

# Sharing Economy: Stärken und Schwächen eines Megatrends aus Kundensicht

- eine exklusive empirische Studie von ITB und Hochschule Worms -

Prof. Dr. Roland Conrady  
Wissenschaftlicher Leiter ITB Berlin Kongress  
Präsident der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft DGT e.V.  
Hochschule Worms University of Applied Sciences

ITB Berlin Kongress 2015

6. März 2015

# Ausgangslage

- „Sharing“: gesellschaftlicher Megatrend und Schwerpunktthema des ITB Kongresses 2015
- Zentrale Rolle von Vermittlungsplattformen für private Unterkünfte
- Begrifflichkeiten noch nicht etabliert: Ko-Konsum, Collaborative Consumption, Share Economy, Sharing Economy, u.a.
- Je nach abgefragtem Begriff und Themenerläuterung unterschiedliche Ergebnisse empirischer Studien zum Bekanntheitsgrad von Sharing Economy-Angeboten
- Highlights anderer empirischer Studien:
  - Spiegel.de mit GfK-Verein: „Deutsche teilen nicht“
  - Bitkom: „Das Potenzial für Online-Plattformen zur Vermittlung privater Unterkünfte ist groß“
- Konsumentenbedürfnisse, -einstellungen und Nutzungsabsichten in Deutschland bislang nicht umfassend erforscht: Anstoß zur Durchführung der vorliegenden Studie

# Studiensteckbrief



**Empirische Studie der ITB und der Hochschule Worms,  
Fachbereich Touristik/Verkehrswesen in Kooperation mit stern.de**

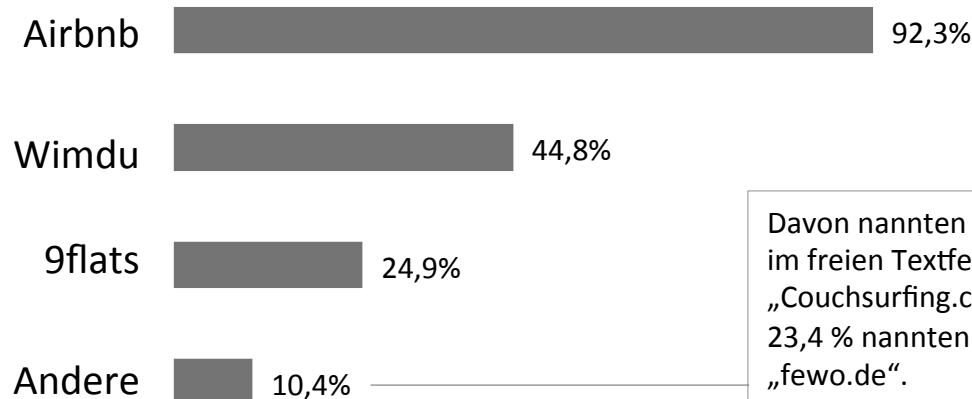


|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Autorin</b>              | Annkathrin Schmitt   |
| <b>Leitung</b>              | Prof. Dr. Roland Conrady   |
| <b>Studienziel</b>          | <b>Erforschung von Konsumentenbedürfnissen,<br/>-einstellungen und Nutzungsabsichten zu Privat-<br/>unterkünften für private und berufliche Reisen</b> |
| <b>Befragungsart</b>        | Online-Umfrage unter stern.de-Nutzern  |
| <b>Befragungszeitraum</b>   | 22.01. – 09.02.2015  |
| <b>Größe der Stichprobe</b> | 1.097 Internetnutzer   |
| <b>- Geschlecht</b>         | 66,1 % Frauen und 33,9 % Männer  |
| <b>- Alter</b>              | 44,8 % zwischen 14 und 29 Jahre  |
| <b>- HH-Nettoeinkommen</b>  | 37,4 % unter 2.000 €   |
| <b>- Berufsstatus</b>       | 65 % Berufstätige  |

# Airbnb genießt den höchsten Bekanntheitsgrad unter den Vermittlungsplattformen für private Unterkünfte

- Airbnb, Wimdu und 9flats sind mit 92,3 % bzw. 44,8 % und 24,9 % die bekanntesten Plattformen (gestützte Bekanntheit)
- Couchsurfing und fewo.de sind bekannt mit 30,8% bzw. 23,4 % von 10,4% weiteren Nennungen (ungestützte Bekanntheit)

