Rädiker und Kuckartz 2019, S. 2). Vor allem diente das Material aber dazu, Hypothesen zu entwickeln und Aussagen über Zusammenhänge zu verstehen, die sich aus den vorherigen empirischen Ergebnissen resultierten, und diese empirisch zu begründen (Bogner, Littig und Menz 2014, S. 32).

### 3.2 Fragebogen

Eine weitere in dieser Arbeit angewandte statistische Methode war der Fragebogen. Dieser gehört im Gegensatz zu den Interviews zu den quantitativen Forschungsmethoden (Kallus 2016, S. 11). Bei den quantitativen Forschungsmethoden geht es um die numerische Darstellung von statistisch auswertbaren Datensätzen (Rädiker und Kuckartz 2019, S. 2). Quantitative Forschung versteht sich hierbei als ein hypothesenprüfendes Verfahren (Lamnek und Krell 2016, S. 34). Die standardisierte Befragung mithilfe eines Fragebogens ist diesbezüglich einer der typischsten Methoden, um eine große repräsentative Gruppe zu erreichen (Raab-Steiner und Benesch 2018, S. 47).

Der Fragebogen ist ein psychometrisches Messverfahren zur Beschreibung von quantitativen Informationen der aktuellen, vorübergehenden oder überdauernden Merkmale von Personen (Kallus 2016, S. 11). Im Unterschied zu qualitativen Forschungsmethoden gibt es beim Fragebogen oft nur geschlossene, leicht zu beantwortende Frage-Antwort-Einheiten. Dadurch ist er im Gegensatz zu einer qualitativen Befragung, die viele offene Fragen beinhaltet, kürzer und einfacher zu beantworten (Raab-Steiner und Benesch 2018, S. 52f). Auch sind geschlossene Fragen einfacher auszuwerten (Mayer 2013, S. 94). Da eine möglichst kurze Bearbeitungszeit und eine einfache Beantwortung den Rücklauf der Befragungen erhöhen kann, fällt hier die Entscheidung zugunsten des Fragebogens (Raab-Steiner und Benesch 2018, S. 53).

Der Fragebogen muss zudem für eine repräsentative Analyse den Qualitätskriterien der Operationalisierung entsprechen, d.h. der Merkmalsbereich muss möglichst objektiv, zuverlässig und valide abgebildet werden (Kallus 2016, S. 15). Objektivität bedeutet, dass die

Merkmale unabhängig von der vorgefertigten Meinung des Autors durchgeführt, ausgewertet und interpretiert werden (Raab-Steiner und Benesch 2018, S. 16), zuverlässig bedeutet, dass die Fragen so aufgebaut werden, dass der Fragebogen konsistent und vergleichbar ist, die Fragen sollten also eindeutig und klar formuliert sein und keine subjektiv zu interpretierenden Elemente oder Mehrdeutigkeiten beinhalten (Kallus 2016, S. 16). Validität der Antworten heißt, dass der Merkmalsbereich möglichst präzise abgebildet sein sollte (Kallus 2016, S. 16).

### **Fragebogenkonstruktion**

Die Operationalisierung des Wohnraumentzugs durch Airbnb konnte durch verschiedene einfache Frage-Antwort-Einheiten, sogenannte Items, gemessen werden (Kallus 2016, S. 14). Die Fragen drehten sich um die Objektart, ob die Unterkunft selbst noch genutzt wird, ob auch auf anderen Plattformen inseriert wird, die Einkünfte, die steuerliche Behandlung der Einkünfte, die Dauer und Gründe der Vermietung, Probleme mit Nachbarn oder anderen Personen und zum Schluss die demographischen Merkmale der Gastgeber (vgl. Anhang C.b). Jede Frage konnte übersprungen werden, damit Bereiche, die als sehr privat angesehen werden, nicht beantwortet werden mussten (Kallus 2016, S. 143).

Bei der Auswertung des Fragebogens hätten sich jedoch Unregelmäßigkeiten ergeben können, denn wenn wie beschrieben jeder Gastgeber für jedes seiner Objekte den Fragebogen einmal ausgefüllt hätte, würden bei Mehrfachanbietern die Gastgeber-Merkmale wie Alter, Geschlecht und weitere Attribute doppelt gezählt. Damit dies nicht passiert, wurde als erstes abgefragt, ob dieser Fragebogen schon einmal ausgefüllt wurde, die Antwort wurde dann bei der Auswertung berücksichtigt (vgl. Anhang C.b). Zudem konnten dadurch die Mehrfachanbieter von den Einfachanbietern abgegrenzt werden.

### **Durchführung und Auswertung**

Die konkrete Datenerhebung fand mittels Online-Umfrage statt. Es wurde versucht, alle Airbnb-Gastgeber in Tübingen, die auf der Plattform Airbnb zum 12.12.2019 in Tübingen gelistet waren, mittels einer repräsentativen Umfrage über einen kurzen standardisierten Online-Fragebogen zu befragen. Der Kontakt fand über die Plattform selbst statt. Es wurde eine Einladung zur Teilnahme an den Fragebogen mit dem Link zum Fragebogen verschickt. Bei der Kontaktaufnahme musste jede Unterkunft individuell ausgewählt und über die Nachrichtenfunktion angeschrieben werden. Dasselbe Verfahren sollte sich sechs Tage später wiederholen, um die Gastgeber nochmal an die Umfrage zu erinnern.

Vorab musste beachtet werden, dass eine Vermietung von Wohnraum in Tübingen zwar keine Ordnungswidrigkeit darstellt, diese aber dennoch kritisch beobachtet wird. In Berlin wurde von medialer Seite sogar die Enteignung von Airbnb gefordert (Peter 2018, o.S.). Auch der interviewte Airbnb-Gastgeber wollte aus diesen Gründen seinen Namen anonymisieren. Es ist daher also wahrscheinlich, dass die Vermieter sich vor einer Umfrage eher scheuen werden und es zu keiner allzu großer Resonanz kommen könnte. Auch ist es möglich, dass es zu Selektionseffekten bei den Befragungen kommen könnte: Gastgeber, die mehrere Unterkünfte das gesamte Jahr über anbieten und dadurch dem Wohnungsmarkt diese nachweislich entziehen (BMW 2018, S. 67), werden eine geringere Motivation bei einer Aufklärung des Effekts von Airbnb auf den Wohnungsmarkt in Tübingen haben als jene Gastgeber, die die Plattform nicht gewerblich nutzen. Um diesen Selektionseffekt zu vermindern wurde der Fragebogen möglichst kurzgehalten, die Beantwortung der Fragen sollte dabei nicht länger als drei Minuten in Anspruch nehmen (vgl. Anhang C.b). Zudem sollte die Kontaktaufnahme verschiedene Kriterien erfüllen (Raab-Steiner und Benesch 2018, S. 54): Zum einen wurde das Forschungsprojekt und die dahinterstehende Person dargestellt, eine grobe Übersicht über die Fragen und die Verwendung der Daten gegeben und es wurde erwähnt, dass Fragen, die zu privat wahrgenommen werden, nicht beantwortet werden müssen (vgl. Anhang C.a). Ferner sollte den Befragten die Angst vor negativen Konsequenzen bei einer Teilnahme genommen werden, daher war die Zusicherung der Anonymität von hoher Bedeutung (vgl. Anhang C.a).

Bei der Kontaktaufnahme mit den Gastgebern am 12.12.2019 traten jedoch einige Probleme auf: Um eine Nachricht an den Anbieter eines Inserats zu verschicken, musste die Unterkunft für einen Reisezeitraum reserviert werden. Das bedeutet, sobald die Nachricht verschickt wurde, wurde gleichzeitig die Unterkunft reserviert. Dies hätte zu Unmut bei den Gastgebern führen können, war aber aufgrund der Plattformgestaltung ohne Alternative. Ab der neunten verschickten Einladung konnte dann keine weitere Nachricht mehr verschickt werden. Die Nachrichtenfunktion war blockiert, zudem wurde jede verschickte Nachricht auf externe Links, Telefonnummern und E-Mail Kontaktdaten zensiert. Nachdem der Kontaktversuch über die Webseite von Airbnb gescheitert war, wurde versucht, das Unternehmen Airbnb direkt zu kontaktieren. Auf eine schriftliche Anfrage hin gab es aber nur die Rückmeldung, dass eine Kontaktaufnahme außerhalb der Plattform nicht möglich sei.

Da in dieser Arbeit mit weiteren Methoden wie Kartenauswertung, Experteninterviews und einer Literaturanalyse gearbeitet wurde und diese eine ausreichende empirische Grundlage bilden, wurde die quantitative Datenanalyse mittels Fragebogen nicht weiterverfolgt.

### 3.3 Geoinformationsmodell

Eine weitere Methodik, die in dieser Arbeit angewandt wurde, war die quantitative Analyse der Unterkünfte auf Airbnb. Es wurden die angebotenen Homesharing-Objekte und deren räumliche Verteilung auf einer Tübinger Karte dargestellt und dokumentiert. Aus der Darstellung lassen sich Schlussfolgerungen ziehen, ob und in welcher Weise es zu Wohnungsmarktspannungen in bestimmten Vierteln Tübingens gekommen ist. Ähnliche Darstellungen für große Städte wie Berlin oder München wurden schon von verschiedenen Quellen erstellt, wie zum Beispiel von „insideairbnb“ (Cox o.J., o.S.). In Berlin konnte mit solch einer Karte schon 2015 aufgezeigt werden, dass es auf einigen Straßen zu Wohnraumentzug kommen kann. Dort waren auf wenigen Quadratkilometern mehrere hunderte Inserate aktiv (Skowronnek, Vogel und Parnow 2015, o.S.).

Um eine repräsentative Übersicht zu erstellen, benötigte es dabei die genaue Anzahl und Adresse von jedem angebotenen Objekt der Plattform-Airbnb. Offizielle Datenquellen, wie statistische Erhebungen von der Stadt oder Gemeinde sind nicht vorhanden (Universitätsstadt Tübingen 2016, b, S. 3; Interview 3). Um daher diese Datenlücke zu füllen, wurden Daten des Marktforschungsunternehmens AirDNA verwendet. AirDNA ist laut eigenen Aussagen der führende Datenanbieter im Bereich Ferienwohnungen (PR Newshire 2017, o.S.). Das Unternehmen hat sich auf die Auswertung von Preis- und Kostenstrukturen der Vermietungen von Homesharing-Objekten spezialisiert (Shatford 2019, o.S.). AirDNA wurde 2015 gegründet, um Gastgebern einen Überblick über den Mietmarkt zu bieten, um ihre eigene Unterkunft zu optimieren und ein profitables Mietgeschäft aufzubauen (Shatford 2017, o.S.; PR Newshire 2017, o.S.). Dafür wird täglich die Performance und Vermietungsanalyse von 10 Millionen Vermietungen in über 80.000 Märkten auf der ganzen Welt verfolgt (Shatford 2017, o.S.). Der AirDNA-Datensatz stellt verschiedene statistische Messgrößen der Unterkünfte in Tübingen dar, wie die durchschnittliche Größe der Unterkünfte (Personenanzahl), durchschnittliche Verfügbarkeit im Jahr, Kosten pro Tag, Mietdauer, Ausstattungsmerkmale und weitere Informationen (AirDNA 2020, o.S.). Auch bietet AirDNA eine interaktive Karte mit den Standorten der Unterkünfte an. AirDNA war für die Analyse von Airbnb in Tübingen die wichtigste Informationsquelle.

Der Datensatz hat jedoch zwei Nachteile. Erstens bezieht sich AirDNA nicht nur auf die Unterkünfte des Marktführers Airbnb, sondern auch auf die von VRBO. VRBO ist eine Ferienwohnungs-Plattform, die der Unternehmensgruppe Expedia Group angehört, welcher auch weitere Ferienwohnungs-Plattformen wie HomeAway und FeWo-direkt.de angehören (Expedia Group 2019, o.S.). Durch diese Unternehmensverflechtung gehört die Expedia

Group nach eigenen Aussagen zur Nr.1 in der deutschsprachigen Ferienhausvermittlung (HomeAway o.J., a, o.S.). Da ein Sortieren nach Anbietern von AirDNA nicht unterstützt wird, bedeutet dies, dass von den untersuchten Homesharing-Angeboten in Tübingen (Stand Januar 2020) rund 74 % auf Airbnb, 22 % bei der Expedia Group und 4 % auf beiden Plattformen gelistet waren (AirDNA 2020, o.S.). Zum anderen werden von AirDNA nur Zahlen bereitgestellt, die sich auf den gesamten Landkreis Tübingen beziehen und nicht nur auf die Stadt Tübingen. Eine eigenständige Analyse der Universitätsstadt Tübingen ist damit nicht möglich.

AirDNA arbeitet für die Datengewinnung mit der Methode Web Scraping (Scatford 2019, o.S.). Bei Web Scraping, auch Screen Scraping genannt, geht es um das automatisierte Auslesen von Daten aus dem Teil des Internets, der für jeden zugänglich ist (Von Schönfeld 2018, S. 13ff). Es ist ein technischer Vorgang, bei dem Informationen, die ursprünglich für den Nutzer des Angebots visuell aufbereitet und dargestellt werden, automatisch exzerpiert und in eine Datenbank eingefügt werden (Von Schönfeld 2018, S. 25). Daher basieren die Daten von AirDNA auf denen von Airbnb und der Expedia Group, die auf deren Webseite öffentlich zugänglich sind (Scatford 2019, o.S.). Diese Daten werden täglich abgerufen und ausgelesen (Shatford 2017, o.S.). Bei diesem Verfahren muss berücksichtigt werden, dass die ausgelesenen Daten exakt so übernommen werden, wie die angegebenen Daten auf den Plattformen. Da aber die genauen Standorte der Objekte von Airbnb selbst anonymisiert werden und die Objekte vielmehr in einem Radius von 200 m um die eigentliche Position angegeben werden, können falsche Einschätzungen bei der Auswertung getroffen werden (Skowronnek, Vogel und Parnow 2015, o.S.). Objekte werden beispielsweise in Parks oder Flüssen angezeigt oder in falschen Straßen und Häusern (Skowronnek, Vogel und Parnow 2015, o.S.). Damit ist eine exakte Wohnungsanalyse nicht möglich und es könnte sogar zu Fehlschlüssen kommen.

Anhand der interaktiven Karte von AirDNA, auf der die Objekte kartographisch dargestellt sind, wurden die Daten dann händisch, mit der Abgleichung vom Standort, in eine geoinformationssystembasierte Karte übertragen. Bei der Übertragung wurden auch jeweils die verschiedenen Unterkunftsarten gekennzeichnet. Mit dem eingefügten Punktdatenset konnten durch verschiedene statistische Werkzeuge unterschiedliche Hypothesen überprüft werden und der Wohnungsmarkt gesamtheitlich analysiert werden. Bei der Auswertung der Daten spielte jedoch die Art der Unterkunft keine Rolle, aufgrund des zu kleinen Datensatzes.

Bei der beschriebenen Methode geht es darum, einen grundlegenden Überblick über die Anordnungen der Objekte zu bekommen und damit eventuell Viertel und Straßen

Der Einfluss von Airbnb auf den Wohnungs-  
und Hotelmarkt der Universitätsstadt Tübingen,

*Forschungsbereich Geographie*

---

herauszufiltern, die die meisten Airbnb und Expedia Group Unterkünfte tragen müssen. Die gesamte statistische Methode darf bezüglich der Unsicherheiten bei der Datenlage als nur bedingt repräsentativ betrachtet werden.

## 4 Airbnb in Deutschland

### 4.1 Wohnungsmarkt und Airbnb Entwicklung

#### Wohnungsmarkt

Der Wohnungsmarkt in Deutschland ist zweigeteilt. Während in den letzten Jahren in den ländlichen Regionen an der Wohnungsnachfrage vorbei gebaut wurde, wird die Wohnungssituation in den Universitätsstädten und Metropolen immer kritischer (Thomsen, Vogt und Brausewetter 2019, S. 2; Deschermeier et al. 2017, S. 2). Nach einer Studie des IW Köln wurden im Zeitraum 2011 und 2015 in Deutschland in den ländlichen Regionen 20 % mehr gebaut als benötigt, während in den sieben größten Städten Deutschlands (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München und Stuttgart) hingegen nur 32 % des benötigten Wohnraums geschaffen wurde: Dies bedeutet ein Fehlbedarf von 60.000 Wohnungen (Deschermeier et al. 2017, S. 2). Betrachtet man alle urbanen Gebiete seit 2009 mit einem zu geringen Angebot, so ergibt sich ein Fehlbestand von bundesweit 1 Millionen Wohnungen (Möbert 2018, S. 3). Das Wohnungsangebot reicht also bei weitem nicht aus, um die steigende Nachfrage zu befriedigen (Thomsen, Vogt und Brausewetter 2019, S. 2). Die Konsequenz ist ein Nachfrageüberhang und eine stetig steigende Preisentwicklung (Möbert 2018, S. 2). So haben sich die Preise für Wohnimmobilien in den sieben deutschen Großstädten seit 2009 verdoppelt (Deutsche Bundesbank 2019, S. 1). Die Wohnungsmieten ziehen nach und sind im selben Zeitraum um mehr als die Hälfte angestiegen (Deutsche Bundesbank 2019, S. 2). Auch in den nächsten Jahren wird sich an dieser Preisentwicklung nichts ändern; der Preisdruck im deutschen Wohnungsmarkt bleibt bestehen. Die Folge ist eine Überbewertung und das Risiko einer gefährlichen Immobilienpreisblase (Simons et al. 2017, S. 3; Möbert 2018, S. 2).

Der Immobilienboom in Deutschlands Metropolen begann 2009 nach der Finanzkrise (Thomsen, Vogt und Brausewetter 2019, S. 5). Die Nachfrage in den Städten wurde und wird dabei maßgeblich von einem hohen Bevölkerungs- und Beschäftigungswachstum getrieben (Möbert 2018, S. 1). Hinzu kommt, dass der erforderliche Neubau nur langsam ausgeweitet wurde und es nun einen hohen Nachholbedarf in den urbanen Zentren gibt (Möbert 2018, S. 5). Gründe für das relativ unelastische Marktangebot sind knappes Bauland, langwierige Baugenehmigungsverfahren und ausgelastete Kapazitäten in der Baubranche (Thomsen, Vogt und Brausewetter 2019, S. 2). Ein weiterer Katalysator für die Wohnungsnachfrage sind die gesunkenen Zinssätze für Baukredite, diese lagen für private Haushalte 2019 zwischen 1 und 2 % p. a., je nach Zinsbindungsfrist (Deutsche Bundesbank 2019, S. 4). Vor zehn Jahren

waren diese noch bei 5 % (Deutsches Bundesbank 2019, S. 4). Dadurch wird vielen Personen eine Immobilienfinanzierung erst ermöglicht (Deschermeier et al. 2017, S. 2). Zudem greifen Menschen und Unternehmen aufgrund der niedrigen Bankzinsen bei der Suche nach einer relativ sicheren Wertanlage immer mehr zu Immobilien.

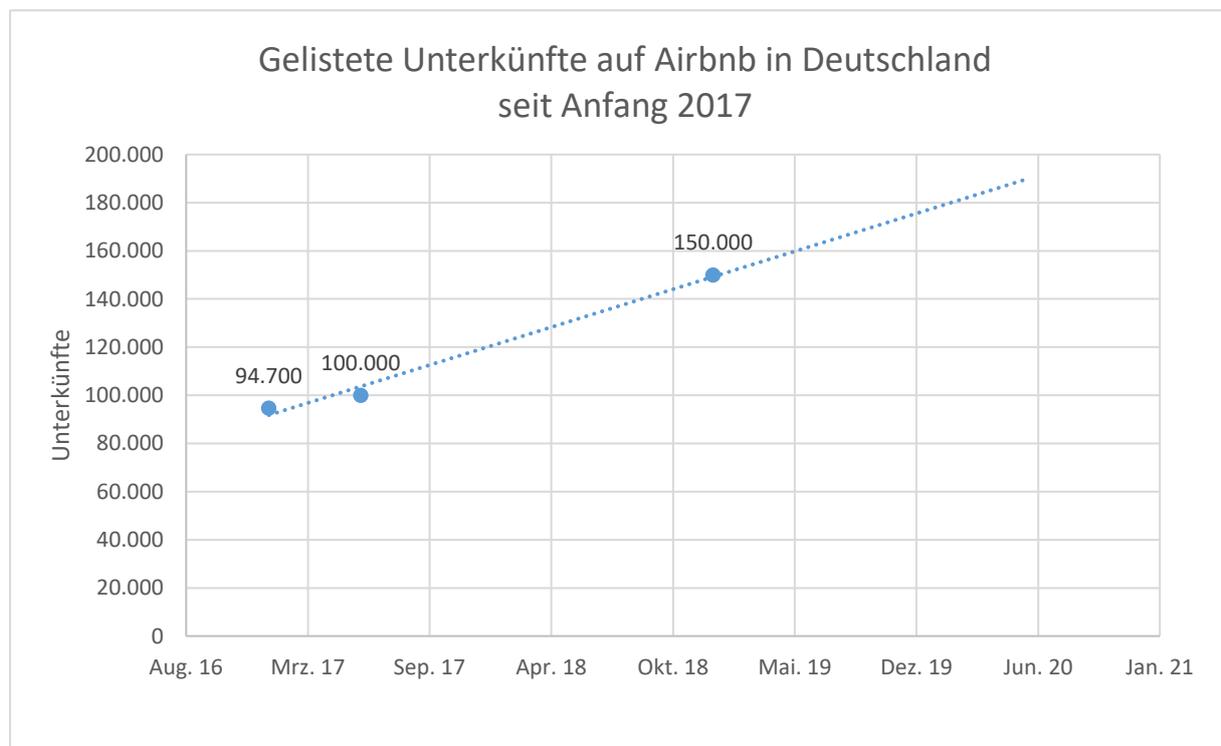
Diese Entwicklung im Wohnungssektor führt zu sozioökonomischen Verwerfungen: Einkommensstarke Eigentümer von Immobilien profitieren, wohingegen einkommensschwächere Mieter mit immer höheren Mietbelastungen rechnen müssen (Thomsen, Vogt und Brausewetter 2019, S. 7). Steigende Mietkosten sind dabei kein Randproblem unserer Gesellschaft. Bei einer Studie des Statistischen Bundesamtes im Jahr 2017 gaben 57 % der Haushalte in Deutschland an, dass sie ihre Wohnkosten als eine gewisse Belastung empfinden (Statistisches Bundesamt 2019, a, S. 32). Bei armutsgefährdeten Haushalten (Haushalte mit weniger als 60 % des Medianeinkommens) empfanden sogar rund ein Viertel die Wohnkosten als eine große finanzielle Belastung (Statistisches Bundesamt 2019, a, S. 32). Das ist nicht verwunderlich, denn der Anteil am verfügbaren Haushaltsnettoeinkommen, welche Personen in Deutschland für ihre Wohnkosten 2018 aufwenden mussten, lag durchschnittlich bei 26 %, bei armutsgefährdeten Personen sogar bei 49 % (Statistisches Bundesamt 2020, o.S.). Von dieser Entwicklung sind vor allem ältere Miethaushalte betroffen (Gordo 2019, S. 468). 2016 haben mehr als 38 % der über 65-jährigen Mieterhaushalte 40 % ihres Haushaltseinkommens für Wohnkosten ausgegeben (Gordo 2019, S. 471). Diese Personen haben kaum Möglichkeiten, ihr Einkommen zu verbessern und es drohen ihnen im schlimmsten Fall der Verlust der Unterkunft (Gordo 2019, S. 472).

Der Wohnungsmarkt hat sich in vielerlei Hinsicht unsymmetrisch entwickelt. Während auf der einen Seite die Kapitalgewinne aus Immobilien den wenigen vermögenden Haushalten zugutekommt, werden auf der anderen Seite viele einkommensschwächere Haushalte verdrängt (Simons et al. 2017, S. 3). Und während auf dem Land, getrieben durch die günstigen Bauzinsen, ein Überangebot an Räumlichkeiten herrscht, ist die Lage in urbanen Gebieten sehr angespannt. Die Folgen sind, dass sich Mieter vernachlässigt sehen und in den deutschen Großstädten öffentlichkeitswirksam gegen die stetig steigenden Mieten protestieren (Thomsen, Vogt und Brausewetter 2019, S. 6). Hier greift der Staat mit steuer- und wohnungspolitischen Maßnahmen wie Subventionen für einkommensschwächere Haushalte und Preiseingriffe wie die Mietpreisbremse ein (Thomsen, Vogt und Brausewetter 2019, S. 15). Auch das Zweckentfremdungsverbot, das den Einfluss von gewerblichen Unterkünften auf Plattformen wie Airbnb dämpfen soll, ist eine Maßnahme der Länderregierungen.

## Airbnb Entwicklung und Nutzung

Seit der Gründung Airbnbs im Jahr 2008 gab es eine beachtliche Entwicklung der Angebots- sowie der Übernachtungszahlen in Deutschland (Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 20). Für Airbnb ist Deutschland dabei einer der wichtigsten Absatzmärkte außerhalb der USA. So wurde 2011 in Hamburg das erste Büro Airbnbs außerhalb der USA eröffnet (Airbnb o.J., b, o.S.) und seit der Insolvenz von Wimdu besitzt Airbnb bundesweit ein Monopol im Homesharing-Sektor (Schlenk, Penke und Scherkamp 2018, o.S.).

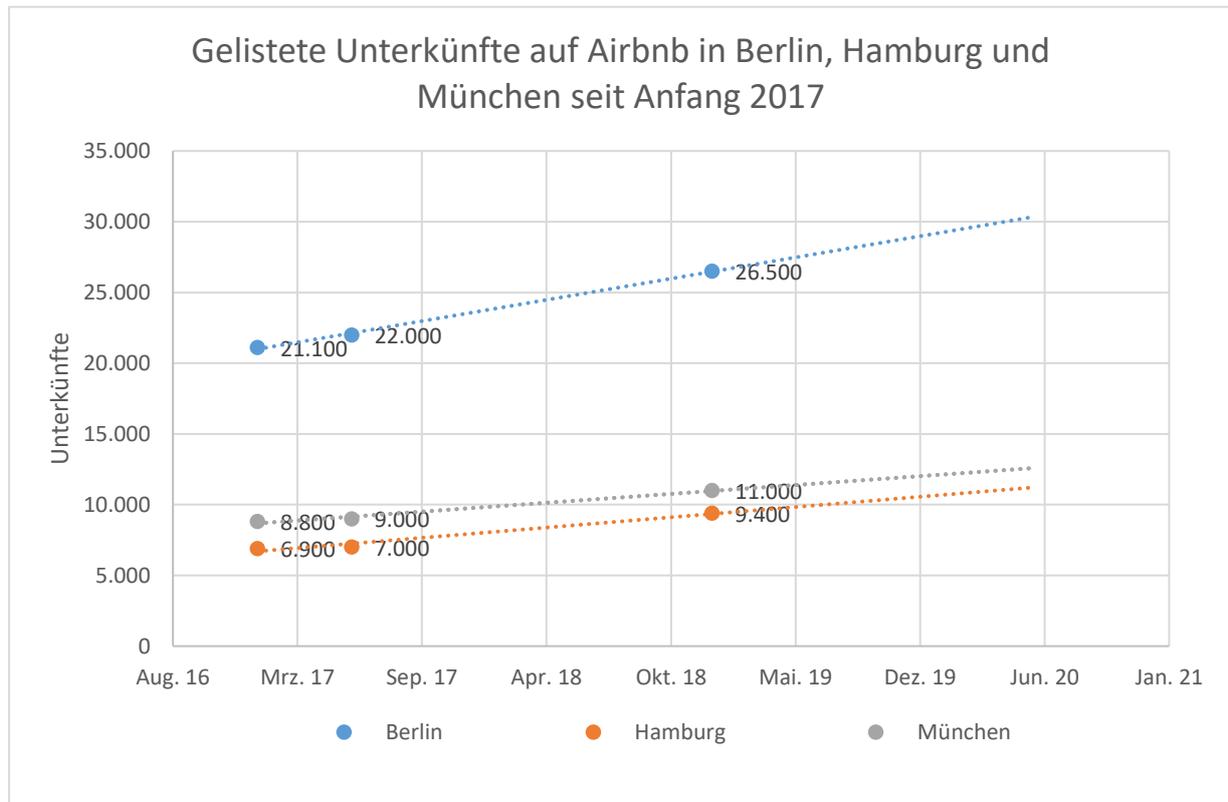
Abbildung 1: Airbnb Unterkunftsentwicklung in Deutschland



Quelle: Airbnb (2017), o.S.; BMWi (2018), S.51; Deiters-Schwedt und Baba (2019), S.20; eigene Berechnungen

Bei Darstellung der bundesweiten Entwicklung der Airbnb-Angebotszahlen muss beachtet werden, dass aufgrund der unzureichenden Datenlage nur auf drei direkt von Airbnb veröffentlichten Quellen zurückgegriffen werden konnte.

Auch wenn die Zeiträume zwischen den Daten weit auseinanderliegen, lässt sich in Abbildung 1 ein durchgehend lineares Wachstum erkennen. Dies bedeutet, dass Effekte und Folgen von Airbnb, die in dieser Arbeit ausgemacht werden, in die positive oder negative Richtung deutlich zunehmen werden. Eine Minderung der Angebotszahlen in den nächsten Jahren ist anhand dieser Grafik nicht zu vermuten.

**Abbildung 2: Airbnb Unterkunftsentwicklung in Berlin, Hamburg und München**

Quelle: Airbnb (2017), o.S.; BMWi (2018), S.51; Deiters-Schwedt und Baba (2019), S.1; eigene Berechnungen

Wenn die Unterkunftsanzahlen in den drei größten Airbnb-Standorten in Deutschland betrachtet werden (vgl. Abbildung 2), ist auch wie in Abbildung 1 eine deutliche Wachstumstendenz erkennbar. Vor allem die Hauptstadt Berlin verzeichnet das größte Wachstum. Auch bleibt festzuhalten, dass allein diese drei Städte für fast ein Drittel der gesamten Unterkünfte in Deutschland verantwortlich sind. Damit bestätigt sich die Aussage von BMWi, dass sich die Airbnb-Angebotszahl innerhalb Deutschlands aufgrund der potenziell größeren Nutzerzahl vorwiegend im städtischen Gebiet konzentriert (BMWi 2018, S. 131).

## 4.2 Einfluss und Kritik

### 4.2.1 Wohnungsverknappung

Der Hauptkritikpunkt an Homesharing-Diensten und allen voran Airbnb lautet, dass diese Plattformen die Wohnungsknappheit weiter anheizen. Die aufkommende Kritik betrifft primär den Zuwachs an gewerblichen Vermietern, die die Unterkunft aus Profitgründen dauerhaft gewerblich als Ferienwohnung vermieten und nicht mehr selbst bewohnen oder langfristig vermieten (Mayer 2015, o.S.; Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 1). Ferienwohnungen

stehen damit, im Gegensatz zu langfristigen Vermietungen, nicht mehr dem allgemeinen Wohnungsmarkt zur Verfügung (BMW 2018, S. 67). In Zeiten von einem Nachfrageüberhang im Wohnungssektor führt das, laut den Kritikern, zu einer deutlichen Verschärfung der Preisentwicklung der Kauf- und Mietpreise (BMW 2018, S. 67).

Daher muss in dieser Arbeit zwischen gewerblichen und nicht-gewerblichen Wohnungen unterschieden und deren Anteil am Wohnungsbestand gemessen werden. Es bleibt aber festzuhalten, dass Unterkünfte auf Airbnb im Durchschnitt nur 27 Nächte pro Jahr vermietet werden (Airbnb 2017, o.S.): d.h., der mehrheitliche Großteil der Airbnb-Gastgeber vermietet nur gelegentlich statt regelmäßig (BMW 2018, S. 131).

### **Gewerbliche Vermietung**

Bei der Deklaration einer gewerblich kurzfristig vermieteten Unterkunft als solche entstehen jedoch einige Probleme. Zum einen werden weder auf Airbnb noch in anderen Quellen zweifelsfrei gewerbliche Unterkünfte als solche gekennzeichnet, es ist daher zu vermuten, dass selbst Airbnb nicht genau bekannt ist, wer auf der Plattform gewerblich vermietet und wer nicht. Zum anderen gibt es keine allgemeingültige Definition und daher unterscheiden sich die wissenschaftlichen Quellen bei der Klassifizierung erheblich. So wird eine kommerzielle Unterkunft teilweise anhand der Belegungsdauer oder der Inerate pro Anbieter charakterisiert. Bei der Belegungsdauer werden dabei unterschiedliche Zeitspannen angegeben, ab wann eine Unterkunft als gewerblich vermietet gilt. So wird geprüft, ab wann die überwiegende Kurzzeitvermietung finanziell rentabler ist als deren langfristige Vermietung. Bei einer Studie von Empirica wurde diese auf durchschnittlich 137 Tage berechnet (Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 28). Andere Quellen nehmen eine Belegungsrate ab einem halben Jahr zum Anlass, diese als gewerblich zu klassifizieren (BMW 2018, S. 54). Bei diesen Pauschalisierungen werden aber standortspezifische Aspekte nicht berücksichtigt: So werden in München zur Wiesen-Zeit vermutlich weniger Tage benötigt, um über Airbnb rentabler zu vermieten, als an anderen Standorten oder Zeiträumen. Auch eine Buchungsrate von über einem halben Jahr deutet auf eine gewerbliche Vermietung hin, diese könnte aber auch schon bei deutlich geringeren Buchungsraten der Fall sein. So wird in weniger beliebten Regionen oder auch bei hochpreisigen Unterkünften die Auslastungsrate geringer sein und vermutlich unter der Marke eines halben Jahres liegen. Das Objekt wird trotzdem nur kurzfristig vermietet und steht dem Wohnungsmarkt nicht zur Verfügung. Eine weitere mögliche Definition ist, dass jeder Gastgeber, der mehr als eine Mieteinheit inseriert, als gewerblicher Vermieter eingestuft wird (Skowronnek, Vogel und Parnow 2015, o.S.). Es ist aber ebenso denkbar, dass der

Airbnb-Gastgeber die Wohnungen im Auftrag Dritter, wie Freunden und Verwandten, inseriert. Dies ist beim interviewten Airbnb-Gastgeber der Fall, dieser hilft einem Freund beim Vermieten und somit sind zwei Objekte in seinem Profil vorhanden, obwohl beide Unterkünfte von den Gastgebern selbst bewohnt werden (Interview 1). Auch ist es möglich, dass jemand, der mehrere Wohnungen anbietet, auch mehrere Accounts führen kann, um damit seine Vermietungstätigkeit zu verschleiern (BMW 2018, S. 53).

Wie unterschiedlich die Zahlen der Klassifikationen sind, zeigt die Studie des BMW (2018). So verfügen laut dieser Studie 88 % aller Anbieter nur über ein Objekt auf Airbnb. 8 % haben zwei Objekte und 4 % mehr als vier Objekte (BMW 2018, S. 53). Wenn nun die 12 % aller 94.700 aktiven Inserate in Deutschland gewerblich vermietet werden, käme man auf 11.364 Objekte (BMW 2018, S. 53). Bei einer Klassifizierung anhand der Buchungsdauer von über einem halben Jahr wären es nur noch 3.690 Unterkünfte (BMW 2018, S. 55). Dieses Beispiel verdeutlicht, wie ungenau und unzureichend die Datenlage ist und wie leicht Forschungsergebnisse verfälscht sein können. Selbst wenn die genaue Anzahl der gewerblichen Unterkünfte bekannt wäre, müssten die gewerblichen Vermieter aber untereinander abgegrenzt werden. Denn für die Forschungsfrage ist es relevant herauszuarbeiten, inwiefern Ferienwohnungen vor dem Aufkommen von Airbnb als solche angeboten wurden und welche erst durch Airbnb kurz- statt langfristig vermietet werden (Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 32). Denn nur für die letztgenannte Gruppe kann Airbnb verantwortlich gemacht werden. So ist es wahrscheinlich, dass einige der das gesamte Jahr über vermieteten Unterkünfte Gastgewerben und Pensionen zugehören (Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 1). Diese nutzen Airbnb aber lediglich als erweiterten Vertriebskanal. Hier kann die Migros-Gruppe aus der Schweiz genannt werden (Güntert 2017, o.S.): Die Migros-Gruppe ist ein Unternehmen, das im Tourismus-Bereich mit den beiden Unternehmen Interhome und Inter Chalet Ferienwohnungen vermittelt (Güntert 2017, o.S.). Nun haben beide Unternehmen zusammen fast 2.000 Objekte auf Airbnb im Jahr 2017 in der Schweiz geschaltet (Güntert 2017, o.S.). Das waren 6,9 % des gesamten Markts in der Schweiz im Juni 2017 (Walliser Tourismus Observatorium 2017, S. 2):

*„Die Migros ist damit ganz klar der größte Multi-Host“*

so Prof. Dr. Roland Schegg vom Walliser Institut für Tourismus (Güntert 2017, o.S.). Dies ist kein Einzelbeispiel, sondern es findet vermehrt eine Professionalisierung auf der Airbnb-Plattform statt (Güntert 2017, o.S.). So ist der Mehrfachanbieter deutschlandweit seit zwei Jahren stark am Wachsen, deutlich stärker als jene Gastgeber, die bloß ein Objekt inseriert haben (Güntert 2017, o.S.). Diese Entwicklung wird auch von Airbnb durch Angebote wie

---

Airbnb Plus gefördert, denn die dort geforderten Standards können Vermieter, die die Unterkunft nur gelegentlich vermieten, nur schwer gewährleisten (Kloepfer 2018, o.S.). Es kann festgehalten werden: Die Professionalisierung steigt seit Jahren, aber im Gegenzug lässt eine zunehmende Professionalisierung nicht den Schluss zu, dass Airbnb damit den Wohnungsmarkt Wohnraum entzieht. So hat die Migros-Gruppe schon vor dem Erscheinen von Airbnb Ferienwohnungen vermietet, ebenso soll es bereits 2012 in Berlin geschätzte 12.000 Ferienwohnungen gegeben haben, die zum allergrößten Teil nicht über Airbnb angeboten wurden (GEWOS 2012, S. 18). Diese Anbieter sehen Airbnb als einen neuen digitalen Vertriebskanal. So äußerte sich auch Maïke F.:

*„[...] ja hab auch schon Unterkünfte [über Airbnb] vermietet, wobei es sich dabei um reguläre eingetragene Ferienwohnungen handelte [...]. Es war also dann nur ein zusätzlicher Kanal“  
(Interview 5).*

So deutet ein Anstieg der gewerblich vermieteten Unterkünfte in den letzten Jahren nicht zwangsläufig daraufhin, dass Airbnb Personen dazu verleitet, vorher langfristig vermietete Wohnungen kurzfristig zu vermieten. Inwieweit aber kollaborative Plattformen wie Airbnb Wohnungseigentümer tatsächlich dazu verleiten, deren regulär vermietete Unterkünfte nun als Ferienwohnung anzubieten, kann zwar nicht geklärt werden, ist hier aber die entscheidende Frage.

Doch selbst wenn alle gewerblichen Vermieter erst durch Airbnb Wohnungen dauerhaft statt gelegentlich vermieten, wäre der tatsächliche Einfluss sehr gering. Rechnet man mit dem Wert von 11.364 Objekten, die im Jahr 2016 zweckentfremdet wurden, wären das gerade einmal 3,7 % der fertiggestellten Wohnungen in 2017 (Möbert 2018, S. 2). Wird der gesamte Wohnungsmarkt betrachtet, lägen die von Airbnb zweckentfremdeten Unterkünfte sogar bei nur 0,3 ‰ des Gesamtbestands der Wohnungen in Deutschland (Statistisches Bundesamt 2019, b, S. 7). Es lässt sich damit feststellen, dass gewerbliche Vermietungen über Airbnb deutschlandweit bisher keinen relevanten Einfluss auf die Wohnungsverfügbarkeit haben.

Anders sieht es in lokal begrenzten Gebieten im urbanen Raum aus. Dort verteilt sich die Anzahl der Homesharing-Angebote auf ein kleineres Angebot an Wohnungen und somit ist die Konzentration deutlich höher als in der Gesamtbetrachtung. Zudem ist der Wohnungsmarkt dort besonders aufgeheizt (vgl. Abschnitt 4.1). Hier ist vor allem die Stadt Berlin mit den meisten Homesharing-Inseraten in Deutschland zu nennen (vgl. Abbildung 2): Diese kämpft seit Jahren gegen ein besonders dynamisches Preiswachstum in den innerstädtischen Vierteln (Möbert 2018, S. 5), wo auch mehrheitlich die Airbnb-Inserate zu finden sind (Skowronnek, Vogel und Parnow 2015, o.S.). Dieses Ergebnis ist eng geknüpft an das Phänomen „New

---

Urban Tourism“, wo der Stadttourismus nicht mehr entlang klassischer Sehenswürdigkeiten stattfindet, sondern freizeittouristische Angebote sich in innerstädtische Wohnquartiere verlagern (Stors und Kagermeier 2017, S. 191). So kam es schon 2015 in Berlin in besonders betroffenen Gebieten auf 16 bis 17 Angebote pro 1000 Einwohner (Skowronnek, Vogel und Parnow 2015, o.S.). Die Wohnungslage verschärft sich mitunter auch weiter, weil das Angebot in Berlin seit Jahren wächst (vgl. Abbildung 2). In beliebten Amsterdamer Stadtvierteln wird heutzutage schon angenommen, dass nahezu jede sechste Wohnung auf Airbnb angeboten wird (Steffens 2016, o.S.). In diesen Vierteln ist eine starke Preiskorrektur die Folge. Denn erstens werden die innerstädtischen Gebiete aufgrund der Attraktivität als Investment für eine rentablere Ferienunterkunft von Großinvestoren immer stärker nachgefragt (Stors und Kagermeier 2017, S. 215) und nicht nur Unternehmen sind bereit, mehr zu bezahlen, sondern auch Privatpersonen, um damit ein zusätzliches Einkommen zu erwirtschaften (Steffens 2016, o.S.). So können Hauskäufer, die auf regelmäßige Airbnb-Einnahmen zurückgreifen können (durchschnittlich 130 Euro in 60 Tagen), die Last einer zusätzlichen Hypothek von 100.000 Euro stemmen, so die niederländische Bank ING in ihrer Studie (Steffens 2016, o.S.). Dieser Preissprung wird von den Käufern angenommen, da sie von den attraktiven Einnahmequellen durch Airbnb wissen. Zweitens wird das Wohnungsangebot verkleinert, da die Unterkünfte auf Homesharing-Plattformen vermietet werden und daher nur für Touristen zur Verfügung stehen, was bei gleichbleibender Nachfrage steigende Preise zur Folge hat.

### **Gentrifizierung**

Ein anderer nachweislicher Effekt, mit denen die Einwohner zu kämpfen haben, ist die Wandlung der lokalen Umgebung durch den „New Urban Tourism“ (Slee 2016, S. 40f; Stors und Kagermeier 2017, S. 191). Da viele Bewohner sich die Preise nicht mehr leisten können, verlassen sie das Viertel und siedeln in günstigere um. Auch die Infrastruktur ändert sich durch den Tourismus: Während früher der Lebensmittelladen im Viertel ein regelmäßiger Treffpunkt für die Bewohner war, werden diese durch Unternehmen ersetzt, deren Kundenstamm vorwiegend auf Touristen beruht (van der Zee 2016, o.S.). So ersetzen Fahrradvermieter lokale Lebensmittelgeschäfte oder Kneipen wandeln sich zu einem Schnellimbiss (van der Zee 2016, o.S.).

Zum anderen sind es die Touristen selbst, die die Bewohner verärgern und zur Gentrifizierung beitragen. So wurde in der Studie des BMWi im Jahr 2016 festgestellt, dass schon 26 % der Sharing-Übernachtungsgäste Probleme mit den Nachbarn der Unterkunft hatten (BMW 2018, S. 134). Häufige Probleme sind dabei eine unzureichende Müllentsorgung, knappe Parkplätze

und vomierende lautstark feiernde Touristen im Hausflur (van der Zee 2016, o.S.; Kurz 2014, S. 1). Es kommt zum Zerfall der Hausgemeinschaft oder gar ganzer Stadtviertel (BMWi 2018, S. 107). Die Gentrifizierung durch den Homesharing-Tourismus hat zur Folge, dass in manchen Wohnblöcken die Zahl der Touristen, die der einheimischen Mieter übersteigt (Mayer 2015, o.S.).

### **Sichtweise Airbnb**

Gegen die genannten Vorwürfe wehrt sich Airbnb. So wurde eine Studie zum Wohnungsmarkt und dem Einfluss von Airbnb beim Wirtschafts- und Sozialforschungsinstitut Empirica in Auftrag gegeben (Kotowski 2019, o.S.). Da die Studie von Airbnb selbst beauftragt wurde, ist sie aber kritisch zu hinterfragen.

In der Studie von Empirica wird darauf hingewiesen, dass sich das traditionelle Beherbergungsgewerbe in den letzten zehn Jahren insgesamt sehr dynamisch entwickelt hat (Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 2). Die Sharing-Anbieter fangen dieses Wachstum zum Teil ab, denn ohne sie wäre der Flächenbedarf des traditionellen Unterkunftssektors höher ausgefallen (Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 2). Damit wären für den Ausbau der Beherbergungskapazitäten gedachte Bauflächen dem Wohnungsbausektor zugutegekommen (Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 30). So wären 2018 in Berlin Hotelflächen in der Größe von 2.458 Wohnungen nötig gewesen, um die gleiche Anzahl an Gästen ohne die Plattform Airbnb unterzubringen (Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 30). Die Größenordnung, die an diesen Flächen gespart worden wäre, entspräche den Angeboten, die durch Airbnb dem Wohnungsmarkt entzogen wurde (Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 2).

Die Studie hat aber einen entscheidenden Nachteil: Es wird davon ausgegangen, dass die Gästezahlen ohne Airbnb in derselben Größenordnung vorhanden wären wie mit Airbnb. Das ist unwahrscheinlich, denn vielen Übernachtungsgästen wird es erst durch den geringeren Preis von Airbnb ermöglicht zu reisen (vgl. Abschnitt 2.1.4). Trotzdem stellt die Studie einen noch nicht beachteten Ansatz dar, der die These unterstützt, dass Airbnb in lokalen Regionen zur Wohnungsverknappung beitragen kann, es in anderen Vierteln aber zur Wohnraumgewinnung führt. Lokale gemessene Effekte müssen demnach abgeschwächt werden und im Gesamtzusammenhang betrachtet werden. Des Weiteren wirft Airbnb auf, dass die lokale Wirtschaft und die Gastgeber von dem Tourismus profitieren (Airbnb 2019, a, o.S.). Die hohen Kaufpreise und Mieten in den Städten können oft nur mit zusätzlichen Einnahmen aus der Vermietung bewältigt werden (Airbnb 2019, a, o.S.). So gaben mehr als die Hälfte aller

Gastgeber an, dass gelegentliches Vermieten mit dazu beigetragen habe, ihre Wohnung oder ihr Haus mitzufinanzieren (Airbnb 2019, a, o.S.). Auch die lokale Wirtschaft profitiert durch die vielen Gäste, die auf Airbnb eine Unterkunft buchen. So wurde nachgewiesen, dass Airbnb-Gäste doppelt so viel Geld ausgeben wie Touristen, die in Pensionen oder Hotels unterkommen und auch mehr als doppelt so lange in der Unterkunft bleiben (Airbnb 2014, o.S.). Es werden im Durchschnitt 42 % der täglichen Ausgaben in der unmittelbaren Nachbarschaft ausgegeben (Airbnb 2019, a, o.S.). Davon profitiert das gesamte Viertel. Airbnb selbst geht im Jahr 2018 von einem unmittelbaren gesamtwirtschaftlichen Nutzen in Deutschland von rund zwei Milliarden Euro aus (Airbnb 2019, a, o.S.).

## Ergebnis

Die Hauptursache für den Engpass an bezahlbaren Wohnraum ist zum einen die mangelnde, kurzfristige Verfügbarkeit an Bauland und zum anderen das überproportional starke Bevölkerungswachstum in den Wachstumsregionen (Möbert 2018, S. 2f). Die dadurch entstandenen Knappheiten beim Angebot ließen die Wohnkosten besonders stark steigen. Dieser Engpass hätte durch ein erhöhtes Angebot an Wohnungen ausgeglichen werden können, konnte aber aus verschiedenen Gründen wie zu hohe Anforderungen an die Wohnungspolitik, Nutzungskonflikte und knappe Ressourcen, nicht gewährleistet werden (Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 31). Die Zweckentfremdung durch Airbnb spielt bei der Wohnungsverknappung nur eine untergeordnete Rolle:

*„[Es] lassen sich auf regionaler und städtischer Ebene [...] keine Belege für eine durch die Sharing Economy im Unterkunftssektor verursachte Wohnraumverknappung in relevanter Größenordnung finden“ (BMW 2018, S. 131).*

Einzelne Stadtviertel können aber besonders belastet sein und deutlich stärker unter der Airbnb-Präsenz leiden. Dies betrifft vor allem Großstädte wie Berlin, Hamburg oder München (vgl. Abbildung 2). Daher ist in erster Linie eine Erhöhung des Wohnungsangebots erforderlich, um den aufgeheizten Wohnungsmarkt in den Wachstumsregionen in den Griff zu bekommen. Weitergehende regulierende Maßnahmen gegen die Verdrängungseffekte der Stadtbevölkerung und den Missbrauch von Unterkünften, die durch dauerhaftes Kurzzeitvermieten dem Wohnungsmarkt verloren gehen, sind aber notwendig, um den Wohnungsmarkt auf allen Seiten zu entlasten (Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 33).

#### 4.2.2 Hotelbranche

Während also auf dem Wohnungsmarkt keine relevanten Auswirkungen durch Airbnb festzuhalten sind, wird nun der Einfluss Airbnbs auf die Hotelbranche betrachtet. Im Hotelsektor wird schon seit Jahren gegen Airbnb und Co. mobil gemacht. In Paris drohen nun Hoteliers sogar mit dem Boykott der Vorbereitungen für die Olympischen Sommerspiele 2024, weil Airbnb ein Sponsor dieser ist (Zeit Online 2019, o.S.). Die Kontroverse zwischen den traditionellen und dem neuen Unterkunftsanbieter liegt an der unterschiedlichen Einhaltung der Vorschriften und steuerlichen Behandlung der Einnahmen (Demary und Engels 2016, S. 15). Der Wettbewerb mit den neuen Marktakteuren wird dabei als unfair angesehen (Demary, Engels und Rusche 2016, S. 48).

Unstrittig ist die Wahrnehmung von Airbnb als Konkurrenz. So wurden 2016 bei einer Studie des IW Köln 236 Hotels in Nordrhein-Westfalen aller Stern-Kategorien (0-5) zur Konkurrenzwahrnehmung der Sharing-Anbieter befragt (Demary, Engels und Rusche 2016, S. 47). Die Mehrzahl der befragten Hotel- und Pensionsbetriebe nehmen Homesharing als direkte Konkurrenz wahr (Demary, Engels und Rusche 2016, S. 47). Sogar Hotels mit einer 4-Sternen-Klassifizierung stimmen einer Bedrohung der Sharing Economy zu (Demary, Engels und Rusche 2016, S. 47). Das ist verwunderlich, da der Großteil der Sharing-Angebote sich auf keinem vergleichbaren hohen Standard bewegen kann (Scholl et al. 2015, S. 35). Es ist mutmaßlich der Preisrechtfertigungsdruck, den die deutlich günstigeren Sharing-Angebote auf diese Hotels auswirken (Demary, Engels und Rusche 2016, S. 47). Airbnb kann preislich gegenüber anderen Beherbergungsarten deshalb so attraktiv sein, weil bei der Erschließung von neuen Unterkünften für Airbnb keine Grenzkosten fällig werden, im Gegensatz zu den traditionellen Wettbewerbern (Zervas, Proserpio und Byers 2017, S. 704). So müssen Hotels bei einer Erweiterung des Angebotsbestands mit einem erheblichen Zeit- und Kostenaufwand rechnen (Zervas, Proserpio und Byers 2017, S. 704). Da Airbnb-Gastgeber aber überall wo Wohnunterkünfte inserieren können, ist es der Plattform möglich, das Angebot nahezu reibungslos zu skalieren und die Kosten pro zusätzlichen Nutzer sind sehr gering (BMW 2018, S. 64). Dieser Preisvorteil ist für das Wachstum von Homesharing-Plattformen hauptverantwortlich. Denn 95 % der Sharing-Gäste haben vor ihrer Reise Angebote von Hotels verglichen (vgl. Abschnitt 2.1.2), womit der Schluss naheliegt, dass Reisende Airbnb-Angebote den traditionellen Unterkünften aufgrund des günstigeren Angebots vorziehen (BMW 2018, S. 59). Zu diesem Schluss kommt auch die Studie von Zervas, Proserpio und Byers (2017). Es wird darauf hingewiesen, dass Hotels und Pensionen im unteren Preissegment und solche, die nicht auf Geschäftsreisende ausgerichtet sind, am stärksten durch die Konkurrenz

von Homesharing gefährdet sind (Zervas, Proserpio und Byers 2017, S. 704). Diese sind potenziell anfälliger für Verdrängungseffekte (Demary, Engels und Rusche 2016, S. 47). In Texas wurde festgestellt, dass bei einer Erhöhung des Angebots von Airbnb um 10 % die Hotelzimmerumsätze um 0,39 % zurückgehen (Zervas, Proserpio und Byers 2017, S. 688). Reisende nehmen also private Unterkünfte immer stärker als Substitut zu traditionellen Unterkunftsmöglichkeiten wahr (Brühn und Götz 2014, S. 5).