*Welche Internetplattformen für die Vermittlung privater Unterkünfte kennen Sie?*

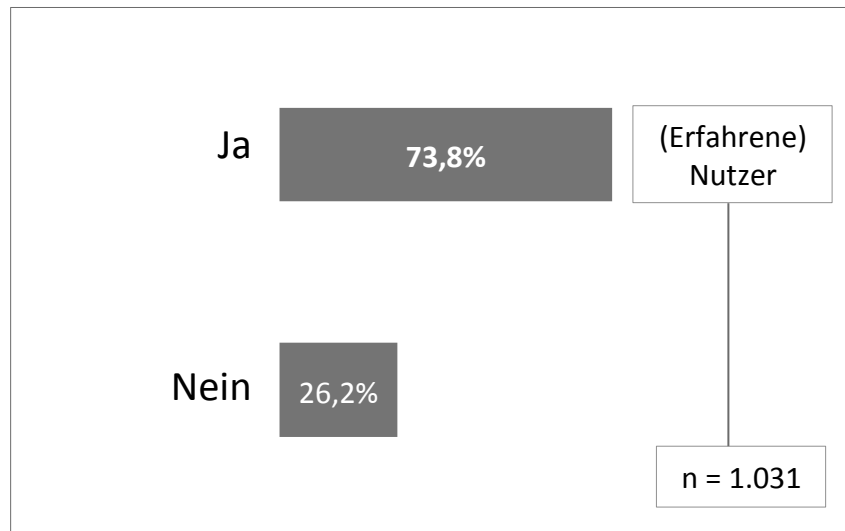


n = 1.031

# Starkes Nutzungsverhalten privater Unterkünfte durch die befragten Personen

- Laut einer Bitkom-Studie von Juli 2014 haben 5 % der Gesamtbevölkerung Vermittlungsplattformen für Privatunterkünfte genutzt
- In der vorliegenden ITB/Hochschule Worms-Studie haben bereits 73,8 % der Teilnehmer Vermittlungsplattformen für private Unterkünfte genutzt

*Haben Sie schon mal eine Unterkunft über eine Plattform für Privatunterkünfte wie bspw. Airbnb, Wimdu oder 9flats gebucht?*



- Im Vergleich zu repräsentativen Studien besteht die vorliegende Stichprobe aus (erfahrenen) Nutzern
- Hoher Kenntnisstand der befragten Personen
- Hohe Aussagekraft bzgl. Stärken und Schwächen von Privatunterkünften

*Haben Sie schon mal eine Unterkunft über eine Plattform für Privatunterkünfte wie bspw. Airbnb, Wimdu oder 9 flats genutzt? n = 1.031*  
 - Auswertung nach Soziodemographie -

|                               | Ja         |              | nein       |              |
|-------------------------------|------------|--------------|------------|--------------|
| <b>Gesamt</b>                 | <b>761</b> | <b>73,8%</b> | <b>270</b> | <b>26,2%</b> |
| <b>Geschlecht</b>             |            |              |            |              |
| Männlich                      | 269        | 35,3%        | 80         | 29,6%        |
| Weiblich                      | 492        | 64,7%        | 190        | 70,4%        |
| <b>Alter</b>                  |            |              |            |              |
| 14 - 29 Jahre                 | 302        | 39,7%        | 160        | 59,3%        |
| 30 - 49 Jahre                 | 316        | 41,5%        | 68         | 25,2%        |
| Über 50 Jahre                 | 143        | 18,8%        | 42         | 15,6%        |
| <b>Aktueller Berufsstatus</b> |            |              |            |              |
| Schüler/Studenten             | 167        | 21,9%        | 127        | 47,0%        |
| Berufstätig                   | 541        | 71,1%        | 129        | 47,8%        |
| Rentner                       | 35         | 4,6%         | 9          | 3,3%         |
| sonstige                      | 18         | 2,4%         | 5          | 1,9%         |
| <b>HHNE</b>                   |            |              |            |              |
| arm                           | 173        | 22,7%        | 106        | 39,3%        |
| mittel                        | 242        | 31,8%        | 58         | 21,5%        |
| reich                         | 224        | 29,4%        | 45         | 16,7%        |
| ohne Angabe                   | 122        | 16,0%        | 61         | 22,6%        |
| <b>Familienstand</b>          |            |              |            |              |
| Ledig                         | 264        | 34,7%        | 131        | 48,5%        |
| Verheiratet                   | 226        | 29,7%        | 60         | 22,2%        |
| In Partnerschaft              | 219        | 28,8%        | 57         | 21,1%        |
| sonstige                      | 22         | 2,9%         | 7          | 2,6%         |
| ohne Angabe                   | 30         | 3,9%         | 15         | 5,6%         |