Beim Einfluss auf den Übernachtungsmarkt muss aber wie auf dem Wohnungsmarkt zwischen städtischen und ländlichen Regionen unterschieden werden. In den Umfragen von Demary, Engels und Rusche wurde die Wahrnehmung der Hotels anhand ihres Standorts berücksichtigt (Demary, Engels und Rusche 2016, S. 47). Das Ergebnis ergab, dass vor allem in urban geprägten Regionen Share-Anbieter als Konkurrenz betrachtet werden, während im ländlichen Raum die Sharing-Angebote eher partizipiert und als neuen Absatzmarkt entdeckt wurden (Demary, Engels und Rusche 2016, S. 48).

### **Städtische Regionen**

Durch den Nachfrageüberhang an Wohnfläche in den Städten haben sich stark steigende Preise und Mieten ergeben (Deutsche Bundesbank 2019, S. 2). Probleme, mit denen auch traditionelle Beherbergungsbetriebe konfrontiert sind. Wenn an diesen hochpreisigen Standorten Airbnb nun auch durch Inserate präsent wird, wird der Wettbewerb verschärft und die Preise werden gesenkt, was nachweislich zu einer Verringerung der Hotel-Einnahmen führt (Zervas, Proserpio und Byers 2017, S. 704). So waren in Texas die größten negativen Effekte in der Hauptstadt Austin zu finden (Zervas, Proserpio und Byers 2017, S. 688). Dort soll es bei besonders gefährdeten Hotels zu Verlusten von Einnahmen in Höhe von 8-10 % gekommen sein (Zervas, Proserpio und Byers 2017, S. 688). Zu Ähnlichen Ergebnissen kam auch die Studie von Choi et al. (2015) in Südkorea. Während Airbnb insgesamt keinen negativen Effekten auf die Hotelbranche in Südkorea hatte, unabhängig von der Art des Hotels, war das in der Hauptstadt Seoul anders. Dort kam es bei niedrigklassigen Hotels zu einer schwachen Korrelation zwischen der Zunahme der Airbnb-Inserate und einer Abnahme der Hotel-Einnahmen (Choi et al. 2015, S. 5f). Damit kommt es vor allem in großen urbanen Gebieten zu einem negativen Effekt auf die Hotelbranche.

## Ländliche Regionen

Im ländlichen Raum dagegen, wo statt mit steigenden Preisen mit Leerstand gekämpft wird, wird Airbnb positiver betrachtet (BMW i 2018, S. 67). So sehen mit Leerstand kämpfende Regionen in Deutschland im Homesharing eine Chance (BMW i 2018, S. 67). Plattformen wie Airbnb können in diesen Regionen, besonders in den weniger touristischen Gebieten, überhaupt erst ein Fremdenverkehrs-Angebot an Unterkünften erzeugen (BMW i 2018, S. 40). Somit würden leerstehende Immobilien über Airbnb als Ferienunterkünfte vermietet werden, was den Tourismus beleben und Leerstand mindern würde (BMW i 2018, S. 67). Dass Airbnb den Tourismus durch günstigere Preise belebt wurde bereits von Fang et al. (2016) dokumentiert. So wurden in Regionen mit hoher Arbeitslosigkeit positive Beschäftigungseffekte nachgewiesen (Fang et al. 2016, S. 266). In solchen Gegenden würden auch Verdrängungseffekte gar nicht erst entstehen, da sich Hotels aufgrund der geringen Rentabilität gar nicht erst ansiedeln. Selbst dort, wo Hotels vorhanden sind, würde der positive Effekt vom allgemeinen Wachstum des Tourismus die negative Seite vom Beschäftigungsrückgang im Hotelsektor ausgleichen (Fang et al. 2016, S. 267). So schaffen die Anbieter, abgesehen von gering entlohnten Service-Dienstleistungen, zwar selbst keine Arbeitsplätze, aber durch die höheren Besucherzahlen werden Beschäftigte in anderen Dienstleistungsbereichen wie der Gastronomie benötigt (BMW i 2018, S. 47).

## Ergebnis

So kann festgehalten werden, dass Sharing-Unterkünfte vor allem als Ergänzung und nicht als Substitut wahrgenommen werden sollten (BMW i 2018, S. 75). Die Furcht, dass die neue Online-Konkurrenz sich alle Marktanteile aneignet, wurde zumindest bisher nicht bestätigt (Kloepfer 2018, o.S.), da 2016 auch nur von 5,7 % der ausländischen Touristen Sharing Unterkünfte gebucht wurden (BMW i 2018, S. 56). Andere Studien, wie die von Choi et al. (2015) in Südkorea oder von Zervas, Proserpio und Byers (2017) in Texas, weisen auch nur geringe negative Effekte auf die Hotelbranche nach (Choi et al. 2015, S. 6; Zervas, Proserpio und Byers 2017, S. 704). Zudem ist der Effekt meist regional auf urbane Regionen und auf niedrigpreisige Unterkünfte beschränkt.

Überdies darf der positive Effekt von Airbnb für die Reisenden im Unterkunftssektor nicht verkannt werden, denn Verbraucher profitieren neben einer deutlich breiteren Produktpalette auch von günstigeren Preisen (Zervas, Proserpio und Byers 2017, S. 704), da traditionelle Beherbergungsunternehmen, die von der Wettbewerbssituation durch Airbnb betroffen sind,

ihre Preise senken (Eichhorst und Spermann 2016, S. 436). Eine Diversifizierung des Angebotes durch Airbnb ist daher wünschenswert (Brühn und Götz 2014, S. 5). Zukünftig könnte sich die Situation jedoch verändern, denn durch die in den letzten Jahren erweiterte Produktpalette von Airbnb for Work und Airbnb Plus (vgl. Abschnitt 2.2) stehen Airbnb Unterkünfte direkter in Konkurrenz zur Hotelbranche und wollen die bisher noch unangetasteten Kundensegmente, wie Geschäftsreisende oder Pauschalreisende, mit günstigeren Angeboten ansprechen. Daher müssen, wie auch im Wohnungsmarkt, klare Regularien und Gesetze für einen fairen Wettbewerb geschaffen werden.

### 4.2.3 Gesetze und Regularien

Wie in den beiden vorigen Abschnitten festgehalten wurde, ist eine gut durchdachte Gesetzeslage und Umsetzbarkeit von den oft kritisierten Themen wie die Besteuerung der Einnahmen, die Zweckentfremdung und des Verbraucherschutzes notwendig.

#### Steuern

Um einen faireren Wettbewerb im Beherbergungssektor zu gewährleisten, muss die steuerliche Einbeziehung der Einnahme sichergestellt sein (BMW 2018, S. 91). Insgesamt sind dabei bundesweit drei Steuerarten beim Peer-to-Peer Sharing relevant (Vogelpohl und Simons 2015, S. 18): die Gewerbesteuer, die Umsatzsteuer und die Einkommenssteuer (Vogelpohl und Simons 2015, S. 18). Je nach Region können noch Abgaben von kommunaler Seite dazukommen, wie Beherbergungssteuer, Kurtaxe, Hotelsteuer oder Touristensteuer (Vogelpohl und Simons 2015, S. 19). Die Besteuerung des Umsatzes, der von den Privatpersonen auf Airbnb erwirtschaftet wird, ist schwierig zu handhaben, da jeder Gast selbst zuständig für deren gesetzeskonforme Verwaltung ist. Airbnb bietet hierfür eine Hilfestellung, um es den Gastgebern zu vereinfachen, ihren Steuerpflichten nachzukommen. Diese beinhalten aber nur allgemeine Informationen zur Steuerpflicht und dienen nicht als Ersatz für einen Steuerberater (Airbnb o.J., e, o.S.). Bei manchen Inseraten können die örtlichen Steuern und Gesetze auch über das eigene Profil verwaltet werden (Airbnb o.J., j, o.S.). So werden beispielsweise in Dresden, Dortmund und Frankfurt am Main die Einziehung und Zahlung von Belegungssteuern von Airbnb selbst vorgenommen, da in diesen Städten Airbnb Abkommen mit den lokalen Institutionen getroffen hat (Airbnb o.J., c, o.S.).

Die am öftesten diskutierte Steuerart im Zusammenhang mit Airbnb ist die Gewerbesteuer. Grundsätzlich unterliegt ein gelegentlich-tätiger Airbnb-Gastgeber dieser nicht. Das Problem

ist aber, dass auf Plattformen wie Airbnb immer mehr gewerbliche Unterkünfte angeboten werden, was die Nicht-Gewerblichkeit in Frage stellt (Vogelpohl und Simons 2015, S. 18; § 2 Abs. 1 S. 1 GewStG). Die Vermietung einer Privatunterkunft ist zwar keine gewerbliche Tätigkeit, sobald die Unterkunft aber vergleichbar mit einem gewerblichen Beherbergungsunternehmen ist, greift laut einem BFH-Urteil vom 14.01.2004 die Gewerbesteuerpflicht (X R 7/02 – 14.01.2004). Das bedeutet: Sobald die Unterkunft ohne Voranmeldung jederzeit gebucht werden kann oder wie Hotel- oder Pensionsräume ausgestattet ist, ist diese als gewerblich anzusehen (X R 7/02 – 14.01.2004). Die Gewerbesteuer wird für den Anbieter aber erst ab einem Betrag in Höhe von 24.500 Euro pro Kalenderjahr fällig (§ 11 Abs. 1 Nr. 1 GewStG).

Eine weitere Steuer, der gelegentlich-tätige Gastgeber nicht unterworfen sind, ist die Umsatzsteuer, die auf alle im Inland getätigten Dienstleistungen sowie gegen ein Entgelt gelieferte Waren erhoben wird (§ 1 Abs. 1 Nr. 1 UStG). Ausnahmen bestehen hierbei bei Vermietung von Wohn- und Schlafräumen für eine kurzfristige Beherbergung (§ 4 Nr. 12 UStG), die Grenze liegt nach dem BFH-Urteil vom 27.10.1993 zum einen bei maximal sechs Monaten (XI R 69/90 - 27.10.1993), zum anderen gibt es einen Minimalumsatz, der erwirtschaftet werden muss (Vogelpohl und Simons 2015, S. 18). Unter die sogenannte Kleinunternehmerregelung fallen diejenigen, die im vorangegangenen Kalenderjahr 22.000 Euro nicht überschritten haben oder der voraussichtliche Umsatz im aktuellen Kalenderjahr die Marke von 50.000 Euro nicht übersteigt (§ 19 Abs. 2 UStG).

Die Einkommenssteuer muss hingegen von jedem Airbnb-Gastgeber unabhängig von der Dauer der Vermietung getragen werden, sofern Einkünfte aus Vermietung und Verpachtung erzielt wurden (§ 21 Abs. 1 EStG). Es gibt aber auch hier eine Bagatellgrenze für steuerpflichtige Einnahmen aus der Untervermietung bis zu einem Beitrag von 520 Euro pro Kalenderjahr (EStR R 21.2 Abs. 1).

### **Zweckentfremdung**

Die Zweckentfremdung soll den Übergang von gelegentlichen Vermietungen zum Nebenerwerb, wie es auch die Idee der Gründer 2008 war, zu gewerblichen Vermietungen mit teils mehreren Unterkünften regulieren (BMW 2018, S. 49). Es soll verhindern, dass für dauerhafte Wohnzwecke gedachte Räume nicht dem Wohnungsmarkt entzogen werden.

Einige Bundesländer wie beispielsweise Bayern (ZwEWG), Hamburg (HmbWoSchG), Berlin (ZwVBG) oder auch Baden-Württemberg (ZwEWG) haben auf die Präsenz von Airbnb schon

reagiert und ein Zweckentfremdungsverbotsgesetz erlassen. Diese beschränken die Vermietung einer Unterkunft entweder auf eine bestimmte Dauer oder die inserierte Unterkunft darf eine bestimmte Flächengröße nicht überschreiten, wie 50 % der Wohnfläche in Bayern oder Hamburg (§ 1 S. 2 ZWEG; § 9 Abs. 2 HmbWoSchG). Alles, was über diese Regelungen hinausgeht, benötigt eine Genehmigung und wird bei illegaler Verwendung mit Bußgeldern bestraft, so in Berlin mit bis zu 500.000 Euro (§ 7 Abs. 4 ZWVG).

### **Verbraucherschutz**

Der Verbraucherschutz soll hingegen die Übernachtungsgäste schützen (BMW 2018, S. 111). Diese beinhalten Vorschriften über Hygiene, Sicherheit und Brandschutz, welche aber zumeist nur für gewerbliche Anbieter gelten (Demary und Engels 2016, S. 10). Das bedeutet, dass für den Großteil der Anbieter von Homesharing-Unterkünften kaum Verbraucherschutzvorschriften anzuwenden sind. Airbnb hat daher selbst allgemeine Normen, die als Anhaltspunkte für die Gastgeber dienen sollen (Airbnb o.J., e, o.S.): So sollte zur Gastsicherheit ein funktionierender Kohlenmonoxid-Detektor installiert sein, ein Feuerlöscher bereitstehen und es sollte eindeutig erkennbare Fluchtwege geben, die auf einer Karte in der Unterkunft dargestellt werden (Airbnb o.J., e, o.S.). Dennoch verweist Airbnb die Gastgeber eigenverantwortlich an örtliche Behörden und Rechtsanwälte, um Vorschriften und Pflichten zu ermitteln (Airbnb o.J., e, o.S.).

### **Durchsetzung**

Bei der Durchsetzung dieser Gesetze und Regularien entstehen einige Probleme. Zum einen sind Anbietern viele der Gesetze und Regularien nicht bekannt und sie nehmen diese auch nicht als für sie relevant wahr (BMW 2018, S. 7). Zum anderen ist beispielsweise die Gleichstellung des Verbraucherschutzniveaus für die Vermietung von einzelnen Unterkünften mit großen Betrieben nicht wünschenswert, denn dies würde zu einer Ungleichbelastung führen, in deren Folge viele Vermieter verdrängt werden würden (BMW 2018, S. 111). Die Regularien müssen daher nach Unterkunfts- und Nutzungsart angepasst werden.

Des Weiteren sind Daten wie die Adressen der Objekte oder der Identität des Vermieters für die Kommunen essenziell, um Regularien und Gesetze durchzusetzen (BMW 2018, S. 92). Diese werden aber von Airbnb im Regelfall nicht zur Verfügung gestellt. Um die Regularien trotzdem durchzusetzen werden in Berlin sogar Fahndungsbeamte losgeschickt, die nach illegal vermieteten Wohnungen Ausschau halten. Dabei orientieren sie sich an den

Der Einfluss von Airbnb auf den Wohnungs-  
und Hotelmarkt der Universitätsstadt Tübingen,

*Forschungsbereich Geographie*

---

Außenaufnahmen der Profifotos und Anzeigen der Nachbarn (Ziegert und Czycholl, 2014, o.S.). Für eine effektivere Umsetzung der Regularien muss daher sichergestellt werden, dass Plattformen wie Airbnb in Zukunft notwendige Informationen an die öffentlichen Behörden weitergeben müssen.

## 5 Airbnb in Tübingen

### 5.1 Wohnungsmarkt und Airbnb Entwicklung

#### Wohnungsmarkt

Die Universitätsstadt Tübingen kämpft seit Jahren gegen stark steigende Immobilien- und Mietpreise (Universitätsstadt Tübingen 2019, b, S. 8f). Der Grund liegt im stetigen Bevölkerungswachstum: So ist Tübingen zwischen 2011 und 2018 durchschnittlich um 1000 Einwohner pro Jahr auf über 90.000 Menschen gewachsen (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, d, o.S.). Tübingen gilt damit als Schwarmstadt, eine Kommune mit einem deutlich positiven Wanderungssaldo (Universitätsstadt Tübingen 2019, b, S. 3). Die Treiber des stetigen Bevölkerungswachstums sind auf der einen Seite die Eberhard Karls Universität Tübingen, die jedes Jahr Tausende von neuen Studenten anzieht, sowie der starke Wirtschaftsstandort Stuttgart, in dessen Einzugsgebiet Tübingen liegt.

Das Studentenwachstum ist enorm, so sind zwischen 2010 und 2018 die Studierendenzahlen deutschlandweit um 28 % angestiegen und liegen damit so hoch wie noch nie zuvor (Oberst und Voigtländer 2018, S. 4). In Tübingen stiegen die Studierendenzahlen nicht ganz so stark an wie im Durchschnitt Deutschlands, es waren aber dennoch im WS 2017/18 4.409 mehr eingeschriebene Studenten als noch im WS 2010/11, ein Wachstum von mehr als 19 % (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2018, o.S.). Die Gesamtbevölkerung von Tübingen ist laut Statistik des Statistischen Landesamtes Baden-Württembergs im selben Zeitraum um mehr als 7.298 Personen gestiegen (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, d, o.S.). Bei Betrachtung beider Zahlen lässt sich vermuten, dass sich der Großteil des Bevölkerungswachstum auf die wachsenden Studierendenzahlen begründet. Dies bestätigt auch die Haushaltsstatistik, da diese nicht gleichförmig wächst, sondern es vermehrt zu einem überproportionalen Wachstum der Einpersonenhaushalte kommt, was typisch für Studierendenhaushalte ist (Universitätsstadt Tübingen 2019, b, S. 4). Seit 2010 sind Einpersonenhaushalte um 5 % gewachsen, Familienhaushalte stattdessen nur um 0,5 % (Universitätsstadt Tübingen 2019, b, S. 4). Ab 2016 schwinden sogar die Anzahl der Mehrpersonenhaushalte in Tübingen und nur die Einpersonenhaushalte weisen ein positives Wanderungssaldo aus (Universitätsstadt Tübingen 2019, b, S. 4). Problematisch bei Einpersonenhaushalten ist die sehr hohe Miete pro Quadratmeter (Oberst und Voigtländer 2018, S. 10) und die notwendige Wohnfläche, welche prozentual größer ist als für Mehrpersonenhaushalte, bei denen Einrichtungsgegenstände wie Badezimmer oder Küche

---

geteilt werden (Umwelt Bundesamt 2019, o.S.). Damit belastet ein erhöhtes Wachstum von Einpersonenhaushalten den Wohnungsmarkt stärker als von Mehrpersonenhaushalten.

Auch die gute wirtschaftliche Infrastruktur bewirkt einen stetigen Zuzug von Arbeitskräften (Universitätsstadt Tübingen 2019, b, S. 3), der sich an der geringen Arbeitslosigkeit von 3,4 % in Tübingen bemessen lässt (Tübinger 2016, S. 20). Damit konkurrieren die Studenten vor allem mit jungen Erwerbstätigen und Pendlern um den knappen Wohnraum (Oberst und Voigtländer 2018, S. 4). Dazu kommt, dass 2018 mehr als 135.000 Besucher in Tübingen gezählt wurden, welche auch ihrerseits Wohnraum benötigen (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, c, o.S.). Die Folge ist fehlender bezahlbarer Wohnraum in Tübingen:

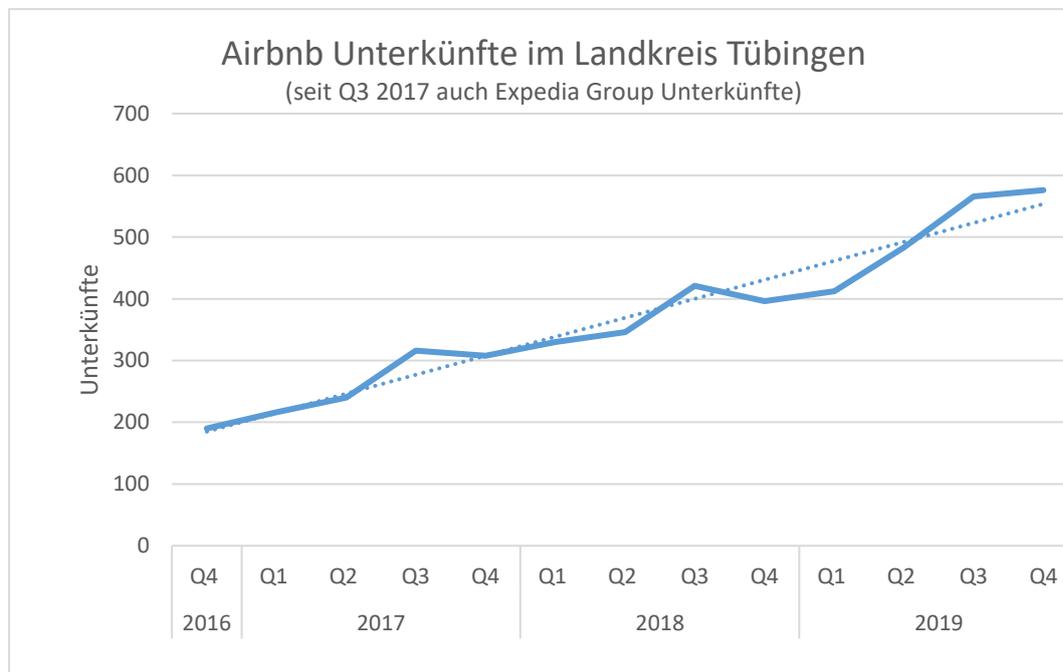
*„[...] 40 % der Tübingerinnen und Tübinger [brauchen] bezahlbaren Wohnraum [...]“  
(Interview 2).*

Um den ständig steigenden Bedarf an Wohnraum zu befriedigen werden im Schnitt jedes Jahr knapp 300 Wohnungen gebaut (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, e, o.S.). Tübingen verfolgt dabei das Konzept, Flächen erst selbst zu erwerben und dann zu Festpreisen zu veräußern (Universitätsstadt Tübingen 2019, b, S. 5). Damit können auch Menschen der bürgerlichen Mitte, welche die Preise auf dem Immobilienmarkt nicht mehr bezahlen können, ein Eigenheim errichten (Universitätsstadt Tübingen 2019, b, S. 5). Doch die Bautätigkeit reicht nicht aus, um den stetigen Zuzug von Studenten und anderen Bevölkerungsgruppen zu bedienen. So wurden zwischen 2011 und 2017 nur 1.796 Wohnungen errichtet. Bei einer durchschnittlichen Belegungsdichte von 2,2 Personen in Tübingen wäre das Wohnraum für 3.951 Personen (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2020, o.S.; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, e, o.S.). Der geschaffene Wohnraum reicht also bei weitem nicht aus, um die Nachfrage zu decken. Es entsteht in Tübingen, wie auch in anderen Großstädten, ein Nachfrageüberhang, der maßgeblich für das Preiswachstum und für die Probleme auf dem Tübinger Wohnungsmarkt verantwortlich ist. So ist der durchschnittliche Angebotspreis zur Miete für Wohnungen in Tübingen von Anfang 2016 bis Ende 2019 um 15 % gestiegen (ImmobilienScout24 2020, d, o.S.). Der durchschnittliche Angebotspreis für Wohnungen stieg im selben Zeitraum sogar um 39 % (ImmobilienScout24 2020, b, o.S.).

## Airbnb Entwicklung und Nutzung

Laut AirDNA gab es im Landkreis Tübingen im Januar 2020 518 aktive Inserate (AirDNA 2020, o.S.). Davon wurden 349 als komplette Unterkunft deklariert, dies bedeutet, es steht entweder ein ganzes Haus oder Wohnung den Mietern allein zur Verfügung, diese beinhaltet die übliche Ausstattung wie Küche, Badezimmer, Schlafzimmer (Airbnb o.J., i, o.S.). 164 der angebotenen Objekte waren Privatzimmer, das bedeutet, der Gast hat ein eigenes Zimmer in einem gemeinsam genutzten Haus oder einer Wohnung, der Vermieter lebt also noch mit in der Wohnung (Airbnb o.J., i, o.S.). Die restlichen 5 Objekte sind sogenannte „Shared rooms“, Gemeinschaftszimmer.

**Abbildung 3: Homesharing- und Ferienunterkunftswachstum im Landkreis Tübingen**



Quelle: AirDNA (2020), o.S.; eigene Berechnungen

Die Abbildung 4 zeigt ein lineares Wachstum der Unterkunftszahlen in Tübingen wie auch in den drei Großstädten Berlin, Hamburg, und München (vgl. Abbildung 2). Im Gegensatz dazu sind in Tübingen aber deutlich höhere Wachstumsraten festzustellen, diese haben sich zwischen 2016 und 2019 verdreifacht (vgl. Abbildung 3). Es ist anhand des bisherigen Wachstums und der hohen Auslastung von 70 % zu vermuten, dass die Unterkunftszahlen auch in Zukunft weiter ansteigen werden (AirDNA 2020, o.S.).

## 5.2 Einfluss

### 5.2.1 Gesamträumliche Analyse

Grundsätzlich wurde auf Gesamtdeutschland nur ein geringer Wohnraumentzug festgestellt (vgl. Abschnitt 4.2.1). In diesem Kapitel wird der Fragstellung nachgegangen, ob Airbnb speziell in Tübingen zu einer Verknappung von Wohnraum beiträgt. Dabei wurde zuerst die Stadt gesamtheitlich betrachtet, danach einzelne Stadtviertel. Die Fokussierung erfolgt ausschließlich auf den Wohnungsentzug als Preistreiber, ein gesteigertes Interesse von Großinvestoren oder der Bereitschaft von Bewohnern, aufgrund des potenziellen Nebenerwerbes mehr zu bezahlen, wurden wegen mangelnder Quantifizierbarkeit nicht berücksichtigt. Auch andere Wohnungsmarkt beeinflussende Effekte wie eine Gentrifizierung bleiben unberücksichtigt.