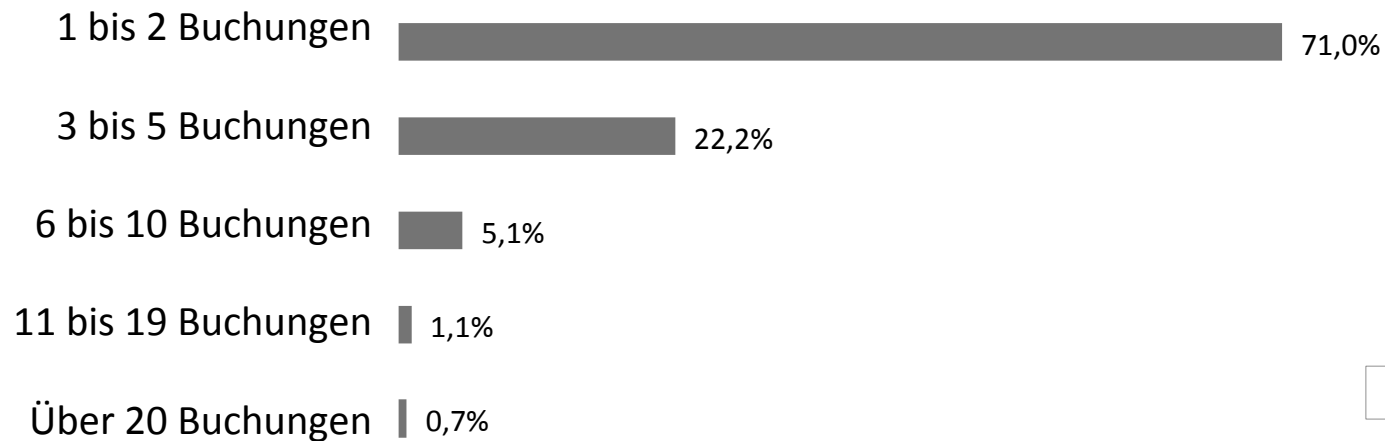
Nutzer sind i.V. zu Nicht-Nutzern eher ...

- ... älter
- ... berufstätig
- ... Bezieher höherer Einkommen
- ... verheiratet/in Partnerschaft lebend

# Hoher Anteil von Gelegenheitsnutzern

- 71 % der Befragten haben in den letzten 12 Monaten nur ein- oder zweimal eine Buchung einer Privatunterkunft getätigt

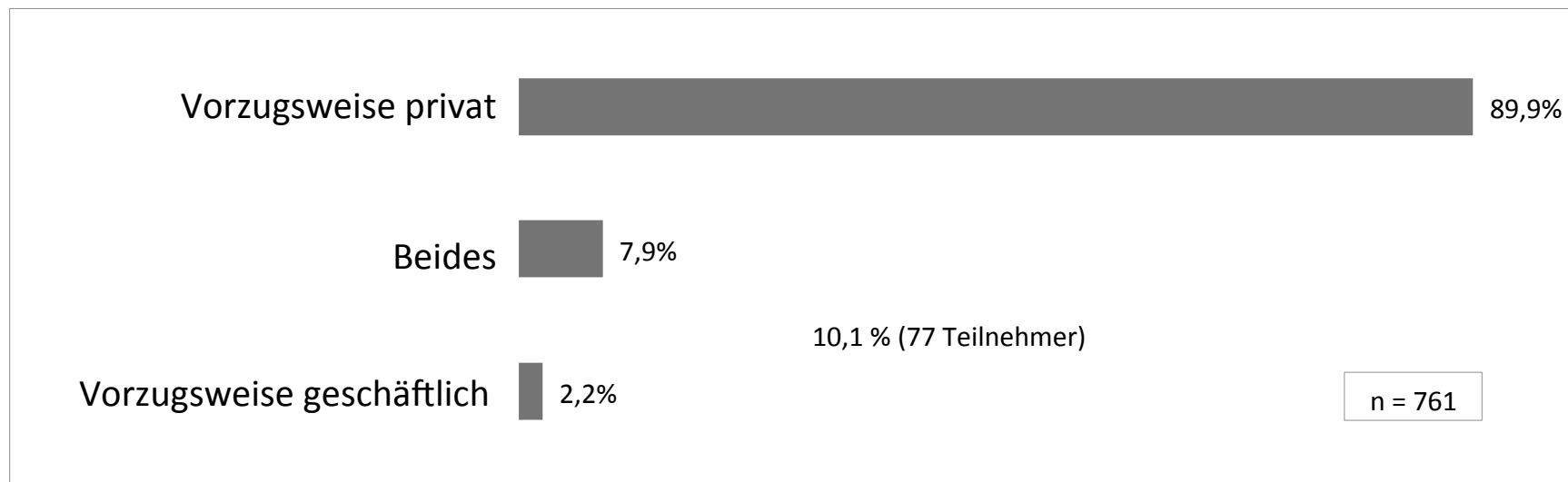
*Wie viele Buchungen haben Sie dort in den letzten 12 Monaten getätigt?*



# Private Unterkünfte wurden vorzugsweise für private Reiseanlässe genutzt

- 89,9 % der Befragten buchten eine Privatunterkunft für private Reisezwecke
- 10,1 % haben Privatunterkünfte auch für Geschäftsreisen genutzt

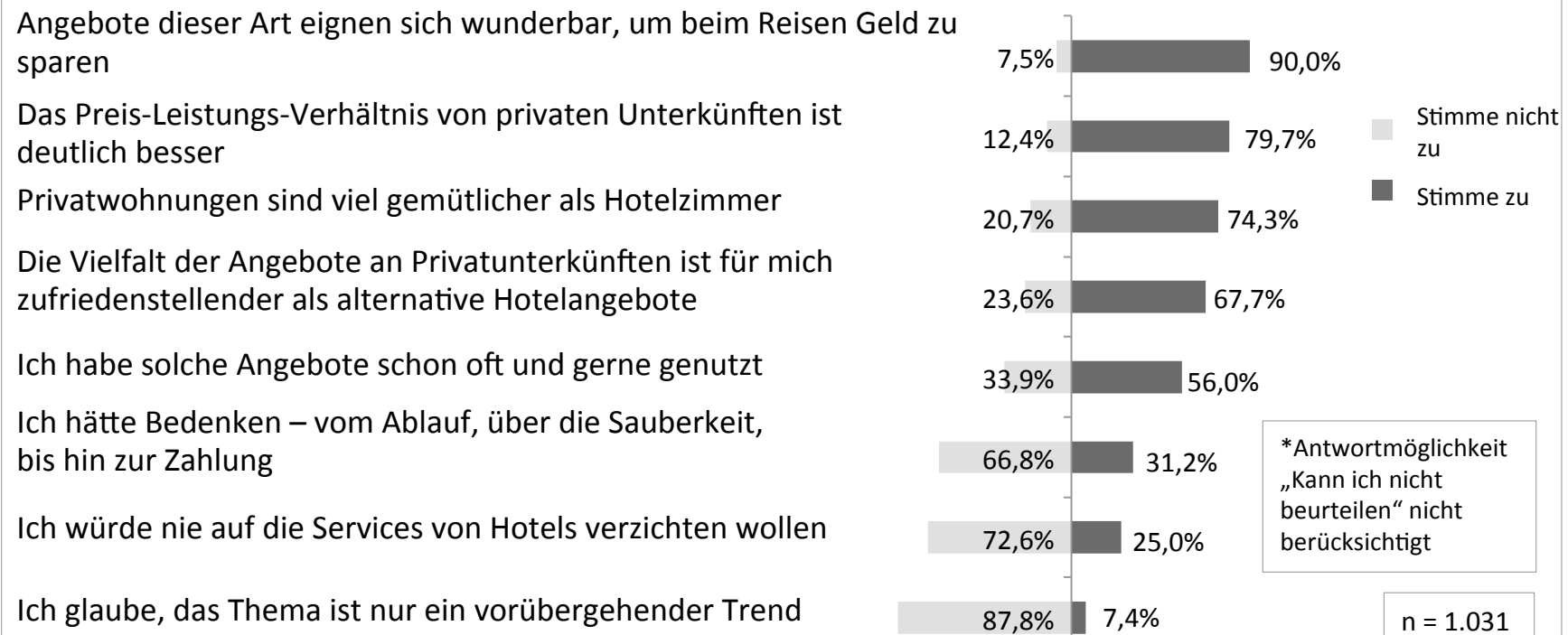
*Haben Sie Ihre Buchungen vorzugsweise aus privaten oder geschäftlichen Reiseanlässen gebucht?*