### Berechnungsgrundlage

Da bisher noch keine kleinräumliche Analyse zum Einfluss der Airbnb-Angebote auf dem Wohnungsmarkt publiziert wurde, gibt es auch kein Konzept, an das sich gehalten werden könnte. Um trotzdem die Veränderung am Wohnungsmarkt messen zu können, wurde anhand der vermutlich zweckentfremdeten Wohnungen ausgerechnet, was an Neubau nötig wäre, um die nicht mehr verfügbaren Wohnungen zu kompensieren. Zusätzlich konnte aus dem Ergebnis geschätzt werden, wie sich das sowohl auf die Kauf- als auch Mietpreise pro Quadratmeter auswirkt. Dieses Vorgehen wurde einmal auf die Stadt Tübingen angewandt und danach auf besonders betroffene Viertel.

Bei der Berechnung wurden zuerst die Unterkünfte gezählt, die nicht mehr dem Wohnungsmarkt verfügbar waren. Danach wurde anhand der durchschnittlichen Personenkapazität der Unterkünfte und der durchschnittlichen Wohnfläche je Einwohner in Tübingen errechnet, wieviel Wohnraum in Quadratmeter vonnöten wäre, um die verloren gegangene Wohnungskapazität auszugleichen. Mit dem durchschnittlichen Kaufpreis pro Quadratmeter und der Wohnfläche, die zweckentfremdet wurde, konnte ausgerechnet werden, was es kosten würde, diesen Wohnraum durch Neubau zu kompensieren. Es lässt sich auch errechnen, um wieviel die Kauf- und Mietpreise pro Quadratmeter in Tübingen steigen würden, indem die errechneten Neubaukosten beziehungsweise die Mietkosten auf die gesamte Wohnfläche Tübingens verteilt wird. Die dahinterliegende Idee ist, dass, wenn der Nachfrageüberhang auf dem Wohnungsmarkt durch Neubau ausgeglichen wird, die Marktpreise stabil bleiben würden und sich Angebot und Nachfrage im Gleichgewicht halten

---

(Drewello, Kupferschmidt und Sievering 2018, S. 70). Wenn Wohneinheiten jetzt nicht mehr verfügbar sind, die Nachfrage nach dem Gut aber noch besteht, steigen die Preise infolge des Anpassungsprozesses des Marktes (Drewello, Kupferschmidt und Sievering 2018, S. 70f). Die Preise steigen so lange, bis der Markt ausgeglichen ist (Drewello, Kupferschmidt und Sievering 2018, S. 71). Sie steigen dabei genau um die Summe, die die Nachfrager bereit sind, mehr zu zahlen. Dies wird als Preismechanismus definiert (Drewello, Kupferschmidt und Sievering 2018, S. 71). Da es sehr schwer ist die Nachfrage zu bestimmen, insbesondere auf einem großen und komplexen Markt wie dem Wohnungsmarkt, wurde in dieser Arbeit nun die Annahme getroffen, dass die Nachfrager bereit sind, genau die Summe mehr zu bezahlen, die nötig wäre, um denselben Bedarf an Neubau abzudecken. Das bedeutet, wenn Wohnraum in Höhe von 100 Millionen Euro zweckentfremdet wurde, würden die Preise im Markt insgesamt um genau 100 Millionen Euro steigen. Dies wäre solange der Fall, bis Wohnungen im Wert von 100 Millionen Euro gebaut wurden, dann wäre der Markt wieder im Gleichgewicht und die Kaufpreise würden wieder auf das Ausgangsniveau fallen. Da Tübingen aber seit Jahren einen starken Nachfrageüberhang aufweist, kann davon ausgegangen werden, dass der Markt sich in einem Ungleichgewicht bewegt und die Preise bei Zweckentfremdung steigen würden und nicht durch Neubau stabilisiert werden könnten. Dasselbe Berechnungsverfahren wurde auch auf die Miete übertragen. Die Auswirkungen auf die Mieten bieten jedoch nur eine reduzierte Vergleichbarkeit an, da sie noch schwerer zu quantifizieren sind als die auf die Kaufpreise. Zudem dürfen die errechneten Mietpreiserhöhungen nicht ergänzend, sondern nur separat zu den Kaufpreiserhöhungen betrachtet werden, weil die gemessenen Effekte sonst doppelt erfasst werden würden.

## **Berechnung**

Anfang Februar 2020 wohnten 91.399 Personen mit Haupt- und Nebenwohnsitz in Tübingen (Universitätsstadt Tübingen o.J., a, o.S.). Der Bestand an Wohnungen im Gesamttraum der Stadt Tübingen lag laut Wohnmarktbericht 2018 bei 41.700 Wohnungen (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, e, o.S.). Da die Zahlen von AirDNA vom Januar 2020 stammen (AirDNA 2020, o.S.), müssen die verglichenen Datensätze hochgerechnet werden. Bei den Wohnungen kann über die letzten Jahre mit einem durchschnittlichen Wachstum von 300 Wohnungen pro Jahr gerechnet werden, damit wäre man Ende 2019 bei circa 42.000 Wohnungen in Tübingen (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, e, o.S.).

Da der AirDNA-Datensatz nur Zahlen zum gesamten Landkreis veröffentlicht, mussten die Unterkunftszahlen auf die Stadt Tübingen reduziert werden. Bei der händischen Zählung ergab

---

sich dabei eine Verteilung von 155 Objekten außerhalb Tübingens zu 363 Objekten innerhalb Tübingens; der Großteil der Angebote befand sich also in der Stadt (AirDNA 2020, o.S.). Die Verteilung innerhalb Tübingens lag bei 233 Gesamten Unterkünften und 130 Privatzimmern. Als nächster Schritt wurden dann die gewerblich genutzten Unterkünfte identifiziert. Hierfür wurden von AirDNA die statistischen Werte der durchschnittlichen Buchungsrate verwendet (AirDNA 2020, o.S.). AirDNA bietet zwar auch die durchschnittliche Verfügbarkeit einer Unterkunft in einem Jahr an, diese kann jedoch verfälscht sein. So könnte das Objekt zwar als verfügbar gemeldet sein, der Besitzer das Objekt aber noch bewohnen (BMW 2018, S. 50). So inserierte auch der interviewte Airbnb-Gastgeber seine Wohnung, obwohl er sie in diesem Zeitraum selbst noch nutzte (Interview 1). Wenn gebucht wurde, übernachtete er einfach bei seiner Freundin (Interview 1). Daher wird hier die Buchungsrate als Bemessungsgrundlage für ein gewerbliches Inserat verwendet. Die Grenze, ab der eine Unterkunft als gewerblich deklariert wird, wird in dieser Arbeit auf 181 Tage festgesetzt. Von derselben Größenordnung gehen auch andere Studien, wie BMW (2018) oder Deiters-Schwedt und Baba (2019), aus (vgl. Abschnitt 4.2.1).

Anhand dieser Klassifizierung wären 28 % der Unterkünfte im Landkreis länger als 181 Tage pro Jahr vermietet (AirDNA 2020, o.S.). Bei der Berechnung wurde also angenommen, dass von den 363 Objekten in Tübingen 28 % nicht dem Wohnungsmarkt zur Verfügung stehen, da diese länger als ein halbes Jahr vermietet werden (AirDNA 2020, o.S.). Es wurde davon ausgegangen, dass durchschnittlich 3,4 Personen pro Unterkunft übernachten können (AirDNA 2020, o.S.). Die durchschnittliche Wohnfläche je Einwohner in Baden Württemberg betrug 2018 nach der Statistik des Statistischen Landesamt Baden-Württemberg, 46,1 m<sup>2</sup> (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, f, o.S.). Dies bedeutet, für jede Person, welcher Wohnraum entzogen wurde, muss 46,1 m<sup>2</sup> neue Wohnfläche geschaffen werden. Das bedeutet: 46,1 m<sup>2</sup> multipliziert mit dem Kaufpreis pro Quadratmeter für die Wohnfläche ergibt die Quadratmeteranzahl, die zweckentfremdet wurde. Bei den Kauf- und Mietpreisen pro Quadratmeter wurde auf die Werte von Immobilienscout zurückgegriffen. Demnach lag der durchschnittliche Angebotspreis für Wohnungen im vierten Quartal 2019 bei 4.244 €/m<sup>2</sup> (Immobilienscout24 2020, b, o.S.), der durchschnittliche Angebotspreis für Häuser bei 6.371 €/m<sup>2</sup> (Immobilienscout24 2020, a, o.S.). Es wurde das arithmetische Mittel von 5.307 €/m<sup>2</sup> gebildet, da die Datenlage von AirDNA nicht erkennen ließ, um welche Art von zweckentfremdeten Objekten es sich handelt. Dasselbe Prinzip wurde auch bei den Mietpreisen angewandt. Die durchschnittliche Angebotsmiete für Wohnungen lag im vierten Quartal 2019 bei 11,33 €/m<sup>2</sup> (Immobilienscout24 2020, d, o.S.), diese für Häuser bei 11,51 €/m<sup>2</sup> (Immobilienscout24 2020, c, o.S.). Der Durchschnittsmietpreis betrug somit 11,42 €/m<sup>2</sup>.

Der errechnete Durchschnittskauf- und Mietpreis wurde dann durch die gesamte Wohnfläche Tübingens dividiert ( $91.399 * 46,1 \text{ m}^2$ ), das ergibt die durchschnittliche Preiserhöhung pro Quadratmeter.

### Kritik

Das aufgeführte Berechnungsmodell muss jedoch kritisch hinterfragt werden, da es einfach aufgebaut und schwer zu belegen ist. So wurden bei der Quantifizierung der Nachfrage weitere beeinflussende Faktoren wie Vermögen, Präferenzen oder andere Wohnungsmärkte nicht berücksichtigt (Drewello, Kupferschmidt und Sievering 2018, S. 56). Des Weiteren kann die Personenanzahl der Unterkunft leicht überschätzt werden, indem bei den Unterkünften auf den Plattformen die Maximalanzahl der Personen, die in diesem Haushalt leben könnten, angegeben werden. So werden zum Beispiel Schlafsofas als vollwertige Schlafgelegenheit mitgezählt, obwohl diese in der Realität nicht als dauerhafte Übernachtungsmöglichkeit betrachtet werden. Auch bei der Wohnfläche pro Einwohner wurde auf die Gesamtstatistik von Baden-Württemberg zurückgegriffen, da für Tübingen keine vorliegt, es ist aber anzunehmen, dass in einer Gemeinde wie Tübingen die Wohnfläche pro Einwohner unter dem Wert von  $46,1 \text{ m}^2$  liegt (Payk 2010, S. 13). Zudem können die Kauf- und Mietpreise pro Quadratmeter in ihrer Höhe bezweifelt werden, denn auf Immobilienscout werden nur die Angebotspreise und Angebotsmieten angegeben. Diese können sich von den tatsächlichen Kauf -oder Mietpreisen aber unterscheiden.

Der wohl größte Kritikpunkt betrifft den Datensatz selbst, denn erstens wurden nicht nur Airbnb-Objekte untersucht, sondern auch die von der Expedia Group, welche vermutlich größtenteils Ferienwohnungen inserieren (HomeAway o.J., b, o.S.). Das wird deutlich anhand des Anteils der Unterkünfte in Tübingen, die über 181 Tagen vermietet werden, dieser lag laut AirDNA bei 28 % in 2019 (AirDNA 2020, o.S.). Nach den Zahlen von BMWi aus dem Jahr 2016 lag der Anteil der über einem halben Jahr vermieteten Unterkünfte in Deutschland insgesamt bei nur 4,11 % (BMWi 2018, S. 55). Die Differenz lässt sich damit kaum anders erklären, als dass der überwiegende Anteil der Wohnungen, die länger als 181 Tage vermietet werden, die Ferienwohnungen über die Expedia Group sind. Aufgrund dessen ist zu vermuten, dass die statistischen Werte wie Verfügbarkeit und Buchungsraten der Unterkünfte deutlich höher ausfallen, als es bei einer reinen Airbnb-Analyse der Fall wäre. Des Weiteren wurden die Statistiken von AirDNA für den gesamten Landkreis Tübingen einfach für die Stadt Tübingen übernommen, so wäre es möglich, dass außerhalb Tübingens deutlich mehr

Der Einfluss von Airbnb auf den Wohnungs-  
und Hotelmarkt der Universitätsstadt Tübingen,

Forschungsbereich Geographie

---

Ferienwohnungen vermietet werden, als in der Stadt, was die statischen Werte verfälschen würde.

Insgesamt muss das Endergebnis wohl nach unten korrigiert werden, wenn der reine Einfluss von Airbnb betrachtet werden soll. Trotz der Ungenauigkeiten der Berechnung werden aber Markttendenzen sichtbar, welche einen neuen Blick auf die Wohnungslage in Tübingen verschaffen.

## Rechnung

### Zweckentfremdete Wohnfläche:

$$363 \text{ Unterkünfte} * 0,28 \% = 101,64 \text{ Unterkünfte}$$

$$101,64 * 3,4 \text{ Personen} = 345,58 \text{ Personen}$$

$$345,58 * 46,1 \text{ m}^2 = 15.931 \text{ m}^2$$

### Kaufpreis:

$$15.931 \text{ m}^2 * 5.307 \frac{\text{€}}{\text{m}^2} = 84.553.783 \text{ €}$$

$$\frac{84.553.783}{91.399 \text{ Personen}} = 925,11 \text{ € pro Person}$$

$$\frac{925,11}{46,1 \text{ m}^2} = 20,07 \frac{\text{€}}{\text{m}^2}$$

### Mietpreis:

$$15.931 \text{ m}^2 * 11,42 \frac{\text{€}}{\text{m}^2} = 181.932 \text{ €}$$

$$\frac{181.932}{91.399 \text{ Personen}} = 1,99 \text{ € pro Person}$$

$$\frac{1,99}{46,1 \text{ m}^2} = 0,04 \frac{\text{€}}{\text{m}^2}$$

## Analyse

Wenn alle angebotenen Homesharing- und Ferienunterkünfte mit dem Wohnungsbestand in Tübingen in Relation gesetzt werden, lag dieser Ende 2019 bei 0,86 %. In Berlin fiel dieser schon 2018 mit 1,46 % deutlich höher aus (Deiters-Schwedt und Baba 2019, S. 1; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, e, S. 10). Dieses Beispiel verdeutlicht nur den Gesamtbestand in Relation zu den kurzfristig vermieteten Objekten und hat keine Aussagekraft in Bezug zur Wohnraumverknappung, lässt aber erkennen, dass Tübingen bei weitem nicht so betroffen ist wie eine Großstadt wie Berlin.

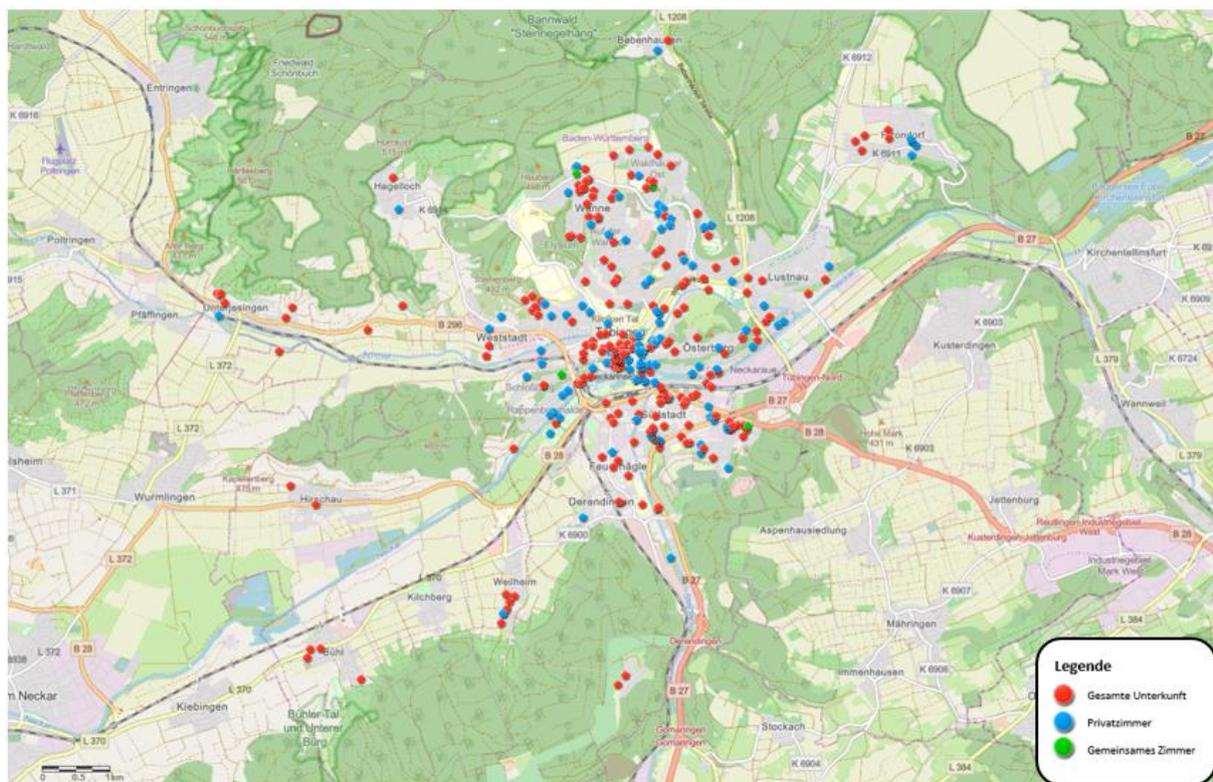
Nach der durchgeführten Berechnung würden sich die Quadratmeterpreise in Tübingen um 20,07 €/m<sup>2</sup> erhöhen. Bei einem Angebotskaufpreis von 5.307 €/m<sup>2</sup> macht das einen geringen Prozentsatz von nur 0,38 % aus. Auch die Mietpreiserhöhung von 0,04 €/m<sup>2</sup> wirkt sich mit 0,35 % nur marginal auf die Miete aus. Airbnb und die Expedia Group machen sich preislich also auf dem Wohnungsmarkt kaum bemerkbar. Andererseits ist Neubau i.H.v. 84,5 Millionen Euro, zum Ausgleich zweckentfremdeter Wohnungen, eine nicht zu unterschätzende Summe. Zudem wäre die Bautätigkeit, die erforderlich wäre, um die zweckentfremdeten Wohnungen auszugleichen, relativ hoch. Würde damit gerechnet, dass in Tübingen jedes Jahr 300 Wohnungen für durchschnittlich 2,2 Haushalte gebaut werden, ergäbe das einen Wohnraumzuwachs für 660 Personen pro Jahr (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2020, o.S; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, e, o.S.). Wenn 346 Personen durch Anbieter auf Airbnb und der Expedia Group Wohnraum entzogen wird, wäre das mehr als die Hälfte des in einem Jahr geschaffenen Wohnraums.

Der Einfluss von Airbnb und der Expedia Group in Tübingen ist zwar gering, aber nicht zu bagatellisieren. Die Treiber dieser Entwicklung sind vermutlich die Anbieter von Ferienwohnungen auf den Plattformen der Expedia Group. Deren Unterkünfte machen mutmaßlich den Hauptbestand der zweckentfremdeten Wohneinheiten aus. Insgesamt kann aber bisher kein ernstzunehmender Wohnraumentzug erkannt werden und selbst bei Zurückführen des gesamten zweckentfremdeten Wohnraums wird sich das auf dem Wohnungsmarkt kaum bemerkbar machen. Bei den Wachstumsraten der Online-Plattformen kann die Analyse allerdings in ein paar Jahren anders ausfallen.

## 5.2.2 Kleinräumliche Analyse

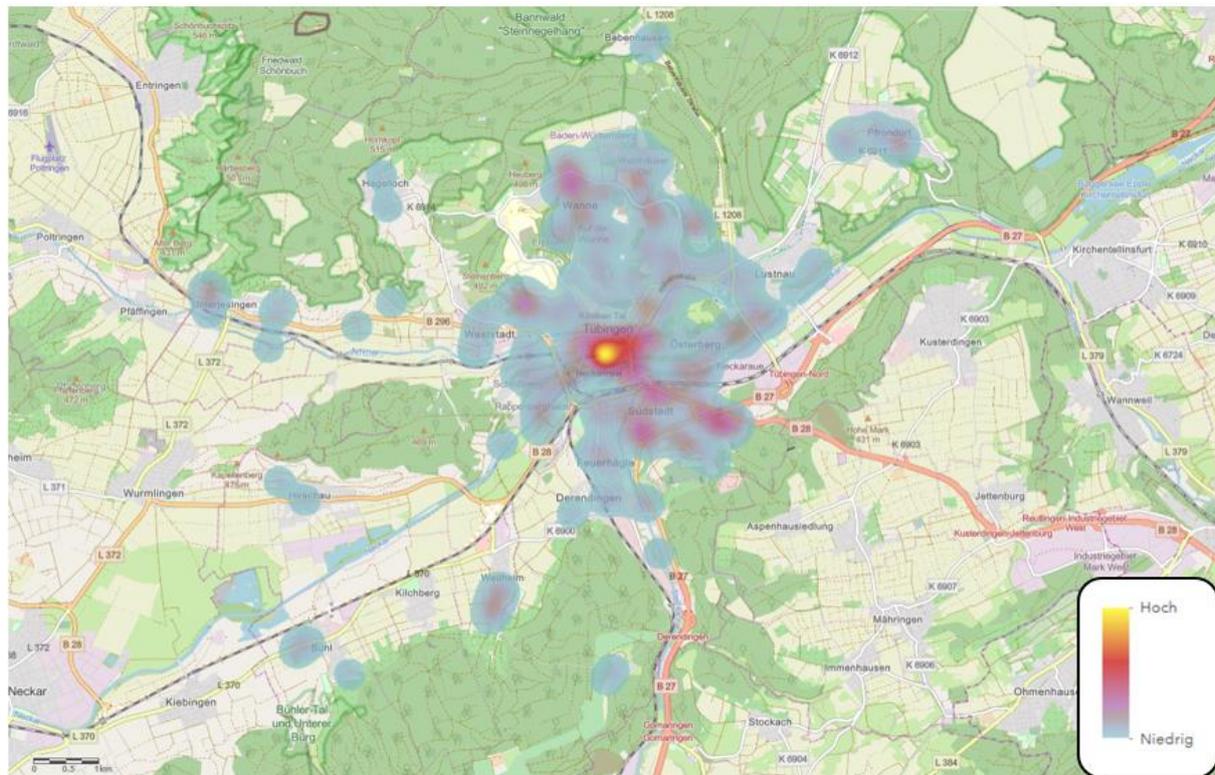
Im folgenden Abschnitt wurden anhand der erstellten räumlichen Karte (vgl. Abbildung 4) einzelne Viertel mit einer besonders hohen Konzentration an Sharing-Unterkünften betrachtet. Die Viertel wurden dabei jeweils anhand der Stadtgliederung Tübingens abgegrenzt (Universitätsstadt Tübingen o.J., c, o.S.). Das hat den Vorteil, dass für diese Bevölkerungsdaten vorhanden sind (Universitätsstadt Tübingen 2019, a, o.S.).

**Abbildung 4: Homesharing- und Ferienunterkünfte in Tübingen**



Quelle: AirDNA (2020), o.S.; eigene Berechnungen

In Abbildung 4 werden die Homesharing- und Ferienunterkünfte der Stadt Tübingen räumlich auf der Positionskarte dargestellt. Es lässt sich erkennen, dass vorwiegend nur Gesamte Unterkünfte angeboten wurden, gemeinsam genutzte Zimmer gibt es hingegen nur fünf Stück. Zudem lässt sich feststellen, dass es im Zentrum Tübingens eine sehr hohe flächendeckende Verteilung der Objekte gibt, während es in allen anderen Stadtteilen nur zu geringen Ansammlungen gekommen ist. Um diese These besser beurteilen zu können und die räumlichen Konzentrationen genauer zu quantifizieren, wurde eine Heatmap erstellt. Diese hebt die Bereiche, die die meisten Punkt-Features aufweisen, visuell hervor.

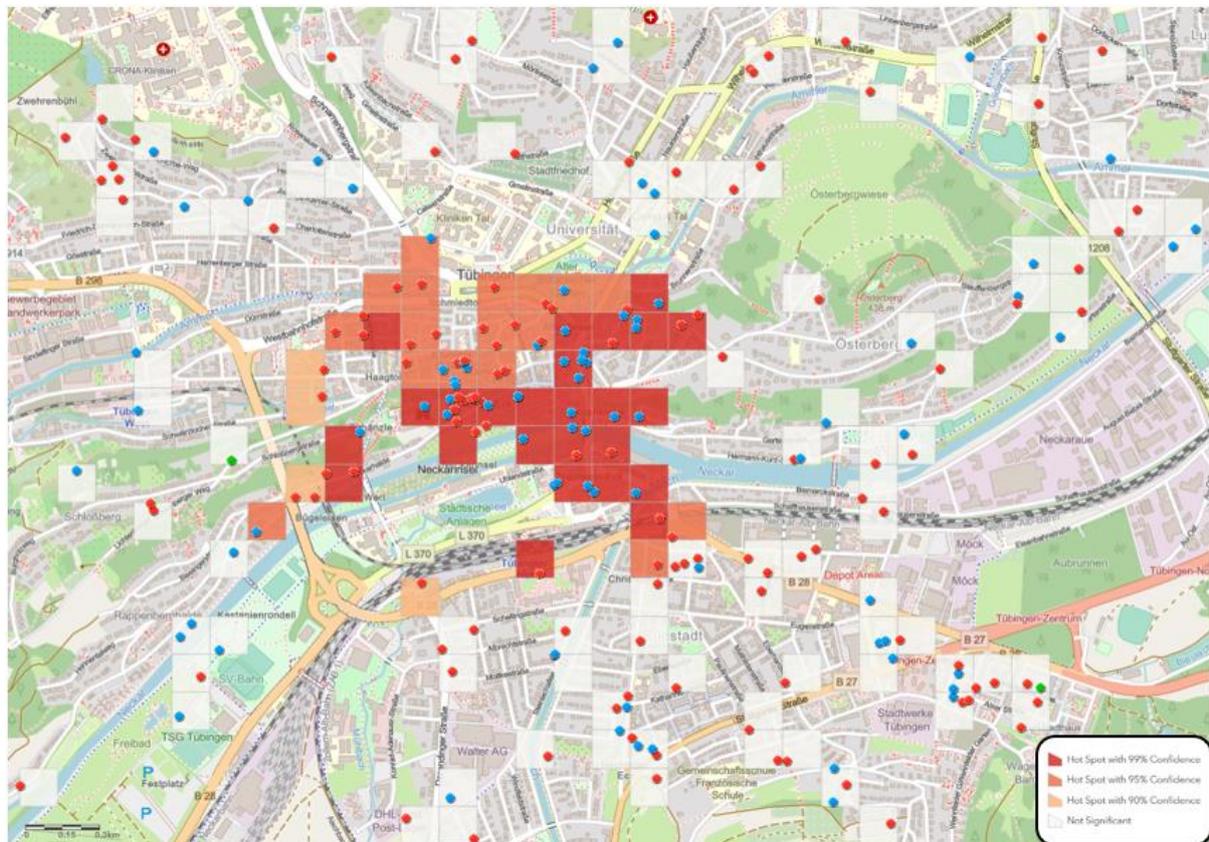
**Abbildung 5: Heatmap der Homesharing- und Ferienunterkünfte in Tübingen**

Quelle: AirDNA (2020), o.S.; eigene Berechnungen

Die Heatmap zeigt, wie erwartet, dass im Zentrum Tübingens am meisten Objekte inseriert waren. Es kommt hier zu einer sehr hohen Konzentration im Vergleich zum Rest Tübingens (vgl. Abbildung 5). Zwar gibt es weitere kleinere mittelintensive Hot Spots wie im Französischen Viertel, diese weisen aber bei weitem keine so starke Intensität auf wie das im Zentrum (vgl. Abbildung 5).

Während die Heatmap die Bereiche markiert, in denen besonders viele Unterkünfte vorzufinden sind, wurden bei der Hot-Spot Analyse die Unterkünfte in Relation zur Bevölkerungsdichte gesetzt. In der Abbildung 6 werden damit die Spots angezeigt, die besonders viele Unterkünfte pro Kopf aufweisen.

Abbildung 6: Hot Spots der Homesharing- und Ferienunterkünfte in Tübingen



Quelle: AirDNA (2020), o.S., eigene Berechnungen

Wie auch in der Positionskarte und der Heatmap zeigt sich anhand der Hot Spots eine deutliche Verdichtung im innerstädtischen Raum (vgl. Abbildung 6). Während die höchste Konzentration immer noch im Zentrum zu finden ist, gibt es einen erkennbaren Trend Richtung Südstadt und Au/Unterer Wert. Das liegt vermutlich daran, dass die Südstadt und die Au/Unterer Wert nicht so dicht besiedelt sind wie das Zentrum. Daher ist hier die Relation der Einwohner zu den Unterkünften besonders hoch. Es kann sich hier aber aufgrund dem schon beschriebenen 200-Meter-Radius der Airbnb-Standortdaten leicht um einen Darstellungsfehler handeln (vgl. Abschnitt 3.3). So werden einige Objekte im Industriegebiet angezeigt, obwohl dort keine Wohngebäude zu finden sind. Deswegen und da auch Hot Spots zum größten Teil im Zentrum und in der Altstadt zu finden sind, wurde dieses Viertel im folgenden Abschnitt genauer untersucht. Bei allen anderen Stadtvierteln hätte eine Analyse geringere Ergebnisse ergeben.

### 5.2.2.1 Zentrum

#### Berechnung

Im Zentrum waren Stand Ende 2018, 6.471 Einwohner gemeldet (Universitätsstadt Tübingen 2019, a, o.S.). Teilt man die Bewohner des Zentrums durch die durchschnittliche Haushaltsgröße Tübingens (2,2), ergibt sich dabei ein errechneter Wohnungsbestand von 2.941 Wohnungen (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2020, o.S.).

Nach dem Zählen der Objekte auf der interaktiven AirDNA-Karte waren in der Altstadt 70 Unterkünfte vorhanden, davon 36 Gesamtunterkünfte und 34 Privatzimmer (vgl. Anhang D.a). Die untersuchten 70 Unterkünfte können insgesamt 190 Personen beherbergen, wovon aber nur 25 Unterkünfte länger als 181 Tage gebucht worden sind, die jeweils 85 Personen beherbergen können (vgl. Anhang D.a). Die Wohnfläche pro Einwohner (46,1 m<sup>2</sup>) sowie die Kauf- und Mietpreise wurden übernommen, obwohl im Zentrum mit einer Preissteigerung zu rechnen wäre, da keine anderen Daten vorlagen (Universitätsstadt Tübingen 2018, S. 9). Im Gegensatz zur Berechnung für Gesamt-Tübingen wird für einzelne Inserate auf der interaktiven Karte von AirDNA nur die Verfügbarkeit der Unterkunft im Jahr angegeben (AirDNA 2020, o.S.). Da in der Berechnung für Gesamt-Tübingen aber die Buchungsrate verwendet wurde, musste, um die Rechnung vergleichbar zu halten, die Buchungsrate errechnet werden. Dafür wurde die Verfügbarkeit der Unterkunft mit der durchschnittlichen Auslastungsrate in Tübingen (75 %) multipliziert und das Ergebnis ergibt die errechnete Buchungsrate (AirDNA 2020, o.S.).

**Rechnung****Zweckentfremdete Wohnfläche:**

$$85 \text{ Personen} * 46,1 \text{ m}^2 = 3.918,5 \text{ m}^2$$

**Kaufpreis:**

$$3.918,5 \text{ m}^2 * 5.307 \frac{\text{€}}{\text{m}^2} = 20.795.480 \text{ €}$$

$$\frac{20.795.480}{6.471 \text{ Personen}} = 3.213,64 \text{ € pro Person}$$

$$\frac{3213,64}{46,1 \text{ m}^2} = 69,71 \frac{\text{€}}{\text{m}^2}$$

**Mietpreis:**

$$3.918,5 \text{ m}^2 * 11,42 \frac{\text{€}}{\text{m}^2} = 44.749,27 \text{ €}$$

$$\frac{44.749,27}{6.471 \text{ Personen}} = 6,92 \text{ € pro Person}$$

$$\frac{6,92}{46,1 \text{ m}^2} = 0,15 \frac{\text{€}}{\text{m}^2}$$

**Analyse**

Die Berechnung bestätigt die Annahme, dass im Zentrum die höchste Anzahl an Objekten vorliegt (vgl. Abbildung 5; vgl. Abbildung 6). Gemessen am Anteil der Inserate am Wohnungsbestand liegt das Ergebnis bei 2,38 %, das ist mehr als die dreifache Konzentration wie im Rest Tübingens (0,86 %) (vgl. Abschnitt 5.2.1). Insgesamt ist im Zentrum ein Viertel des gesamten Wohnraumentzugs Tübingens zu finden. Daher weist die Preisentwicklung im Zentrum auch deutlichere Wachstumsraten auf als im Rest Tübingens: Der Einfluss auf den Kaufpreis pro Quadratmeter ist um das dreieinhalbfache höher als in der Gesamtbetrachtung und die Preissteigerung pro Quadratmeter beträgt nun 1,31 %. Auch die Erhöhung der Miete um 0,15 €/m<sup>2</sup> macht sich deutlich bemerkbarer als noch im Gesamttraum Tübingens. Im Zusammenhang mit den schon erhöhten Preisen im Zentrum (Universitätsstadt Tübingen 2018, S. 9) sollte daher zukünftig das Augenmerk vor allem auf diesem Stadtteil liegen. Der

Der Einfluss von Airbnb auf den Wohnungs- und Hotelmarkt der Universitätsstadt Tübingen,

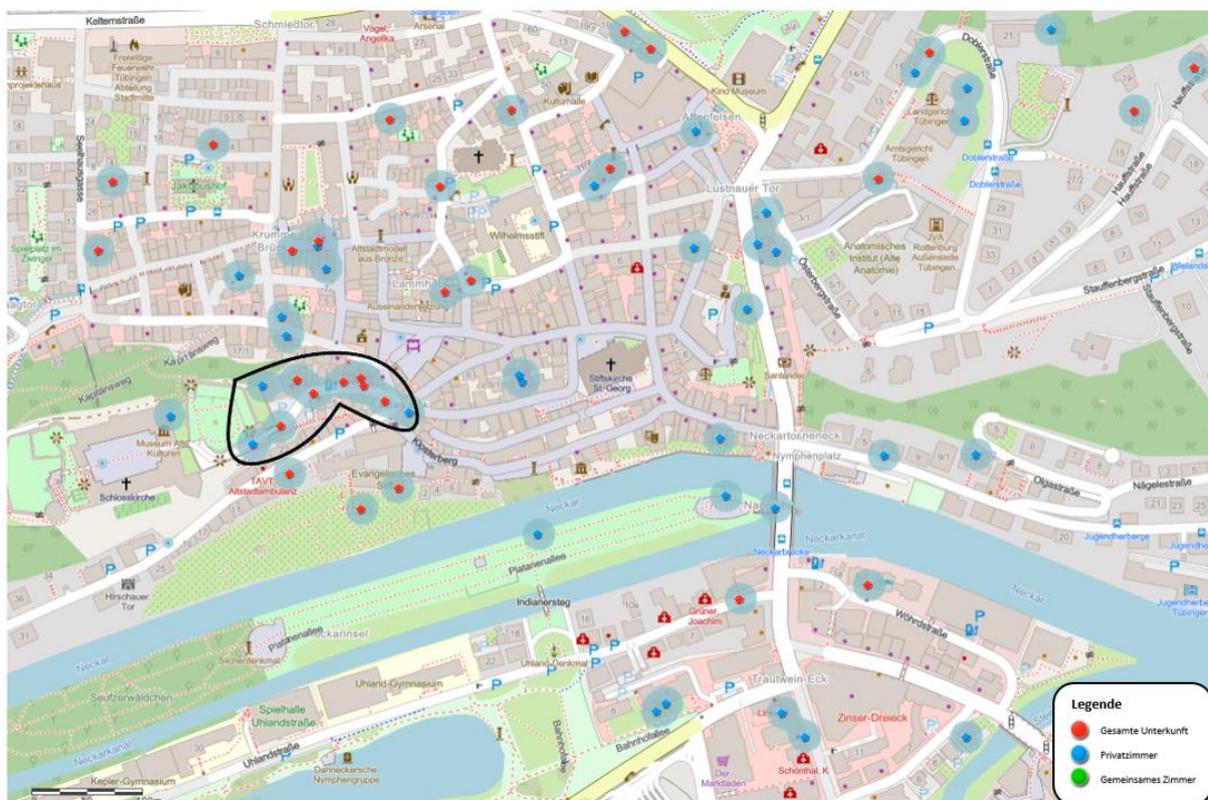
Forschungsbereich Geographie

Wohnungseinfluss von Airbnb und der Expedia Group ist aber auch im Zentrum immer noch gering und ein Verbot von Kurzzeitvermietungen würde die Wohnsituation kaum verändern.

Bei der Wohnungsraumanalyse fällt ein Straßenabschnitt im Zentrum besonders ins Auge, die Burgsteige (vgl. Abbildung 7). Dieser hat augenscheinlich die höchste Dichte an Unterküften in Tübingen und daher ist dort am wahrscheinlichsten mit einer Wohnungsentfremdung zu rechnen. Folglich wurde dieses Viertel nochmal näher untersucht.

### 5.2.2.2 Burgsteige

Abbildung 7: Die Burgsteige im Zentrum



Quelle: AirDNA (2020), o.S.; eigene Berechnungen

Die in Abbildung 7 schwarz markierte Stelle zeigt die Burgsteige. Diese beherbergt innerhalb von 150 m zehn Unterküfte, sieben gesamte Unterküfte und drei Privatzimmer. Sieben von den Unterküften werden aber von nur einem Anbieter inseriert (vgl. Tabelle 1).

**Tabelle 1: Unterkunftsdaten in der Burgsteige**

Anzahl	Unterkunftsart	Verfügbarkeit (in Tagen)	Personenkapazität
1	Privatzimmer	140	1
2	Gesamte Unterkunft (Anbieter 1)	315	3
3	Gesamte Unterkunft	152	5
4	Privatzimmer (Anbieter 1)	275	4
5	Gesamte Unterkunft	214	1
6	Gesamte Unterkunft (Anbieter 1)	147	2
7	Gesamte Unterkunft (Anbieter 1)	342	6
8	Gesamte Unterkunft (Anbieter 1)	325	12
9	Gesamte Unterkunft (Anbieter 1)	306	3
10	Privatzimmer (Anbieter 1)	191	2

Quelle: AirDNA (2020), o.S.; Airbnb (o.J., d), o.S.; eigene Berechnungen

Betrachtet man in Tabelle 1 die Unterkünfte mit einer Verfügbarkeit von mehr als 275 Tagen im Jahr – eine Verfügbarkeit von 275 Tagen deutet daraufhin, dass die Unterkünfte nicht mehr selbst genutzt werden kann – identifiziert man fünf Unterkünfte mit einer Personenkapazität von insgesamt 28 Personen. Das bedeutet, es wird Wohnraum für 28 Personen zweckentfremdet. Diese Anzahl an Personen wäre für eine Straße mit ungefähr 15 Wohngebäuden sehr beachtlich (Universitätsstadt Tübingen o.J., c, o.S.). Wenn mit 20 Bewohnern pro Gebäude gerechnet wird, läge man bei 300 Personen, die in der Burgsteige wohnhaft sind. Setzt man die 28 Personen ins Verhältnis, würden in Summe 9,33 % der Bevölkerung in der Burgsteige Wohnraum entzogen werden (Universitätsstadt Tübingen 2019, a, o.S.).

Es ist aber erkennbar, dass alle zweckentfremdeten Objekte in der Burgsteige von nur einem Anbieter inseriert sind, Anbieter 1 (vgl. Tabelle 1). Dieser verfügt offensichtlich über ein Mehrfamilienhaus in der Burgsteige, das nur kurzzeitig vermietet wird. So wurde auch in einem Artikel des Schwäbischen Tagblatts vom 09.07.2016 die Burgsteige erwähnt, in der es zehn Offerten eines privaten Anbieters gab, der vermutlich gewerblich vermietet, zumal die Schlüsselabgabe über einen Schlüsselsafe ohne direkten Kontakt zum Gastgeber erfolgt

(Rekittke 2016, o.S.). Es handelt sich hier vermutlich um denselben Anbieter. Dieser Gastgeber hat aber nicht nur in der Burgsteige inseriert, sondern verfügt über 20 Inserate auf seinem Profil. All seine Inserate sind in der Altstadt gelistet und einige werden in der Burgsteige in einer „historischen Gründerzeitvilla“ vermutet (Airbnb o.J., d, o.S.). Von den 20 angebotenen Objekten gehören aber fünf Anbieter 2 und Anbieter 1 hilft nur beim Gastgeben (vgl. Anhang D.b). Die beiden Anbieter verfügen zusammen in der Altstadt über Wohnungskapazitäten für 73 Personen und da alle Objekte nach dem Abgleichen der Buchungskalender das gesamte Jahr über zur Verfügung stehen (vgl. Anhang D.b) sind damit nur die beiden genannten Anbieter verantwortlich, dass 1,1 % der Bevölkerung in der Altstadt Wohnraum entzogen wird (Universitätsstadt Tübingen 2019, a, o.S.). Mit den nicht miteinberechneten 20 Unterkünften läge der prozentuale Anteil der Objekte am Wohnungsbestand im Zentrum bei nur noch 1,7 % statt bei 2,38 %. So kann hier die These aufgestellt werden, dass nur wenige gewerbliche Vermieter mit mehreren Wohneinheiten die Wohnungsverknappung maßgeblich beeinflussen können.

Insgesamt ist eine genauere Analyse der Zweckentfremdung in der Burgsteige aber nicht möglich, da der Einfluss von Airbnb und der Expedia Group sich sehr unwahrscheinlich auf eine Straße begrenzen lässt. Die Angebotslücke könnte durch einen anderen Straßenabschnitt in der Nähe abgedeckt werden.

### 5.2.3 Hotelbranche

Während also auf dem Wohnungsmarkt in Tübingen in geringem Maße eine Beeinflussung durch Airbnb und Ferienwohnungen feststellbar ist, wird im folgenden Abschnitt der Einfluss auf den Hotelmarkt Tübingens untersucht.

Wenn die Gäste- und Übernachtungszahlen sowohl der Stadt Tübingen als auch des Landkreises Tübingen betrachtet werden, erkennt man in den letzten Jahren eine relativ stabile positive Entwicklung mit jeweils kleinen Korrekturen (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, c, o.S.; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, b, o.S.). 2018 und 2019 kam es jedoch bei den Gästezahlen erstmals nach der Finanzkrise 2008 und 2009 zu relevanten Einbrüchen (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, c, o.S.), trotz einer landesweiten Zunahme von 3,7 % in 2018 (Hin und Ehrhardt 2019, S. 32).

Woher kommt also dieser Einbruch? Herr Stagl, Geschäftsführer des Hotels Krone, äußert die Vermutung, dass die Übernachtungszahlen aufgrund von Airbnb zurückgegangen seien (Interview 4):

---

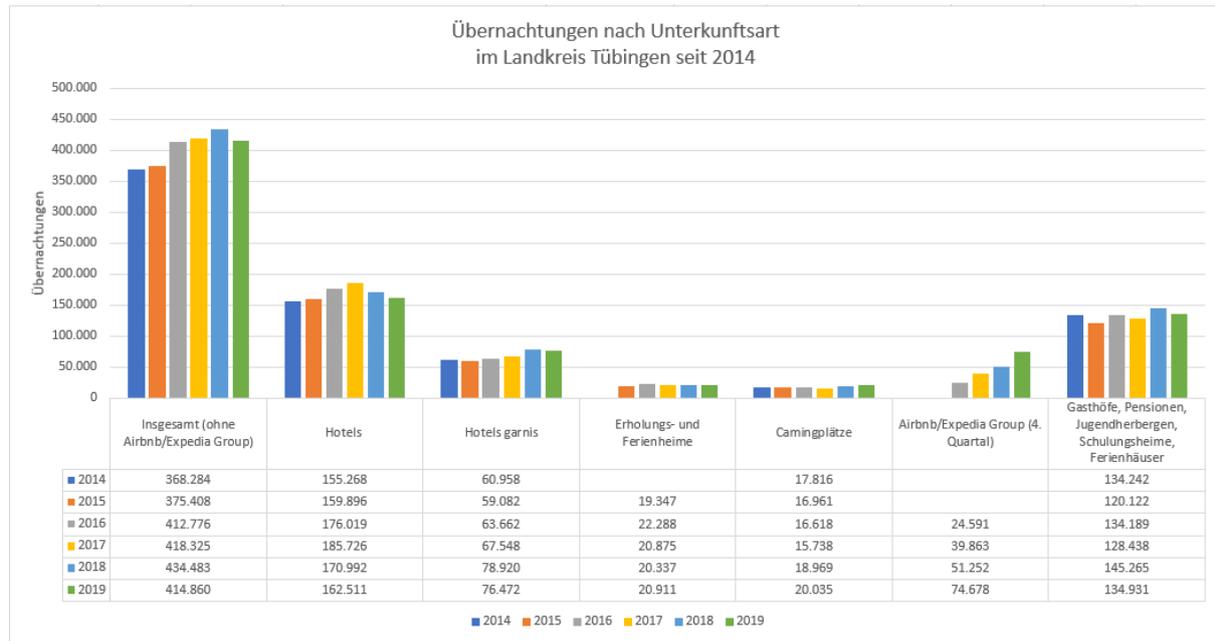
*„[...] wir sehen ja, dass in Tübingen immer mehr Zimmer über Airbnb angeboten werden und tendenziell ist es ja so, dass die Übernachtungszahlen auch zurückgehen [...] und das liegt sicherlich auch daran, dass immer mehr Leute bei Airbnb übernachten.“ (Interview 4).*

Dies wäre eine mögliche Erklärung, denn Reisende nehmen private Übernachtungsmöglichkeiten immer stärker als Substitut zu Hotels und Pensionen wahr (Brühn und Götz 2014, S. 5). Zudem sind die Airbnb-Unterkünfte seit 2016 um das Dreifache gestiegen (vgl. Abbildung 3) und diese werden, außer bei Eintragung als Ferienwohnung, nicht über die öffentliche Statistik erfasst. Daher kann vermutet werden, dass die Gästezahlen sich tatsächlich nicht reduziert haben, sondern die Gäste vermehrt in den gelisteten Unterkünften auf Airbnb übernachten und damit von der amtlichen Statistik nicht erfasst werden.

Diese Entwicklung wird mehrheitlich von dem Preisvorteil, der sich aus der Buchung einer Ferienunterkunft ergibt, getragen. So lagen 2012 die durchschnittlichen Zimmerpreise bei 94 Euro (Hotels.com 2013, S. 33). In größeren Städten wie Stuttgart oder Karlsruhe lagen diese bei jeweils 107 und 81 Euro (Hotels.com 2013, S. 42). Eine direkte Vergleichbarkeit ist zwar schwierig, die Preisspanne wird sich in Tübingen aber mutmaßlich zwischen 81 und 107 Euro bewegen. Dagegen lag die durchschnittliche Unterkunftsrate bei Ferienwohnungen und Homesharing-Unterkünften in Tübingen Anfang 2020 bei 70 Euro (AirDNA 2020, o.S.). Weiterhin sind Unterkünfte auf AirDNA mit durchschnittlich 3,4 Personen pro Objekt belegbar (AirDNA 2020, o.S.), während Hotelzimmer überwiegend Einzel- oder Doppelzimmer sind. Der Preis wird also noch günstiger, je mehr Personen die Unterkunft buchen (Scholl et al. 2015, S. 35).

Aber nicht nur preislich unterscheiden sich die Unterkunftsarten. So lag die durchschnittliche Übernachtungszeit bei den Unterkünften auf AirDNA bei 2,98 Tagen (AirDNA 2020, o.S.). Somit bleiben Übernachtungsgäste bei Homesharing- und Ferienwohnungen deutlich länger als bei anderen Beherbergungsarten wie: Hotel 1,8 Tage, Hotel garnis 1,9 Tage, Campingplätzen 1,9 Tage (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, a, o.S.). Diese Annahme bestätigt auch eine Studie von Airbnb, wonach Airbnb-Gäste mehr als doppelt so lange in der Unterkunft bleiben als Besucher von traditionellen Beherbergungsbetrieben (Airbnb 2014, o.S.). Des Weiteren sind Homesharing- und Ferienunterkünfte auch mit 75 % deutlich ausgelasteter als andere Unterkunftsarten wie beispielsweise Hotels mit nur 42,4 % (AirDNA 2020, o.S.; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019, a, o.S.). Aus diesen Zahlen lässt sich entnehmen, dass Ferienwohnungen und Homesharing-Objekte sehr gut von den Kunden angenommen werden.

Abbildung 8: Übernachtungen im Beherbergungssektor im Landkreis Tübingen



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (2019, b), o.S.; AirDNA (2020), o.S.; eigene Berechnungen

Die Abbildung 8 stellt die Übernachtungen nach der Unterkunftsart im Landkreis Tübingen da. Die Zahlen sind nur zum Teil evident. So wurden die Übernachtungszahlen von Airbnb und der Expedia Group zum Teil nur geschätzt, dazu wurde die durchschnittliche Buchungsrate des vierten Quartals 2019 (129 Übernachtungen pro Unterkunft und Jahr) als Grundlage für die Buchungsrate der anderen Jahre genommen, da Daten zu den Unterkünften vorlagen, aber nicht zur Buchungsrate (AirDNA 2020, o.S.). Weiterhin muss beachtet werden, dass bei den absoluten Übernachtungszahlen, die Zahlen von Airbnb und den nicht angemeldeten Ferienwohnungen nicht mitbetrachtet werden, da sie von öffentlichen Ämtern nicht erfasst werden. Auch sind die Übernachtungszahlen der angemeldeten Ferienwohnungen zum Teil in den Daten von Airbnb und der Expedia Group mitenthalten und somit doppelt erfasst.

In Abbildung 8 ist eine Zunahme der Übernachtungen seit 2014 erkennbar. Auch alle Beherbergungsarten haben seit 2014 einen Anstieg zu verzeichnen. Hier fallen jedoch die Hotels heraus, die schon seit 2018 einen deutlichen Rückgang der Übernachtungszahlen vorzuweisen haben (vgl. Abbildung 8). 2019 gab es dann auch insgesamt einen Rückgang der Übernachtungen über alle Beherbergungsbetriebe hinweg, im Gegenzug stehen die Übernachtungszahlen von Airbnb und der Expedia Group heraus, welche konstante Wachstumswahlen aufweisen (vgl. Abbildung 8). Es liegt somit die Vermutung nahe, dass private Wohnungen dem restlichen Tourismussektor, vor allem den Hotels, die Kunden abwerben. Diese Vermutung wird unterstützt von der Tatsache, dass bei einer nicht

---

repräsentativen Übersicht über die Online-Reiseportale HolidayCheck und Booking.com ersichtlich wurde, dass die meisten Hotels wie auch Homesharing- und Ferienunterkünfte in der Stadt selbst angesiedelt sind (HolidayCheck o.J., o.S.; Booking.com o.J., o.S.). Damit wird die These von Abschnitt 4.3.2 unterstützt, wonach es vor allem im urbanen Raum zu Verdrängungseffekten bei Hotels kommt.

Wenn man sich des Weiteren die Korrelation zwischen dem Rückgang der Hotel-Übernachtungen und dem Zuwachs der AirDNA-Objektdaten zwischen 2016 und 2019 betrachtet, ergibt das einen negativen Korrelationskoeffizienten von -0,75. Das bedeutet, es besteht hier ein mittelstarker bis starker negativer Zusammenhang zwischen den Übernachtungszahlen der Hotels und den der Homesharing- und Ferienunterkünften. Diese festgestellte Korrelation ist aber nicht auf Kausalität überprüfbar und der Rückgang der Hotelübernachtungszahlen kann einen anderen Grund haben als die neue Sharing-Konkurrenz. Was auch Zweifel an dieser These aufkommen lässt, ist die Tatsache, dass vor allem Beherbergungsbetriebe der unteren Preisklasse am stärksten durch die Konkurrenz von Homesharing gefährdet sind (vgl. Abschnitt 4.2.2) und bei der Analyse der Unterkünfte über die Online-Reiseportale wurde festgestellt, dass der Großteil der Hotels in Tübingen im oberen Preissegment angesiedelt ist (HolidayCheck o.J., o.S.; Booking.com o.J., o.S.). Diese höherklassigen Unterkünfte, zu denen auch das Hotel Krone in Tübingen gezählt werden kann, sollten demnach keinen relevanten Einfluss von Airbnb auf ihre Gästezahlen spüren. Dies bestätigt auch Herr Stagl im Interview (Interview 4). Demnach müssten vor allem Hotel garnis, Pensionen, Gasthöfe und Jugendherbergen betroffen sein, diese weisen jedoch bei weitem nicht so einen starken Einbruch wie die Hotels aus.

Es bleibt festzuhalten, dass ein Einfluss von Airbnb und der Expedia Group auf die traditionellen Beherbergungsbetriebe wahrscheinlich ist, aber aufgrund der Datenlage nicht eindeutig nachweisbar ist. Dennoch sollte die Lage von kommunaler Seite überwacht werden, denn auch hier können sich aufgrund der zu erwartenden Wachstumszahlen die Folgen deutlich verstärken.

#### **5.2.4 Gesetze und Regularien**

Wie auch in anderen Bundesländern in Deutschland haben in Baden-Württemberg seit dem 19. Dezember 2013 Gemeinden und Städte die Möglichkeit, durch das Zweckentfremdungsverbotsgesetz (ZwEWG), den örtlichen Wohnraumangel zu bekämpfen. Es wird den Gemeinden die Wahl gelassen, durch eine Satzung ein Verbot der

---

Zweckentfremdung von Wohnraum festzulegen, wenn der Mangel an Wohnraum in absehbarer Zeit nicht durch andere Maßnahmen verringert werden kann (Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden Württemberg 2013, o.S.). Es wird insbesondere auf Groß- und Hochschulstädte hingewiesen, diese haben in der Regel einen ganz oder teilweise enger werdenden Wohnungsmarkt, der die Versorgung von Wohnraum für die Bevölkerung besonders gefährdet (Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden Württemberg 2013, o.S.). Nach dem ZwEWG liegt eine Zweckentfremdung in Baden-Württemberg vor: wenn eine für Wohnraum vorgesehene Immobilie länger als sechs Monate leer steht, abgerissen, überwiegend für gewerbliche Zwecke verwendet beziehungsweise überlassen wird oder so baulich verändert wird, dass sie nicht mehr als Wohnraum verwendbar ist (§ 2 Abs. 1 ZwEWG). Aber auch eine (vorübergehende) gewerblich veranlasste Nutzung für Zwecke der Fremdenbeherbergung wie Ferienwohnungen gilt als Zweckentfremdung (§ 2 Abs. 1 ZwEWG).

Aufgrund dieser Möglichkeit hat der Gemeinderat Tübingens am 4. Oktober 2016 die Satzung über das Verbot der Zweckentfremdung, die Zweckentfremdungsverbotssatzung (ZwEVS) von Wohnraum, beschlossen. Durch diese Satzung kann Wohnraum nur noch mit Genehmigung der Stadt zweckentfremdet werden (§ 4 Abs. 1 ZwEVS). Als Wohnraum gelten sämtliche Räume, die für dauerhafte Wohnzwecke geeignet sind und deshalb in ihrem Bestand zu schützen sind (§ 2 Abs. 1 ZwEVS). Jedoch ist laut der Tübinger Satzung die Zweckentfremdung von Wohnraum nur das Leerstellenlassen von Wohnraum, soweit dieser länger als sechs Monate andauert (§ 3 Abs. 1 S. 1 ZwEVS). Gewerbliche Nutzung von Wohnraum wird dabei nicht als Zweckentfremdung eingestuft und stellt daher keine Ordnungswidrigkeit da. Die Begründung dahinter ist: Der Leerstand sei der entscheidende Faktor für die Verschärfung des Wohnungsmangels und die Nutzung zu anderen Zwecken spiele hingegen nur eine untergeordnete Rolle (Universitätsstadt Tübingen 2016, b, S. 3). So seien auch für die Umwandlung von Wohnraum in Gewerberäumen oder Ferienwohnungen bislang keine aussagekräftigen Daten vorhanden, da die Zahl der bisher bekannt gewordenen Fälle bei dieser Art der zweckfremden Nutzung so gering ist, dass kein Erfordernis zu statistischer Analyse bestand und aus Sicht der Tübinger Verwaltung auch keine übermäßige zweckfremde Nutzung zu beobachten sei (Universitätsstadt Tübingen 2016b, S. 3f).

Gegen diese bewusste Auslassung in der Satzung wurde am 26. April 2018 von der Linken-Fraktion im Tübinger Gemeinderat ein Ergänzungsantrag zur Zweckentfremdungsverbotssatzung eingebracht (Antrag der Gemeindefraktion der Linken der Stadt Tübingen 2018, S. 1):

*„Wohnraum der zum Zwecke der wiederholten Vermietung als Ferienwohnung oder einer Fremdenbeherbergung, insbesondere einer gewerblichen Zimmervermietung oder der Einrichtung von Schlafstellen verwendet wird“ sei hinzuzufügen (Antrag der Gemeindefraktion der Linken der Stadt Tübingen 2018, S. 1).*

Doch laut Gerlinde Strasdeit liegt es an Bürgermeister Boris Palmer, dass die Satzung nicht erweitert wurde:

*„[...] da sagte der Herr Palmer, da ist viel zu wenig, da hat man keinen Überblick und ja, es war deutlich hörbar, dass er da nicht ran will an das Thema [...] es gibt aber auch keinen Aufschrei der anderen Fraktionen, weil sie es vielleicht nicht sinnvoll finden [...]“  
(Interview 2).*

Damit stellt das kurzfristige Vermieten von Wohnungen in Tübingen über Plattformen wie Airbnb zum heutigen Zeitpunkt keine Ordnungswidrigkeit dar.

Andere Abgaben wie eine Bettensteuer oder eine Kurtaxe sind in Tübingen für Beherbergungsbetriebe nicht vorgegeben (Interview 2; Interview 3).

---

## 6 Fazit und Handlungsempfehlungen

### Fazit

Ziel dieser Arbeit war es, herauszufinden, ob das Kurzzeitvermieten einer Wohneinheit über die Plattform Airbnb die Wohnsituation in Tübingen verschlechtert. Die klare Antwort lautet „Ja“, der Effekt ist in der Gesamtbetrachtung aber verschwindend gering.

Um den Einfluss Airbnbs zu verdeutlichen, musste dieser erstmal im Zusammenhang mit dem Wohnungsmarkt quantifiziert werden. Die Problematik dabei ist zum einen die unzureichende Datenlage, zum anderen aber auch der komplexe Wohnungsmarkt. Das Ergebnis der Berechnung ergab, dass im Gesamtraum der Stadt Tübingen nur eine sehr geringe Steigerung von 0,38 % bei den Marktpreisen festzuhalten ist. Der Wohnraum, der zweckentfremdet wurde, führt zwar zu einer weiteren Verschärfung der Wohnsituation, ist aber makroökonomisch kaum relevant. Im Zentrum Tübingens dagegen ist eine deutlichere Beeinflussung der Kaufpreise von 1,31 % festzustellen. Es bestätigt sich die Annahme, dass Airbnb- und Ferienunterkünfte vor allem Viertels-begrenzt in den zentralsten und teuersten Lagen auftreten.

Bei Betrachtung des Einflusses auf die Hotelbranche konnte dagegen zwar kein endgültiges empirisches Ergebnis erreicht werden, es bleibt aber zu vermuten, dass Airbnb hier einen deutlichen Einfluss auf die Hotelauslastung hat, aufgrund der mittelstarken- bis starken Korrelation von -0,75 zwischen der Zunahme der Airbnb- und Expedia Group Übernachtungen und der abnehmenden Hotelübernachtungen.

Beim Blick in die Zukunft darf bezweifelt werden, dass sich etwas an der Vormachtstellung Airbnbs in Tübingen ändern wird. Airbnb wird seine Monopolstellung aller Voraussicht nach nicht verlieren, sondern sogar noch steigern. So sagt auch der Interviewte Airbnb-Gastgeber:

*„[...] die Nachfrage ist auf Airbnb so groß, dass man eigentlich gar keine anderen Portale braucht“ (Interview 1).*

Aufgrund dessen werden sich entsprechende Effekte von Airbnb vergrößern. Daher sind die Schaffung und Durchsetzung von entsprechenden Gesetzen und Regularien zwingend nötig.

### Handlungsempfehlungen

Bei den hier aufgeführten Handlungsempfehlungen geht es besonders darum, einen fairen Wettbewerb im Unterkunftssektor zwischen den Sharing-Economy Anbietern und den traditionellen Anbietern zu gewährleisten. Es darf aber nicht vergessen werden, dass Airbnb

---

Probleme zwar verschärft, aber nicht die Ursache von diesen ist. Fang et al. (2016) begründet eventuelle Regularien so:

*„Therefore, the government should formulate appropriate policies for its regulation. However, given that sharing economy also has a negative side, the government must not simply allow its entry but also formulate policies that will allow its entry in stages to ensure that the society will be benefited.“ (Fang et al. 2016, S. 267).*

Eine Diskreditierung der Unternehmen wie Uber oder Airbnb aufgrund der regulatorisch- und steuerrechtlichen Fragen sollte nicht erfolgen (Heinrichs 2014, S. 17). Auch sollten Gesetze und Regulierungen immer im Zusammenhang zu den regionalen Gegebenheiten angepasst werden (BMW 2018, S. 131). Sonst könnte es passieren, dass Airbnb in den Regionen, in denen positive Effekte auf die lokale Wirtschaft festzuhalten sind, verdrängt wird. Vor allem schwach wirtschaftlich entwickelte Regionen profitieren von den Gästezahlen durch Airbnb. Um die genauen Verhältnisse vor Ort aufzuzeigen, müsste demnach eine genauere Datenlage verfügbar sein (Interview 3). Hier wären Kooperationen mit Airbnb erforderlich (Interview 5), wie beispielsweise in Hamburg, wo nur noch Unterkünfte inseriert werden, die eine Registrierungsnummer oder Genehmigung von der Stadtverwaltung haben (Airbnb 2019, b, o.S.).

Wegen der andauernden Wachstumsdynamik von Airbnb in Tübingen sollten die beschriebenen Maßnahmen und Regulierungen auch in Tübingen geschaffen und durchgesetzt werden. Die Begründung der Verwaltung, die Thematik innerhalb der Stadt Tübingen, aufgrund des Personalaufwands nicht weiter zu verfolgen (Interview 2), ist zukünftig nicht mehr gegeben. Vor allem, wenn schon die Beauftragten für Wohnraum in Tübingen die Problemlage selbst anerkennen und zu bedenken geben:

*„Im Moment haben wir schon das Gefühl, dass tatsächlich ein Problem entsteht [...]“  
(Interview 3).*

Es stimmt, dass Leerstand das dringlichere Problem in Tübingen darstellt. So berichtete das Schwäbische Tagblatt 2016 von 156 leerstehenden Häusern, leerstehende einzelne Wohneinheiten nicht mitgezählt (Rekittke 2016, o.S.). Der Wohnraumentzug von Airbnb und der Expedia Group mit 102 Wohneinheiten erscheint da gering, trotzdem ist die Wirkung Airbnbs auf dem Wohnungs- und Hotelmarkt in Tübingen nicht zu verkennen und sollte zukünftig dementsprechend regulatorisch angegangen werden.

Die beschriebenen Effekte in dieser Arbeit werden sich durch das zu erwartende Wachstum ebenso in negativer als auch in positiver Hinsicht weiter verstärken. Für nachfolgende

Der Einfluss von Airbnb auf den Wohnungs-  
und Hotelmarkt der Universitätsstadt Tübingen,

*Forschungsbereich Geographie*

---

Forschungsarbeiten in diesem Themengebiet benötigt es daher unabhängige, genauere und in größerem Umfang vorhandene Datensätze.

## Literaturverzeichnis

- Airbnb. (o.J., a). Buche einzigartige Unterkünfte und Aktivitäten, Airbnb.  
<https://www.airbnb.de/>. Zugegriffen: 18. Januar 2020.
- Airbnb. (o.J., b). Kurzinfos, Airbnb. <https://news.airbnb.com/de/fast-facts/>. Zugegriffen:  
11. Januar 2020.
- Airbnb. (o.J., c). Occupancy tax collection and remittance by Airbnb in Germany, Airbnb.  
<https://www.airbnb.de/help/article/2285/occupancy-tax-collection-and-remittance-by-airbnb-in-germany>. Zugegriffen: 17. Dezember 2019.
- Airbnb. (o.J., d). Profil Anbieter 1, Airbnb <https://www.airbnb.de/users/22674334/listings>.  
Zugegriffen: 6. Februar 2020.
- Airbnb. (o.J., e). Verantwortungsvolles Gastgeber in Deutschland, Airbnb.  
<https://www.airbnb.de/help/article/1391/verantwortungsvolles-gastgeben-in-deutschland>.  
Zugegriffen: 17. Dezember 2019.
- Airbnb. (o.J., f). Warum Gastgeber?, Airbnb. <https://www.airbnb.de/host/homes>. Zugegriffen:  
11. Dezember 2019.
- Airbnb. (o.J., g). Was ist Airbnb for Work?, Airbnb  
<https://www.airbnb.de/help/article/927/was-ist-airbnb-for-work>. Zugegriffen:  
19. Januar 2020.
- Airbnb. (o.J., h). Was ist die Airbnb-Servicegebühr?, Airbnb.  
<https://www.airbnb.de/help/article/1857/was-ist-die-airbnbservicegeb%C3%BChr>.  
Zugegriffen: 14. Dezember 2019.
- Airbnb. (o.J., i). Was sagt die Art eines Zimmers über ein Inserat aus?, Airbnb.  
[https://www.airbnb.de/help/article/5/was-sagt-die-art-eines-zimmers-%C3%BCber-ein-inserat-aus?\\_set\\_beve\\_on\\_new\\_domain=1560939512\\_j57FDOwuW6%2FqANkG](https://www.airbnb.de/help/article/5/was-sagt-die-art-eines-zimmers-%C3%BCber-ein-inserat-aus?_set_beve_on_new_domain=1560939512_j57FDOwuW6%2FqANkG).  
Zugegriffen: 18. Dezember 2019.
- Airbnb. (o.J., j). Wie funktioniert die Einziehung und Weitergabe von Belegungssteuern durch Airbnb?, Airbnb. <https://www.airbnb.de/help/article/1036/wie-funktioniert-die-einziehung-und-weitergabe-von-belegungssteuern-durch-airbnb>. Zugegriffen: 17. Dezember 2019.

- 
- Airbnb. (2014). Der wirtschaftliche Einfluss von Home Sharing in Städten rund um die Welt, Airbnb. <https://www.airbnb.de/economic-impact>. Zugegriffen: 22. Februar 2020.
- Airbnb. (2017, 10. Mai). Airbnb verzeichnet 100.000 Unterkünfte in Deutschland, Airbnb. <https://news.airbnb.com/de/airbnb-verzeichnet-100-000-unterkunfte-in-deutschland/>. Zugegriffen: 7. Februar 2020.
- Airbnb. (2018, 26. Oktober). Entdeckungen auf Erfolgskurs in Deutschland, Airbnb. <https://news.airbnb.com/de/entdeckungen-auf-erfolgskurs-in-deutschland/>. Zugegriffen: 13. Januar 2020.
- Airbnb. (2019, 08. Juli, a). Airbnb-Analyse: Lokale Wirtschaft profitiert vom Reisen auf Airbnb, Airbnb. <https://news.airbnb.com/de/airbnb-analyse-lokale-wirtschaft-profitiert-vom-reisen-auf-airbnb/>. Zugegriffen: 15. Januar 2020.
- Airbnb. (2019, 01. April, b). Integration des Hamburger Registrierungssystems bei Airbnb, Airbnb. <https://news.airbnb.com/de/integration-des-hamburger-registrierungssystems-bei-airbnb/>. Zugegriffen: 18. Februar 2020.
- Airbnb. (2019, 18. April, c). Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Plus-Programm von Airbnb, Airbnb. <https://www.airbnb.de/help/article/2195/allgemeine-gesch%C3%A4ftsbedingungen-f%C3%BCr-das-plusprogramm-von-airbnb>. Zugegriffen: 9. Februar 2020.
- Airdna. (2020). Landkreis Tübingen, Airdna. <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/de/baden-wuerttemberg/landkreis-tubingen/overview>. Zugegriffen: 13. Februar 2020.
- Andreotti, A., Anselmi, G., Eichhorn, T., Hoffmann, C. P., Jürss, S. & Micheli, M. (Oktober 2017). *European Perspectives on Participation in the Sharing Economy. Report from the EU H2020 Research Project Ps2Share: Participation, Privacy, and Power in the Sharing Economy.*: European Commission. <https://www.bi.edu/globalassets/forskning/h2020/participation-working-paper-final-version-for-web.pdf>.
- Antrag der Gemeindefraktion der Linken der Stadt Tübingen. (2018, 26. April). *Zweckentfremdung von Wohnraum* (Vorlage 516/2018). [https://www.tuebingen.de/gemeinderat/vo0050.php?\\_\\_kvonr=12573](https://www.tuebingen.de/gemeinderat/vo0050.php?__kvonr=12573). Zugegriffen: 23. Januar 2020.

Der Einfluss von Airbnb auf den Wohnungs-  
und Hotelmarkt der Universitätsstadt Tübingen,

Forschungsbereich Geographie

---

Bardhi, F. & Eckhardt, G. M. (2012). Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing: Table 1. *Journal of Consumer Research* 39 (4), 881–898.

Baur, N. & Blasius, J. (Hrsg.). (2019). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2. Auflage). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research* 36 (5), 715–734.

Bendel, O. (2019, 07. Januar). Sharing Economy, Gabler Wirtschaftslexikon.  
<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/sharing-economy-53876/version-368822>.  
Zugegriffen: 27. Februar 2020.

GewStG. BMJV - Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (1936).  
Gewerbesteuergesetz.

BMWi - Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. (Juli 2018). *Sharing Economy im Wirtschaftsraum Deutschland*, Berlin.  
[https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/sharing-economy-im-wirtschaftsraum-deutschland.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/sharing-economy-im-wirtschaftsraum-deutschland.pdf?__blob=publicationFile&v=3).

boerse.ARD.de. (2019, 19. September). Airbnb knackt Milliarden-Umsatz im Quartal, boerse.ARD.de. <https://boerse.ard.de/aktien/airbnb-knackt-milliarden-umsatz-im-quartal100.html>. Zugegriffen: 19. Januar 2020.

Bogner, A., Littig, B. & Menz, W. (2014). *Experteninterviews. Eine Einführung in Theorie und Praxis einer Forschungsmethode* (Qualitative Sozialforschung). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Booking.com. (o.J.). Suchleiste, Booking.com. <https://www.booking.com/>. Zugegriffen: 19. Februar 2020.

Botsman, R. & Rogers, R. (2011). *What's mine is yours. The rise of collaborative consumption*. London: Collins.

Brühn, T. & Götz, G. (2014). Die Markteintritte von Uber und Airbnb: Wettbewerbsgefährdung oder Effizienzsteigerung? *ifo-Schnelldienst* 67 (21), 3–5.

Choi, K.-H., Jung, J., Kim, S.-D., Ryu, S. & Yoon, S.-M. (2015). The Relationship between Airbnb and the Hotel Revenue: In the Case of Korea. *Indian Journal of Science and Technology* 8 (26), 1–8.

CouchSurfing. (o.J.). Share your life, CouchSurfing.  
<https://www.couchsurfing.com/about/about-us/>. Zugegriffen: 19. Dezember 2019.

- 
- Cox, M. (o.J.). How is Airbnb really being used in and affecting the neighbourhoods of your city?, Inside Airbnb. <http://insideairbnb.com/index.html>. Zugegriffen: 23. Dezember 2019.
- Deiters-Schwedt, A. & Baba, L. (Juli 2019). *Airbnb im Kontext zentraler quantitativer Einflussfaktoren auf regionale Wohnungsmärkte*. Berlin: empirica. [https://www.empirica-institut.de/fileadmin/Redaktion/Publikationen\\_Referenzen/PDFs/20190806\\_empirica-Studie-Einflussfaktoren-Wohnungsmarkt.pdf](https://www.empirica-institut.de/fileadmin/Redaktion/Publikationen_Referenzen/PDFs/20190806_empirica-Studie-Einflussfaktoren-Wohnungsmarkt.pdf).
- DeLong, J. B. & Summers, L. H. (2001). The 'New Economy': Background, Historical Perspective, Questions, and Speculations. *Economic Review* 86 (4), 29–59.
- Demary, V. (2015). Mehr als das Teilen unter Freunden - Was die Sharing Economy ausmacht. *Wirtschaftsdienst* 95 (2), 95–98.
- Demary, V. & Engels, B. (2016). *Collaborative Business Models and Efficiency. Potential Efficiency Gains in the European Union* (Impulse Paper No. 07). Köln.
- Demary, V., Engels, B. & Rusche, C. (2016, 15. Dezember). *Qualitative und quantitative Auswirkungen der Sharing Economy in Nordrhein-Westfalen*. Köln: Institut der deutschen Wirtschaft Köln. [https://csr.nrw.de/fileadmin/Medien/Dokumente/MWEIMH\\_Sharing-Economy-in-NRW.pdf](https://csr.nrw.de/fileadmin/Medien/Dokumente/MWEIMH_Sharing-Economy-in-NRW.pdf).
- Deschermeier, P., Henger, R., Seipelt, B. & Voigtländer, M. (2017). Wohnungsmangel in den Städten, Leerstand auf dem Land. *IW-Kurzberichte* 44/2017.
- Deutsche Bundesbank. (2019). *Indikatorensystem zum Wohnimmobilienmarkt. Wohnungsmieten in Deutschland. Preisindikatoren*, Frankfurt am Main. <https://www.bundesbank.de/resource/blob/615188/f6cdc54beca02c949fc5634fe354c698/mL/indikatorensystem-zum-deutschen-wohnungsmarkt-data.pdf>.
- Dobusch, L. (2017). Jenseits von Hype und Ernüchterung: Zwei Gesichter der „Sharing Economy“. In C. Kappes, J. Krone & L. Novy (Hrsg.), *Medienwandel kompakt 2014–2016* (S. 347–351). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Drewello, H., Kupferschmidt, F. & Sievering, O. (2018). *Markt und Staat. Eine anwendungsorientierte Einführung in die allgemeine Volkswirtschaftslehre*: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Eckhardt, G. M. & Bardhi, F. (2015, 28. Januar). The Sharing Economy Isn't About Sharing at All. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>. Zugegriffen: 20. Januar 2020.

- 
- Eichhorst, W. & Spermann, A. (2016). Sharing Economy: Mehr Chancen als Risiken? *Wirtschaftsdienst* 96 (6), 433–439.
- EStG. BMJV - Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (1934). Einkommensteuergesetz.
- EStR. R 21.2. BMF. (2012). Einnahmen und Werbungskosten.
- Expedia Group. (2019). Global Network of Brands, Expedia Group.  
<https://www.expediagroup.com/expedia-brands/>. Zugegriffen: 4. Februar 2020.
- Fang, B., Ye, Q. & Law, R. (2016). Effect of sharing economy on tourism industry employment. *Annals of Tourism Research* 57, 264–267.
- Foodsharing. (o.J.). foodsharing rettet Lebensmittel!, Foodsharing. <https://foodsharing.de/>.  
Zugegriffen: 11. Februar 2020.
- Frankfurter Allgemeine. (2016, 18. November). Airbnb will zum Reiseveranstalter werden.  
<https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/zimmervermittler-airbnb-will-mit-trips-zum-reiseveranstalter-werden-14533299.html>. Zugegriffen: 22. Februar 2020.
- Franklin, J. & Sen, A. (2019, 3. Oktober). Exclusive: Morgan Stanley, Goldman Sachs poised to lead Airbnb's listing - sources. *Reuters*. <https://www.reuters.com/article/us-airbnb-listing-exclusive/exclusive-morgan-stanley-goldman-sachs-poised-to-lead-airbnbs-listing-sources-idUSKBN1WH2JM>. Zugegriffen: 28. Februar 2020.
- GEWOS. (April 2012). *Indikatorensystem zur kleinräumigen Wohnungsmarktanalyse*, Berlin.  
<http://berlinappell.blogspot.de/images/GewosGutachtenWeb.pdf>.
- GewStG. BMJV - Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (1936). Gewerbesteuer-gesetz.
- Google. (o.J.). Google Trends. Sharing Economy, Google.  
<https://trends.google.de/trends/explore?date=all&geo=DE&q=%2Fm%2F0vzt9zc>.  
Zugegriffen: 19. Januar 2020.
- Gordo, L. R., Grabka, M. M., Lozano Alcántara, A., Engstler, H. & Vogel, C. (2019). Immer mehr ältere Haushalte sind von steigenden Wohnkosten schwer belastet. *DIW-Wochenbericht* 86 (27), 467–476.
- Güntert, A. (2017, 11. Oktober). Migros ist ein heimlicher Multi auf Airbnb. *Handelszeitung*.  
<https://www.handelszeitung.ch/unternehmen/migros-ist-ein-heimlicher-multi-auf-airbnb-1500249>. Zugegriffen: 16. Dezember 2019.

- 
- Häder, M. (2019). *Empirische Sozialforschung. Eine Einführung* (4. Auflage). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Han, B.-C. (2014, 3. September). Warum heute keine Revolution möglich ist. *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/politik/neoliberales-herrschaftssystem-warum-heute-keine-revolution-moeglich-ist-1.2110256>. Zugegriffen: 15. Januar 2020.
- Haucap, J. (2015). Die Chancen der Sharing Economy und ihre möglichen Risiken und Nebenwirkungen. *Wirtschaftsdienst* 95 (2), 91–95.
- Heinrichs, H. (2014). Sharing Economy: Potenzial für eine nachhaltige Wirtschaft. *ifo-Schnelldienst* 67 (21), 15–17.
- Heinrichs, H. & Grunenberg, H. (2012). *Sharing Economy. Auf dem Weg in eine neue Konsumkultur?* Lüneburg: Centre for Sustainability Management.
- Helfferich, C. (2019). Leitfaden- und Experteninterviews. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2. Auflage, S. 669–686). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Hin, M. & Ehrhardt, C. (2019). Reiseland Baden-Württemberg: 2018 erneut Rekordergebnisse bei den Gäste- und Übernachtungszahlen. *Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg* 5/2019, 32–36.
- HmbWoSchG. Der Senat Hamburgs. (1982). Gesetz über den Schutz und die Erhaltung von Wohnraum.
- Hoffman, M. (2013, 4. Februar). Deins, meins - egal. *manager magazin*. <https://www.manager-magazin.de/lifestyle/artikel/a-880972.html>. Zugegriffen: 15. Januar 2020.
- HolidayCheck. (o.J.). Suchleiste, HolidayCheck. <https://www.holidaycheck.de/>. Zugegriffen: 19. Februar 2020.
- HomeAway. (o.J., a). Was bedeutet HomeAway?, HomeAway. [https://www.homeaway.at/info/ueberuns/?icid=IL\\_homepage\\_LOTH\\_O\\_Text\\_hp\\_LOTH\\_ueberuns](https://www.homeaway.at/info/ueberuns/?icid=IL_homepage_LOTH_O_Text_hp_LOTH_ueberuns). Zugegriffen: 27. Februar 2020.
- HomeAway. (o.J., b). Welche Objektarten kann ich bewerben, HomeAway. <https://hilfe.homeaway.at/articles/Welche-Arten-von-Unterkuenften-kann-ich-inserieren>. Zugegriffen: 22. Februar 2020.

Der Einfluss von Airbnb auf den Wohnungs-  
und Hotelmarkt der Universitätsstadt Tübingen,

Forschungsbereich Geographie

---

Hotels.com. (März 2013). *The Hotel Price Index. Überblick über die allgemeinen Hotelpreise: Januar - Dezember 2012*. [https://de.hotels.com/hotel-price-index/files/HPI\\_DE\\_final.pdf](https://de.hotels.com/hotel-price-index/files/HPI_DE_final.pdf).

ImmobilienScout24. (2020, a). Kaufpreisentwicklung für Häuser. Tübingen, ImmobilienScout24. [https://atlas.immobilienscout24.de/orte/deutschland/baden-wuerttemberg/t%C3%BCbingen-kreis/t%C3%BCbingen?marketingFocus=HOUSE\\_BUY&cmp\\_name=residential\\_atlas&cmp\\_position=residential\\_expose&cmp\\_id=10-04320#/preisentwicklung](https://atlas.immobilienscout24.de/orte/deutschland/baden-wuerttemberg/t%C3%BCbingen-kreis/t%C3%BCbingen?marketingFocus=HOUSE_BUY&cmp_name=residential_atlas&cmp_position=residential_expose&cmp_id=10-04320#/preisentwicklung). Zugegriffen: 7. Juli 2020.

ImmobilienScout24. (2020, b). Kaufpreisentwicklung für Wohnungen. Tübingen, ImmobilienScout24. [https://atlas.immobilienscout24.de/orte/deutschland/baden-wuerttemberg/t%C3%BCbingen-kreis/t%C3%BCbingen?marketingFocus=APARTMENT\\_BUY&cmp\\_name=residential\\_atlas&cmp\\_position=residential\\_expose&cmp\\_id=10-04320#/preisentwicklung](https://atlas.immobilienscout24.de/orte/deutschland/baden-wuerttemberg/t%C3%BCbingen-kreis/t%C3%BCbingen?marketingFocus=APARTMENT_BUY&cmp_name=residential_atlas&cmp_position=residential_expose&cmp_id=10-04320#/preisentwicklung). Zugegriffen: 7. Februar 2020.

ImmobilienScout24. (2020, c). Mietpreisentwicklung für Häuser. Tübingen, ImmobilienScout24. [https://atlas.immobilienscout24.de/orte/deutschland/baden-wuerttemberg/t%C3%BCbingen-kreis/t%C3%BCbingen?marketingFocus=HOUSE\\_RENT&cmp\\_name=residential\\_atlas&cmp\\_position=residential\\_expose&cmp\\_id=10-04320#/preisentwicklung](https://atlas.immobilienscout24.de/orte/deutschland/baden-wuerttemberg/t%C3%BCbingen-kreis/t%C3%BCbingen?marketingFocus=HOUSE_RENT&cmp_name=residential_atlas&cmp_position=residential_expose&cmp_id=10-04320#/preisentwicklung). Zugegriffen: 7. Juli 2020.

ImmobilienScout24. (2020, d). Mietpreisentwicklung für Wohnungen. Tübingen, ImmobilienScout24. [https://atlas.immobilienscout24.de/orte/deutschland/baden-wuerttemberg/t%C3%BCbingen-kreis/t%C3%BCbingen?marketingFocus=APARTMENT\\_RENT&cmp\\_name=residential\\_atlas&cmp\\_position=residential\\_expose&cmp\\_id=10-04320#/preisentwicklung](https://atlas.immobilienscout24.de/orte/deutschland/baden-wuerttemberg/t%C3%BCbingen-kreis/t%C3%BCbingen?marketingFocus=APARTMENT_RENT&cmp_name=residential_atlas&cmp_position=residential_expose&cmp_id=10-04320#/preisentwicklung). Zugegriffen: 7. Februar 2020.

Kallus, K. W. (2016). *Erstellung von Fragebogen* (UTB, Bd. 4465, 2. aktualisierte und überarbeitete Auflage). Wien: Facultas.

Kappes, C., Krone, J. & Novy, L. (Hrsg.). (2017). *Medienwandel kompakt 2014-2016*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Kindel, H., Kobbe, P. C., Mertens, A. & Munzinger, U. (2015). Erfordert die Sharing Economy neue Mechanismen der Markenführung? *Marketing Review St. Gallen* 32 (4), 54–63.

- 
- Klaffke, M. (Hrsg.). (2014). *Generationen-Management. Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Klaffke, M. (2014). Millennials und Generation Z - Charakteristika der nachrückenden Arbeitnehmer-Generationen. In M. Klaffke (Hrsg.), *Generationen-Management. Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze* (S. 57–82). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Kloepfer, I. (2018, 28. April). Die Welt geht auf Reisen. *Frankfurter Allgemeine*.  
<https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/hotelmkt-waechst-trotz-airbnb-immer-weiter-15553811.html>. Zugegriffen: 9. Februar 2020.
- Kotowski, T. (2019, 6. August). Hat Airbnb den Wohnungsmarkt entlastet? Plattform verteidigt sich. *Frankfurter Allgemeine*.  
<https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/airbnb-hat-laut-studie-wohnungsmarkt-entlastet-16320999.html>. Zugegriffen: 19. Februar 2020.
- Kuckartz, U. (2010). *Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten* (3. aktualisierte Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Kurz, C. (2014, 9. Oktober). Weg mit euch, wir sind besser. *Frankfurter Allgemeine*.  
<https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/aus-dem-maschinenraum/digital-gesteuerte-dienstleister-weg-mit-euch-wir-sind-besser-13191700.html>. Zugegriffen: 28. Februar 2020.
- Lamnek, S. & Krell, C. (2016). *Qualitative Sozialforschung* (Ciando library, 6. vollständig überarbeitete Auflage). Weinheim: Beltz.
- Lobo, S. (2014, 3. September). Auf dem Weg in die Dumpinghölle. *Spiegel*.  
<https://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/sascha-lobo-sharing-economy-wie-bei-uber-ist-plattform-kapitalismus-a-989584.html>. Zugegriffen: 15. Januar 2020.
- Loske, R. (2014). Politische Gestaltungsbedarfe in der Ökonomie des Teilens: Eine Betrachtung aus sozial-ökologischer Perspektive. *ifo-Schnelldienst* 67 (21), 21–23.
- Ludmann, S. (März 2018). *Ökologie des Teilens. Bilanzierung der Umweltwirkungen des Peer-to-Peer Sharing*. PeerSharing Arbeitsbericht 8, Heidelberg. [https://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user\\_upload/Dateien/Oekologie\\_des\\_Teilens\\_Arbeitspapier\\_8\\_.pdf](https://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user_upload/Dateien/Oekologie_des_Teilens_Arbeitspapier_8_.pdf).
- Markgraf, D. (2018, 16. Februar). Prosumer, Gabler Wirtschaftslexikon.  
<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/prosumer-42486/version-265834>.  
Zugegriffen: 20. Februar 2020.

- 
- Mayer, H. O. (2013). *Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung* (6. Auflage). München: De Gruyter.
- Mayer, V. (2015, 7. August). Wie Airbnb die Städte verändert. *Süddeutsche Zeitung*.  
<https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/kommentar-zweckentfremdet-1.2597771>.  
Zugegriffen: 9. Februar 2020.
- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden Württemberg. (2013).  
Bekämpfung von örtlichem Wohnraumangel, Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und  
Wohnungsbau Baden Württemberg. [https://wm.baden-  
wuerttemberg.de/de/bauen/wohnungsbau/zweckentfremdungsverbot/](https://wm.baden-wuerttemberg.de/de/bauen/wohnungsbau/zweckentfremdungsverbot/). Zugegriffen:  
4. Dezember 2019.
- Misoch, S. (2019). *Qualitative Interviews* (De Gruyter Studium, 2. erweiterte Auflage). Berlin:  
De Gruyter Oldenbourg.
- Möbert, J. (Januar 2018). *Deutscher Häuser- und Wohnungsmarkt 2018. Ausblick auf Preise  
und Mieten in den Städten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München und  
Stuttgart*. Deutsche Bank. [https://www.deutsche-  
bank.de/dam/deutschebank/de/shared/pdf/Deutschland-Monitor\\_Deutscher\\_Haeuser-  
\\_und\\_Wohnungsmarkt\\_2018.pdf](https://www.deutsche-bank.de/dam/deutschebank/de/shared/pdf/Deutschland-Monitor_Deutscher_Haeuser-_und_Wohnungsmarkt_2018.pdf).
- Oberhuber, N. (2016, 19. Juni). Gutes Teilen, schlechtes Teilen. *Zeit Online*.  
[https://www.zeit.de/wirtschaft/2016-07/sharing-economy-teilen-tauschen-airbnb-uber-  
trend](https://www.zeit.de/wirtschaft/2016-07/sharing-economy-teilen-tauschen-airbnb-uber-trend). Zugegriffen: 11. Januar 2020.
- Oberst, C. & Voigtländer, M. (2018). *IW-Studentenwohnpreisindex 2018. Mietpreisunterschiede zwischen Hochschulstandorten weiten sich* (IW-Report, 36/18).  
Köln.
- OECD. (2017). *OECD digital economy outlook 2017*. Paris: OECD Publishing.
- Paech, N. (2015). „Die Sharing Economy – ein Konzept zur Überwindung von  
Wachstumsgrenzen? *Wirtschaftsdienst* 95 (2), 102–105.
- Payk, B. (2010). Entwicklung der Wohnflächenversorgung in den Städten und Gemeinden  
Baden-Württembergs. *Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg* 1/2010, 10–14.
- Peter, E. (2018, 16. März). Enteignet Airbnb! *taz*. [https://taz.de/Illegale-  
Ferienwohnungen/!5489229/](https://taz.de/Illegale-Ferienwohnungen/!5489229/). Zugegriffen: 13. Dezember 2019.

- 
- PR Newswire. (2017). New Analytics Product Helps Airbnb Hosts Compete with Hotels, PR Newswire. <https://www.prnewswire.com/news-releases/new-analytics-product-helps-airbnb-hosts-compete-with-hotels-300503477.html>. Zugegriffen: 31. Dezember 2019.
- PricewaterhouseCoopers. (2015). *Share Economy - Repräsentative Bevölkerungsbefragung 2015*. <https://www.pwc.de/de/digitale-transformation/assets/pwc-bevoelkerungsbefragung-share-economy.pdf>
- Puschmann, T. & Alt, R. (2016). Sharing Economy. *Business & Information Systems Engineering* 58 (1), 93–99.
- Raab-Steiner, E. & Benesch, M. (2018). *Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung* (UTB, Bd. 8406, 5. aktualisierte und überarbeitete Auflage). Wien: Facultas.
- Rädiker, S. & Kuckartz, U. (2019). *Analyse qualitativer Daten mit MAXQDA*: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Reiche, L. (2019, 3. Oktober). Airbnb strebt Direct Listing an. *manager magazin*. <https://www.manager-magazin.de/finanzen/boerse/airbnb-direct-listing-geplant-bewertung-soll-bei-46-milliarden-liegen-a-1289852.html#ref=rss>. Zugegriffen: 28. Dezember 2019.
- Rekittke, V. (2016, 22. Juni). Wohnungsnot in Tübingen: 156 Häuser stehen leer. *Schwäbisches Tagblatt*. <https://www.tagblatt.de/Nachrichten/Wohnungsnot-in-Tuebingen-156-Haeuser-stehen-leer-292727.html>. Zugegriffen: 4. Dezember 2019.
- Rifkin, J. (2007). *Access. Das Verschwinden des Eigentums: warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden* (3. erweiterte Auflage). Frankfurt am Main: Campus-Verlag.
- Rifkin, J. (2014). *Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft. Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus*. Frankfurt am Main: Campus Frankfurt / New York.
- Schlenk, C., Penke, M. & Scherkamp, H. (2018, 27. September). Wimdu macht dicht - und entlässt mehr als 100 Mitarbeiter. *Gründerszene*. <https://www.gruenderszene.de/business/wimdu-macht-dicht-und-entlaesst-mehr-100-mitarbeiter>. Zugegriffen: 27. Februar 2020.
- Schlenker, D. (2014). Uber und die (angebliche) Revolution auf dem Beförderungsmarkt – Sharing Economy oder ungehemmte Profitgier? *ifo-Schnelldienst* 67 (21), 18–20.

- 
- Scholl, G., Behrendt, S., Flick, C., Gossen, M., Henseling, C. & Richter, L. (September 2015). *Peer-to-Peer Sharing. Definition und Bestandsaufnahme*. PeerSharing Arbeitsbericht 1, Berlin. [https://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user\\_upload/Dateien/PeerSharing\\_Ergebnispapier.pdf](https://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user_upload/Dateien/PeerSharing_Ergebnispapier.pdf).
- Schönfeld, M. von. (2018). *Screen Scraping und Informationsfreiheit* (Schriften zum geistigen Eigentum und zum Wettbewerbsrecht, Bd. 101). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Schor, J. (2016). Debating the Sharing Economy. *Journal of Self-Governance and Management Economics* 4 (3), 7–22.
- Schreil, J. (2018, 12. Oktober). Zum beginnenden Wintersemester ist der Tübinger Wohnungsmarkt wieder angespannt. *Schwäbisches Tagblatt*. <https://www.tagblatt.de/Nachrichten/Zum-beginnenden-Wintersemester-ist-der-Tuebinger-Wohnungsmarkt-wieder-angespannt-389735.html>. Zugegriffen: 22. Dezember 2019.
- Schwalbe, U. (2014). Uber und Airbnb: Zur Mikroökonomik der »Sharing Economy«. *ifo-Schnelldienst* 67 (21), 12–15.
- SEC - United States Securities and Exchange Commission. (2019, 13. Februar). *Hilton Worldwide Holdings*. Annual Report pursuant to Section 13 oder 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934 for the fiscal year ended December 31, 2018, Washington D.C. <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1585689/000158568919000034/q42018hwh10-k.htm>. Zugegriffen: 6. Januar 2020.
- Shatford, S. (2017, 03. August). MarketMinder – Empowering the Sophisticated Airbnb Entrepreneur, Airdna. <https://www.airdna.co/blog/marketminder-rental-analytics>. Zugegriffen: 11. Dezember 2019
- Shatford, S. (2019, 04. März). The Short-Term Rental Market Is Evolving. So is AirDNA., Airdna. <https://www.airdna.co/blog/short-term-rental-market-evolving-homeaway>. Zugegriffen: 11. Dezember 2019.
- Simons, H., Weiden, L., Braun, R., Thomschke, L., McGownd, E. & Hamm, H. (August 2017). *Herausforderungen und Perspektiven für den deutschen Wohnungsmarkt*. Berlin: empirica. <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Studien-und-Materialien/Herausforderungen-und-Perspektiven-f%C3%BCr-den-deutschen-Wohnungsmarkt.pdf>.

Der Einfluss von Airbnb auf den Wohnungs-  
und Hotelmarkt der Universitätsstadt Tübingen,

Forschungsbereich Geographie

---

Skowronnek, A., Vogel, L. & Parnow, J. (2015). Airbnb vs. Berlin. <http://airbnbvsberlin.de/>.

Zugegriffen: 1. Dezember 2019.

Slee, T. (2016). *Deins ist Meins. Die unbequemen Wahrheiten der Sharing Economy*.

München: Verlag Antje Kunstmann.

Srnicek, N. (2016). *Platform capitalism (Theory redux)*. Cambridge, UK: Polity Press.

Stampfl, N. S. (2016). Arbeiten in der Sharing Economy: Die „Uberisierung“ der Arbeitswelt?

*Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung* 85 (3), 37–49.

Statistisches Bundesamt. (April 2019, a). *Leben in Europa (EU-SILC) - Einkommen und Lebensbedingungen in Deutschland und der Europäischen Union. Fachserie 15 Reihe 3 - 2017*. [https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Lebensbedingungen-Armutsgefaehrdung/Publikationen/Downloads-Lebensbedingungen/einkommen-lebensbedingungen-2150300177004.pdf?__blob=publicationFile)

[Lebensbedingungen/Lebensbedingungen-Armutsgefaehrdung/Publikationen/Downloads-Lebensbedingungen/einkommen-lebensbedingungen-2150300177004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Lebensbedingungen-Armutsgefaehrdung/Publikationen/Downloads-Lebensbedingungen/einkommen-lebensbedingungen-2150300177004.pdf?__blob=publicationFile).

Statistisches Bundesamt. (2019, 31. Juli, b). *Gebäude und Wohnungen. Bestand an*

*Wohnungen und Wohngebäuden Bauabgang von Wohnungen und Wohngebäuden*

*Lange Reihen ab 1969 - 2018*. [https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Wohnen/Publikationen/Downloads-Wohnen/fortschreibung-wohnungsbestand-pdf-5312301.pdf?__blob=publicationFile)

[Umwelt/Wohnen/Publikationen/Downloads-Wohnen/fortschreibung-wohnungsbestand-pdf-5312301.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Wohnen/Publikationen/Downloads-Wohnen/fortschreibung-wohnungsbestand-pdf-5312301.pdf?__blob=publicationFile).

Statistisches Bundesamt. (2020). *Wohnkosten: Knapp 13 % der Bevölkerung fühlen sich*

*belastet*. [https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Wohnen/eu-silc-](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Wohnen/eu-silc-armut.html)

[armut.html](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Wohnen/eu-silc-armut.html). Zugegriffen: 26. Februar 2020.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. (2018). *Studierende an Hochschulen nach*

*Geschlecht und Nationalität. Universitätsstadt Tübingen*. [https://www.statistik-](https://www.statistik-bw.de/BildungKultur/Hochschulen/13042200.tab?R=HG416041)

[bw.de/BildungKultur/Hochschulen/13042200.tab?R=HG416041](https://www.statistik-bw.de/BildungKultur/Hochschulen/13042200.tab?R=HG416041). Zugegriffen:

7. Februar 2020.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. (2019, a). *Beherbergung im Reiseverkehr*

*nach Betriebsarten. Landkreis Tübingen*. [https://www.statistik-](https://www.statistik-bw.de/TourismGastgew/Tourismus/08063000.tab?R=KR416)

[bw.de/TourismGastgew/Tourismus/08063000.tab?R=KR416](https://www.statistik-bw.de/TourismGastgew/Tourismus/08063000.tab?R=KR416). Zugegriffen:

17. Januar 2020.

---

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. (2019, b). *Beherbergung im Reiseverkehr seit 1984. Landkreis Tübingen*. [https://www.statistik-](https://www.statistik-bw.de/TourismGastgew/Tourismus/08065012.tab?R=KR416)

[bw.de/TourismGastgew/Tourismus/08065012.tab?R=KR416](https://www.statistik-bw.de/TourismGastgew/Tourismus/08065012.tab?R=KR416). Zugegriffen:  
17. Januar 2020.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. (2019, c). *Beherbergung im Reiseverkehr seit 1984. Universitätsstadt Tübingen*. [https://www.statistik-](https://www.statistik-bw.de/TourismGastgew/Tourismus/08065012.tab?R=GS416041)

[bw.de/TourismGastgew/Tourismus/08065012.tab?R=GS416041](https://www.statistik-bw.de/TourismGastgew/Tourismus/08065012.tab?R=GS416041). Zugegriffen:  
29. Januar 2020.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. (2019, d). *Bevölkerung, Gebiet und Bevölkerungsdichte. Universitätsstadt Tübingen*. [https://www.statistik-](https://www.statistik-bw.de/BevoelkGebiet/Bevoelkerung/01515020.tab?R=GS416041)

[bw.de/BevoelkGebiet/Bevoelkerung/01515020.tab?R=GS416041](https://www.statistik-bw.de/BevoelkGebiet/Bevoelkerung/01515020.tab?R=GS416041). Zugegriffen:  
17. Februar 2020.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. (2019, e). *Gebäude, Wohnungen und Belegungsdichte. Universitätsstadt Tübingen*. [https://www.statistik-](https://www.statistik-bw.de/Wohnen/GebaeudeWohnungen/99045041.tab?R=GS416041)

[bw.de/Wohnen/GebaeudeWohnungen/99045041.tab?R=GS416041](https://www.statistik-bw.de/Wohnen/GebaeudeWohnungen/99045041.tab?R=GS416041). Zugegriffen:  
17. Februar 2020.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. (2019, f). *Wohnfläche je Einwohner. Wohnfläche in Wohn- und Nichtwohngebäuden in Baden-Württemberg seit 1986*.

[https://www.statistik-bw.de/Wohnen/WkostenVerhaeltnis/BW-BT\\_wohnflaecheEW.jsp](https://www.statistik-bw.de/Wohnen/WkostenVerhaeltnis/BW-BT_wohnflaecheEW.jsp).  
Zugegriffen: 13. Februar 2020.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. (2020). *Haushalteschätzung nach Haushaltgröße. Universitätsstadt Tübingen*. [https://www.statistik-](https://www.statistik-bw.de/PrivHaushalte/EntwStruktur/99055010.tab?R=GS416041)

[bw.de/PrivHaushalte/EntwStruktur/99055010.tab?R=GS416041](https://www.statistik-bw.de/PrivHaushalte/EntwStruktur/99055010.tab?R=GS416041). Zugegriffen:  
13. Februar 2020.

Staun, H. (2014, 14. September). Das Ende des Kapitalismus. *Frankfurter Allgemeine*.

<https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/jeremy-rifkin-die-null-grenzkosten-gesellschaft-13151899.html>. Zugegriffen: 8. Januar 2020.

Steffens, R. (2016, 25. April). Airbnb heeft flink opwaarts effect op Amsterdamse huizenprijzen, ING Groep.

[https://www.ing.nl/nieuws/nieuws\\_en\\_persberichten/2016/04/airbnb\\_heeft\\_flink\\_opwaarts\\_effect\\_op\\_amsterdamse\\_huizenprijzen.html](https://www.ing.nl/nieuws/nieuws_en_persberichten/2016/04/airbnb_heeft_flink_opwaarts_effect_op_amsterdamse_huizenprijzen.html). Zugegriffen: 5. Februar 2020.

- 
- Stors, N. & Kagermeier, A. (2017). Airbnb-Gastgeber als Akteure im New Urban Tourism: Beweggründe zur Partizipation aus Anbieterperspektive. *Geographische Zeitschrift* 105, 190–224.
- Thomsen, S. L., Vogt, D. & Brausewetter, L. (2019). Wohnungsmarkt und Wohnungspolitik in Deutschland: Situation und Optionen. *IZA Standpunkte* 97.
- Umwelt Bundesamt. (2019, 24. Juli). Bevölkerungsentwicklung und Struktur privater Haushalte, Umwelt Bundesamt. <https://www.umweltbundesamt.de/daten/private-haushalte-konsum/strukturdaten-privater-haushalte/bevoelkerungsentwicklung-struktur-privater#83-millionen-menschen>. Zugegriffen: 7. Februar 2020.
- Universitätsstadt Tübingen. (o.J., a). Bevölkerungszahlen, Universitätsstadt Tübingen. <https://www.tuebingen.de/1370.html#/1381>. Zugegriffen: 17. Februar 2020.
- Universitätsstadt Tübingen. (o.J., b). Sehenswertes, Universitätsstadt Tübingen. <https://www.tuebingen.de/14.html>. Zugegriffen: 19. Januar 2020.
- Universitätsstadt Tübingen. (o.J., c). Stadtplan, Universitätsstadt Tübingen. <https://www.tuebingen.de/stadtplan/#stadtteile>. Zugegriffen: 27. Februar 2020.
- Universitätsstadt Tübingen. (2016, a). *Tübingen 2016. Statistischer Bericht*. [https://www.tuebingen.de/verwaltung/uploads/statistischer\\_bericht\\_2016.pdf](https://www.tuebingen.de/verwaltung/uploads/statistischer_bericht_2016.pdf).
- Universitätsstadt Tübingen. (2016, b). *Beschlussvorlage*. Vorlage 117e/2016. [https://www.tuebingen.de/gemeinderat/vo0050.php?\\_\\_kvonr=7091](https://www.tuebingen.de/gemeinderat/vo0050.php?__kvonr=7091). Zugegriffen: 6. Januar 2020.
- Universitätsstadt Tübingen. (März 2018). *Qualifizierter Mietspiegel 2018. Fortschreibung des qualifizierten Mietspiegels 2016*. [https://www.tuebingen.de/verwaltung/uploads/mietspiegel\\_2018.pdf](https://www.tuebingen.de/verwaltung/uploads/mietspiegel_2018.pdf).
- Universitätsstadt Tübingen. (2019, a). *Bevölkerung nach Familienstand in den Stadtteilen*. [https://www.tuebingen.de/Dateien/Familienstand\\_nach\\_Stadtteilen.pdf](https://www.tuebingen.de/Dateien/Familienstand_nach_Stadtteilen.pdf).
- Universitätsstadt Tübingen. (2019, b). *Wohnraumbericht 2018*. <https://www.tuebingen.de/verwaltung/uploads/wohnraumbericht.pdf>.
- UStG. BMJV - Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (1979). Umsatzsteuergesetz.
- van Alstyne, M., Parker, G. & Choudary, S. P. (2016). Pipelines, Platforms, and the New Rules of Strategy. *Harvard Business Review* 94 (4), 54–62.

- 
- van der Zee, R. (2016, 6. Oktober). The 'Airbnb effect': is it real, and what is it doing to a city like Amsterdam? *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/cities/2016/oct/06/the-airbnb-effect-amsterdam-fairbnb-property-prices-communities>. Zugegriffen: 5. Februar 2020.
- Vogelpohl, T. & Simons, A. (Dezember 2015). *Kontroversen ums Teilen. Ein Überblick über das online gestützte Peer-to-Peer Sharing als gesellschaftliche Innovation und eingehende allgemeine und spezifische Kontroversen*. PeerSharing Arbeitsbericht 2, Berlin. [https://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user\\_upload/Dateien/PeerSharing\\_Arbeitsbericht2.pdf](https://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user_upload/Dateien/PeerSharing_Arbeitsbericht2.pdf).
- von Stokar, T., Martin, P., Zandonella, R., Angst, V., Pärli, K., Hildesheimer, G., Scherrer, J. & Schmid, W. (2018). *Sharing Economy - teilen statt besitzen* (TA-SWISS (Series), 68/2018). Zürich: Vdf Hochschulverlag AG.
- Walliser Tourismus Observatorium. (Juni 2017). *Das Angebot von Airbnb in der Schweiz und im Wallis, Valais-Wallis*. [https://www.tourobs.ch/media/268008/annexes\\_de\\_octobre2017.pdf](https://www.tourobs.ch/media/268008/annexes_de_octobre2017.pdf).
- Wedde, P. & Wedde, I. (2015). *Schöne neue "share economy"?* Berlin: Managerkreis der Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Weitzman, M. L. (1984). *The share economy. Conquering stagflation*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Wippermann, P. (2014, 12. September). Sharing Economy wird zur Wirtschaftsmacht. Die Sharing Economy ist der Gewinner der Digitalisierung. *Capital*. <https://www.capital.de/wirtschaft-politik/sharing-economy-information-veraendert-organisation>. Zugegriffen: 28. November 2019.
- Wohlrab-Sahr, M. & Przyborski, A. (2014). *Qualitative Sozialforschung*: De Gruyter.
- X R 7/02. BFH. (14.01.2004). Vermietung einer Ferienwohnung außerhalb einer Ferienwohnanlage als gewerbliche Tätigkeit.
- XI R 69/90. BFH. (27.10.1993). Steuerpflicht sämtlicher Umsätze aus nicht dauerhafter Vermietung.
- Zeit Online. (2019, 21. November). Hoteliers drohen wegen Sponsor Airbnb mit Boykott. <https://www.zeit.de/wirtschaft/2019-11/olympische-sommerspiele-2024-airbnb-sponsor-boykott-hoteliers-frankreich>. Zugegriffen: 22. Februar 2020.

- Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J. W. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research* 54 (5), 687–705.
- Ziegert, S. & Czycholl, H. (2014, 28. Oktober). Berlin schickt Fahnder gegen AirBnB-Anbieter. *Welt*. <https://www.welt.de/finanzen/immobilien/article133740538/Berlin-schickt-Fahnder-gegen-AirBnB-Anbieter.html>. Zugegriffen: 23. Dezember 2019.
- ZwEVS. Universitätsstadt Tübingen. (2016). Satzung der Universitätsstadt Tübingen über das Verbot der Zweckentfremdung von Wohnraum in der Universitätsstadt Tübingen. <https://www.tuebingen.de/verwaltung/uploads/zweckentfremdungsverbotssatzung.pdf>.
- ZwEWG. Die Regierung des Landes Baden-Württemberg. (2013). Gesetz über das Verbot der Zweckentfremdung von Wohnraum.
- ZwEWG. Landtag des Freistaates Bayern. (2009). Gesetz über das Verbot der Zweckentfremdung von Wohnraum.
- ZwVbG. Abgeordnetenhaus von Berlin. (2018). Gesetz über das Verbot der Zweckentfremdung von Wohnraum.

## **Anhang**

A. Interviewpartner .....	90
A.a Interview 1:.....	90
A.b Interview 2:.....	90
A.c Interview 3:.....	90
A.d Interview 4:.....	91
A.e Interview 5:.....	91
B. Leitfragebogen Interview.....	92
B.a Interview 1:.....	92
B.b Interview 2:.....	93
B.c Interview 3:.....	94
B.d Interview 4:.....	95
B.e Interview 5:.....	96
C. Fragebogen.....	97
C.a Fragebogen-Anschreiben: .....	97
C.b Fragebogen: .....	98
D. Unterkunftsdaten.....	100
D.a Unterkünfte im Zentrum: .....	100
D.b Unterkünfte von Anbieter 1 & 2: .....	104

**A. Interviewpartner****A.a Interview 1:**

Interviewpartner:	Airbnb Gastgeber in Tübingen
Datum:	16.12.2019
Aufnahmedauer:	10 Minuten 36 Sekunden
Aufnahmeort:	Institutsbibliothek des Geographischen Instituts Tübingens

**A.b Interview 2:**

Interviewpartner:	Gerlinde Strasdeit, Linke Fraktionsvorsitzende im Gemeinderat Tübingen
Datum:	07.01.2020
Aufnahmedauer:	23 Minuten 50 Sekunden
Aufnahmeort:	Telefoninterview

**A.c Interview 3:**

Interviewpartner:	Julia Hartmann und Axel Burkhardt, Beauftragte für Wohnraum und barrierefreies Bauen der Universitätsstadt Tübingen
Datum:	13.01.2020
Aufnahmedauer:	8 Minuten 7 Sekunden
Aufnahmeort:	Telefoninterview
Bemerkungen:	Das Interview wurde zu dritt geführt

**A.d Interview 4:**

Interviewpartner:	Alexander Stagl, Geschäftsführer Hotel Krone Tübingen
Datum:	14.01.2020
Aufnahmedauer:	4 Minuten 48 Sekunden
Aufnahmeort:	Telefoninterview

**A.e Interview 5:**

Interviewpartner:	Maike F., Beraterin und Mitarbeiterin bei einem Wirtschaftsforschungs- und Beratungsunternehmen aus der Region Stuttgart
Datum:	16.01.2020
Aufnahmedauer:	13 Minuten 3 Sekunden
Aufnahmeort:	Telefoninterview

**B. Leitfragebogen Interview****B.a Interview 1:**

Anzahl	Leitfrage (Erzählaufforderung)	Konkrete nachgeordnete Fragen
1	Welche Objektart wird von Ihnen vermietet?	Wird die Unterkunft noch selbst genutzt?
2	Vermieten Sie mehr als ein Objekt?	Wenn ja wie viele?
3	Vermieten Sie auch auf anderen Plattformen wie FeWO.de?	Welche Plattformen sind für den Vermieter günstiger?
4	Wie lange vermieten Sie schon auf Airbnb?	Wie sind Sie damals draufgekommen?
5	Gab es Probleme durch die Nutzung von Airbnb mit anderen Personen?	Beispielsweise den Nachbarn, Hausverwaltung oder einer Behörde?
6	Gab es schlechte Erfahrungen mit Mietern?	Sachbeschädigung, Ruhestörung?
7	Was halten Sie persönlich von Airbnb und was sind Ihre bisherigen Erfahrungen in Zusammenhang mit Airbnb?	Selbst Mieter / Vermieter?
8	Woher kommen Ihre guten Kenntnisse über Airbnb?	Kennen Sie statistische Erhebungen über Homesharing in Tübingen?
9	Denken Sie Airbnb hat einen negativen Einfluss auf den Wohnungsmarkt?	Wenn ja warum?
10	Was würden Sie persönlich in Bezug auf Airbnb unternehmen, wenn Sie in einer Entscheidungsposition wären?	Wie würden Sie das Thema konkret behandeln als Bürgermeister Tübingens?
11	Haben Sie Punkte, die Sie noch gerne ansprechen würden und die nicht abgefragt wurden?	
12	Alter	
13	Geschlecht	
14	Berufsstatus	
15	Wohnhaft in?	

**B.b Interview 2:**

Anzahl	Leitfrage (Erzählaufforderung)	Konkrete nachgeordnete Fragen
1	Was halten Sie persönlich von Airbnb und was sind Ihre bisherigen Erfahrungen in Zusammenhang mit Airbnb?	Selbst Mieter / Vermieter?
2	Denken Sie Airbnb hat einen negativen Einfluss auf den Wohnungsmarkt?	Wenn ja warum?
3	Warum wurde zu Ihrem Antrag der Erweiterung der Zweckentfremdungssatzung noch nicht abgestimmt?	Wie kam es überhaupt zu der Idee die Satzung zu erweitern? Wird darüber noch abgestimmt?
4	Wie ich gelesen habe, gab es bisher noch keine statistischen Erhebungen in Bezug auf Homesharing in Tübingen. Warum nicht?	Sind welche in Planung?
5	Es gab die Aufforderung eine Bilanz zur bisherigen Anwendung der Satzung bezüglich des Leerstands, dem Gemeinderat vorzulegen. Gab es diese schon?	Wenn ja wie sind die Ergebnisse?
	Wie sieht es mit der steuerlichen Behandlung von kurzfristigen Vermietungen in Tübingen aus?	Gibt es irgendwelche Bestrebungen in dieser Hinsicht, seitens der Kommune?
	Was würden Sie persönlich in Bezug auf Airbnb unternehmen, wenn Sie in einer Entscheidungsposition wären?	Wie würden Sie das Thema konkret behandeln als Bürgermeister Tübingens?
11	Haben Sie Punkte, die Sie noch gerne ansprechen würden und die nicht abgefragt wurden?	
12	Alter	
13	Geschlecht	
14	Berufsstatus	
15	Wohnhaft in?	

**B.c Interview 3:**

Anzahl	Leitfrage (Erzählaufforderung)	Konkrete nachgeordnete Fragen
1	Was halten Sie persönlich von Airbnb und was sind Ihre bisherigen Erfahrungen in Zusammenhang mit Airbnb?	Selbst Mieter / Vermieter?
2	Denken Sie Airbnb hat einen negativen Einfluss auf den Wohnungsmarkt?	Wenn ja warum?
3	Haben oder hatten sie schon in Ihrer Funktion als Wohnungsbeauftragte in Tübingen Berührungspunkte mit Airbnb?	In welcher Form? Wie ist der Umgang damit?
4	Wie ich bisher gelesen habe, gab es bisher noch keine statistischen Erhebungen in Bezug auf Homesharing in Tübingen. Warum nicht?	Sind welche in Planung?
5	Warum wurde die Zweckentfremdungsverbotssatzung nicht auch auf das Ferienwohnungsverbot erweitert?	Kann das nachgeholt werden?
6	Wie sieht es mit der steuerlichen Behandlung von kurzfristigen Vermietungen in Tübingen aus?	Gibt es irgendwelche Bestrebungen in dieser Hinsicht, seitens der Kommune?
7	Was würden Sie persönlich in Bezug auf Airbnb unternehmen, wenn Sie in einer Entscheidungsposition wären?	Wie würden Sie das Thema konkret behandeln als Bürgermeister Tübingens?
8	Haben Sie Punkte, die Sie noch gerne ansprechen würden und die nicht abgefragt wurden?	
9	Alter	
10	Geschlecht	
11	Berufsstatus	
12	Wohnhaft in?	

**B.d Interview 4:**

Anzahl	Leitfrage (Erzählaufforderung)	Konkrete nachgeordnete Fragen
1	Was halten Sie persönlich von Airbnb und was sind Ihre bisherigen Erfahrungen in Zusammenhang mit Airbnb?	Selbst Mieter / Vermieter?
2	Denken Sie Airbnb hat einen negativen Einfluss auf den Wohnungs- und oder Hotelmarkt?	Wenn ja warum?
3	Haben oder hatten sie beruflich Berührungspunkte mit Airbnb oder Ferienwohnungen?	In welcher Form?
4	Haben sie bisher einen negativen Einfluss von der Airbnb-Präsenz auf ihr Hotel gespürt?	Gibt es einen Trend bei den Gästezahlen? Wie sieht es mit anderen Hotels in Tübingen aus?
5	Was ist Ihre Zielgruppe?	
6	Haben sie schon auf die Konkurrenzsituation von Airbnb reagiert, durch beispielsweise niedrigere Preise oder eine bessere Zimmerausstattung?	Wenn ja wie genau?
7	Was würden Sie persönlich in Bezug auf Airbnb unternehmen, wenn Sie in einer Entscheidungsposition wären?	Wie würden Sie das Thema konkret behandeln als Bürgermeister Tübingens?
8	Haben Sie Punkte, die Sie noch gerne ansprechen würden und die nicht abgefragt wurden?	
9	Alter	
10	Geschlecht	
11	Berufsstatus	
12	Wohnhaft in?	

**B.e Interview 5:**

Anzahl	Leitfrage (Erzählaufforderung)	Konkrete nachgeordnete Fragen
1	In welchem Bereich arbeiten Sie genau?	
2	Was halten Sie persönlich von Airbnb und was sind Ihre bisherigen Erfahrungen in Zusammenhang mit Airbnb?	Selbst Mieter / Vermieter?
3	Was denken Sie sind die Hauptursachen für die Wohnungsknappheit in Deutschland?	Sind dabei Ferienwohnungen oder Airbnb ein Thema?
4	Haben oder hatten sie schon in Ihrem Beruf Berührungspunkte mit Airbnb gehabt?	In welcher Form? Wie ist der Umgang damit?
5	Gibt es nach Ihrem Kenntnisstand bisher statistische Erhebungen in Bezug auf Homesharing für Baden-Württemberg?	Sind welche in Planung?
6	Kennen sie irgendwelche Besonderheiten zu Airbnb oder dem Wohnungsmarkt in Tübingen?	Wenn nein wie sieht es mit Stuttgart aus?
8	Was würden Sie persönlich in Bezug auf Airbnb unternehmen, wenn Sie in einer Entscheidungsposition wären?	Wie würden Sie das Thema konkret behandeln als Bürgermeister?
9	Haben Sie Punkte, die Sie noch gerne ansprechen würden und die nicht abgefragt wurden?	
10	Alter	
11	Geschlecht	
12	Berufsstatus	
13	Wohnhaft in?	

## C. Fragebogen

### C.a Fragebogen-Anschreiben:

Liebe(r) Airbnb-Gastgeber(in),

mein Name ist Jonas Pfaundler und ich bin Student im Fachbereich Wirtschaftsgeographie der Universität Tübingen. Ich schreibe meine Bachelorarbeit über den Einfluss der Plattform Airbnb auf den Wohnungsmarkt in Tübingen. Um einen genaueren Überblick der Gastgeber und deren Objekte, die auf Airbnb gelistet sind, zu bekommen, schreibe ich Sie als Gastgeber einer auf Airbnb angebotenen Unterkunft an. Der untenstehende Link führt Sie zu einem Fragebogen, dessen Beantwortung nicht mal drei Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen wird. Es handelt sich um grundlegende Fragen rund um Airbnb und Ihre angebotene Unterkunft. Ihre Teilnahme ist freiwillig und die Daten werden vollständig anonymisiert und ohne jegliche Wertung meinerseits oder des zu prüfenden Dozenten im Rahmen meiner empirischen Forschungsarbeit verwendet. Es erfolgt keine Weitergabe und die Daten werden nach Beendigung der Arbeit gelöscht. Sofern gewünscht, können Ihnen auch die Ergebnisse der Forschungsarbeit zugesandt werden. Dies wird vermutlich im März nächsten Jahres erfolgen.

Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens:

Folgen Sie diesem Link: <https://www.surveio.com/survey/d/J9J9T8N8W1R3H8P8Q> auf die Webseite von Survio. Dort füllen Sie bitte den Fragebogen, auch die Mehrfachanbieter, für **jedes Objekt einzeln aus**. Die Umfrage wird am **21.12.2019** beendet, danach ist keine Antwort mehr möglich. Die Beantwortung der Fragen wird ca. **3 Minuten** dauern. Falls Fragen vorhanden sind, die sie nicht beantworten möchten oder können, überspringen Sie diese. Vergessen Sie nicht: der Fragebogen dient einzig und allein dem wissenschaftlichen Zweck.

Für Rückfragen stehe ich gerne unter der E-Mail-Adresse [jonas.pfaundler@student.uni-tuebingen.de](mailto:jonas.pfaundler@student.uni-tuebingen.de) zur Verfügung. Ich hoffe auf ein positives Feedback von Ihnen.

PS: Ich suche zudem Airbnb-Gastgeber als Interviewpartner. Falls Sie Interesse haben, können Sie sich für weitere Informationen gerne unter der obengenannten E-Mail-Adresse bei mir melden.

Mit freundlichen Grüßen

Jonas Pfaundler

Link: <https://www.surveio.com/survey/d/J9J9T8N8W1R3H8P8Q>

**C.b Fragebogen:**

Anzahl	Frage:	Antwortmöglichkeiten:
1	Haben sie diese Umfrage schon einmal ausgefüllt, da sie mehrere Objekte vermieten?	Ja / Nein
2	Welche Objektart wird von Ihnen vermietet?	Privatzimmer, Gesamte Unterkunft, Geteiltes Zimmer, Wechsel zwischen den Kategorien (Beispielsweise: Gesamte Unterkunft im Urlaub und Privatzimmer, wenn Sie daheim sind)
3	Wird die Unterkunft von Ihnen selbst genutzt?	Ja / Nein
4	Vermieten Sie mehr als ein Objekt?	Ja / Nein
5	Vermieten Sie auch auf anderen Plattformen wie FeWO.de?	Ja / Nein
6	Jährliches Brutto-Einkommen durch Airbnb-Vermietungen? (in Euro)	Weniger als 1.000, zwischen 1.000 und 2.000, zwischen 2.000 und 3.000, zwischen 3.000 und 4.000, zwischen 4.000 und 5.000, zwischen 5.000 und 6.000, zwischen 6.000 und 7.000, zwischen 7.000 und 8.000, zwischen 8.000 und 9.000, zwischen 9.000 und 10.000, Mehr als 10.000
7	Sind Sie sich der steuerlichen Verpflichtung von Ihren Airbnb-Einnahmen bewusst?	Ja / Nein
8	Zahlen Sie Steuern auf Ihre Airbnb-Einnahmen?	Ja / Nein
9	Wie lange vermieten Sie schon auf Airbnb?	Weniger als 1 Jahr, seit 1-2 Jahren, 2-3 Jahren, 3-4 Jahren, 4-5 Jahren, länger als 5 Jahre.
10	Aus welchen Gründen vermieten Sie? (Mehrfachnennungen möglich)	Wirtschaftliche, soziale Gründe (neue Kontakte, Kulturen kennenlernen), andere Gründe
11	Gab es Probleme durch die Nutzung von Airbnb mit folgenden Personen/Institutionen? (Mehrfachnennungen möglich)	Nachbarn, Vermieter (Bei Untervermietungen), Hausverwaltung, Finanzamt, Probleme mit anderen Personen/ Institutionen, keine Probleme

<b>12</b>	Gab es schlechte Erfahrungen mit Mietern beispielsweise Sachbeschädigung, Lärmbelästigung, etc.?	Ja / Nein
<b>13</b>	Haben sie irgendwelche Anmerkungen, die Sie mir mitteilen wollen?	„Textfeld“
<b>14</b>	Alter	„Textfeld“
<b>15</b>	Geschlecht	Weiblich, männlich, divers
<b>16</b>	Berufsstatus	Azubi, Student, Angestellter, Beamter, Selbständiger, Rentner, Arbeitslos
<b>17</b>	Wenn Sie Interesse an den Ergebnissen der Forschungsarbeit haben, dann hinterlegen Sie bitte hier ihre E-Mail-Adresse oder andere Kontaktinformationen wie Handynummer, Social Media Account, etc. (Der Postalische Weg ist aus Kostengründen nicht möglich)	„Textfeld“

**D. Unterkunftsdaten****D.a Unterkünfte im Zentrum:**

Anzahl	Unterkunftsart	Verfügbarkeit (in Tagen)	Errechnete Buchungsrate (Auslastungsrate von 75 %)	Personen- kapazität
1	Privatzimmer	229	172	2
2	Privatzimmer	138	104	4
3	Privatzimmer	108	81	2
4	Privatzimmer	148	111	2
5	Privatzimmer	136	102	1
6	Gesamte Unterkunft	215	161	1
7	Gesamte Unterkunft	253	190	1
8	Privatzimmer	132	99	4
9	Privatzimmer	130	98	2
10	Privatzimmer	113	86	1
11	Privatzimmer	247	185	2
12	Gesamte Unterkunft	141	106	3
13	Privatzimmer	210	158	1
14	Privatzimmer	227	170	2
15	Privatzimmer	239	179	2
16	Privatzimmer	253	190	2
17	Privatzimmer	108	81	2
18	Privatzimmer	138	104	2
19	Privatzimmer	265	199	2
20	Gesamte Unterkunft	38	29	1

21	Gesamte Unterkunft	218	164	2
22	Gesamte Unterkunft	218	164	3
23	Gesamte Unterkunft	210	158	4
24	Privatzimmer	133	100	4
25	Privatzimmer	135	101	3
26	Privatzimmer	138	104	2
27	Gesamte Unterkunft	89	67	4
28	Privatzimmer	263	197	2
29	Privatzimmer	50	38	1
30	Gesamte Unterkunft	346	260	2
31	Gesamte Unterkunft	358	269	6
32	Gesamte Unterkunft	193	145	2
33	Privatzimmer	30	23	2
34	Gesamte Unterkunft	177	133	3
35	Privatzimmer	64	48	2
36	Gesamte Unterkunft	136	102	3
37	Gesamte Unterkunft	190	143	3
38	Gesamte Unterkunft	159	119	1
39	Gesamte Unterkunft	51	38	4
40	Gesamte Unterkunft	290	218	6
41	Gesamte Unterkunft	311	233	2
42	Privatzimmer	354	266	3
43	Privatzimmer	331	248	2

<b>44</b>	Gesamte Unterkunft	357	268	4
<b>45</b>	Gesamte Unterkunft	326	245	4
<b>46</b>	Gesamte Unterkunft	318	239	4
<b>47</b>	Gesamte Unterkunft	51	38	4
<b>48</b>	Gesamte Unterkunft	265	199	2
<b>49</b>	Gesamte Unterkunft	313	235	2
<b>50</b>	Gesamte Unterkunft	29	22	2
<b>51</b>	Gesamte Unterkunft	328	246	2
<b>52</b>	Privatzimmer	139	104	2
<b>53</b>	Privatzimmer	210	158	3
<b>54</b>	Privatzimmer	141	106	2
<b>55</b>	Privatzimmer	229	172	2
<b>56</b>	Privatzimmer	212	159	1
<b>57</b>	Gesamte Unterkunft	338	254	5
<b>58</b>	Gesamte Unterkunft	342	257	2
<b>59</b>	Gesamte Unterkunft	114	86	3
<b>60</b>	Privatzimmer	359	269	2
<b>61</b>	Privatzimmer	140	105	1
<b>62</b>	Gesamte Unterkunft	315	236	3
<b>63</b>	Gesamte Unterkunft	152	114	5
<b>64</b>	Privatzimmer	275	206	4
<b>65</b>	Gesamte Unterkunft	214	161	1
<b>66</b>	Gesamte Unterkunft	147	110	2

<b>67</b>	Gesamte Unterkunft	342	257	6
<b>68</b>	Gesamte Unterkunft	325	244	12
<b>69</b>	Gesamte Unterkunft	306	230	3
<b>70</b>	Privatzimmer	191	143	2
<b>Durchschnitt</b>	70 (34 Privatzimmer; 36 Gesamte Unterkünfte)	206	154	190

Quelle: AirDNA (2020), o.S.; eigene Berechnungen

**D.b Unterkünfte von Anbieter 1 & 2:**

Anzahl	Host	Unterkunftsart	Unterkunftsbeschreibung	Verfügbarkeit (in Tagen)	Personen- kapazität
1	Anbieter 2	Privatzimmer	Privatzimmer in bester Altstadtlage	Ganzjährig	2
2	Anbieter 2	Gesamte Unterkunft	Wohnung in Gründerzeitvilla zentral am Schloss	Ganzjährig	6
3	Anbieter 1	Gesamte Unterkunft	Zentral - Balkon – Parkplatz	Ganzjährig	3
4	Anbieter 1	Gesamte Unterkunft	Apartment Zentral	Ganzjährig	3
5	Anbieter 2	Privatzimmer	Zimmer in bester Altstadtlage	Ganzjährig	3
6	Anbieter 1	Gesamte Unterkunft	Zentral und einzigartig	Ganzjährig	6
7	Anbieter 2	Gesamte Unterkunft	Apartment-Zentral - 3 Zimmer - 2 Bäder	Ganzjährig	6
8	Anbieter 1	Gesamte Unterkunft	Apartment Zentral	Ganzjährig	2
9	Anbieter 1	Gesamte Unterkunft	Apartment Zentral	Ganzjährig	3
10	Anbieter 2	Gesamte Unterkunft	Historisches Wohnen am Marktplatz	Ganzjährig	10
11	Anbieter 1	Gesamte Unterkunft	Apartment Zentral	Ganzjährig	2
12	Anbieter 1	Gesamte Unterkunft	Apartment in the Historic City Center	Ganzjährig	7
13	Anbieter 2	Privatzimmer	Winziges Zimmer in Wohnung mit Flair	Ganzjährig	1
14	Anbieter 1	Privatzimmer	Wohnen in bester Altstadtlage	Ganzjährig	2

<b>15</b>	Anbieter 2	Privatzimmer	Wohnen in bester Altstadtlage	Ab 2021 ganzjährig	2
<b>16</b>	Anbieter 1	Privatzimmer	Wohnen in bester Altstadtlage	Ab 2021 ganzjährig	4
<b>17</b>	Anbieter 1	Privatzimmer	Wohnen in bester Altstadtlage	Ab 2021 ganzjährig	4
<b>18</b>	Anbieter 2	Privatzimmer	Wohnen in bester Altstadtlage	Ab 2021 ganzjährig	2
<b>19</b>	Anbieter 1	Gesamte Unterkunft	Apartment Zentral	Ganzjährig	2
<b>20</b>	Anbieter 1	Gesamte Unterkunft	Zentral im Herzen der Altstadt	Ganzjährig	3

Quelle: Airbnb (o.J., d), o.S.; eigene Berechnungen

## **Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und nur mit den angegebenen Hilfsmitteln verfasst habe. Alle Passagen, die ich wörtlich aus der Literatur oder aus anderen Quellen wie z.B. Internetseiten übernommen habe, habe ich deutlich als Zitat mit Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

---

Ort, Datum, Unterschrift