# Sehr positive Einstellung gegenüber Privatunterkünften: Besseres Preis-/Leistungsverhältnis, hoher Wohlfühlfaktor, Hotelservices sind verzichtbar

*Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über Privatunterkünfte zu / nicht zu?*

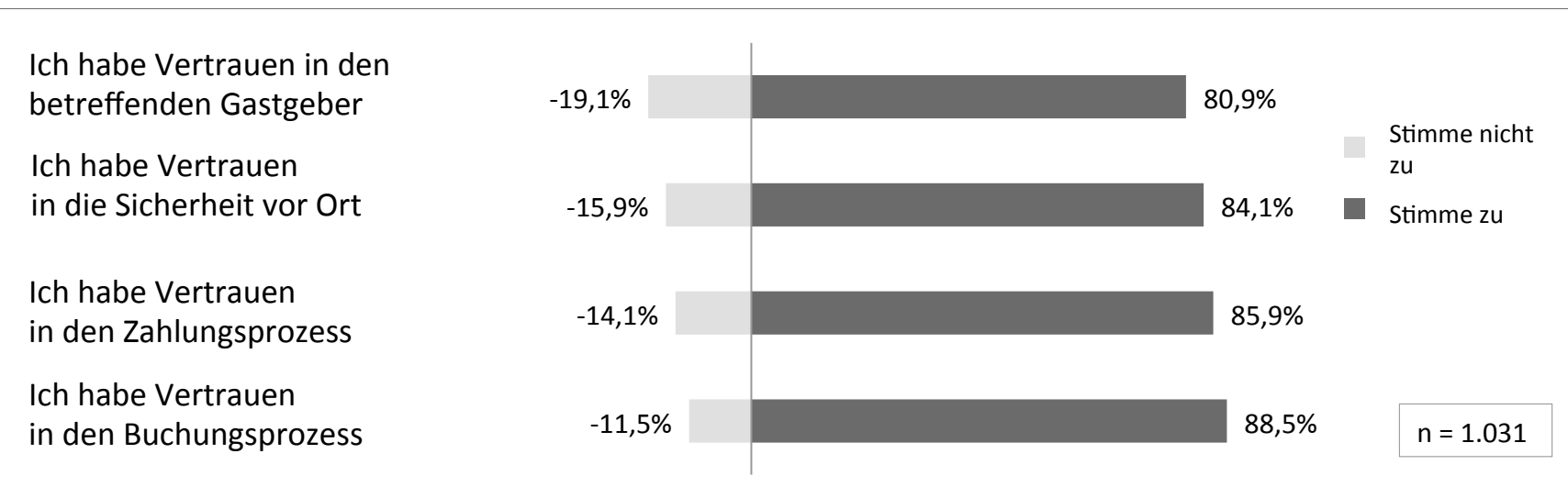


# Hohes Vertrauen in Buchungs- und Zahlungsprozess, Sicherheit vor Ort und Gastgeber bei Privatunterkünften

- Mit jeweils über 80 % bestätigen die Befragten Vertrauen in vielerlei Hinsicht
- Mit 19,1 % gilt das meiste Misstrauen den Gastgebern

## Sonderaspekt Vertrauen:

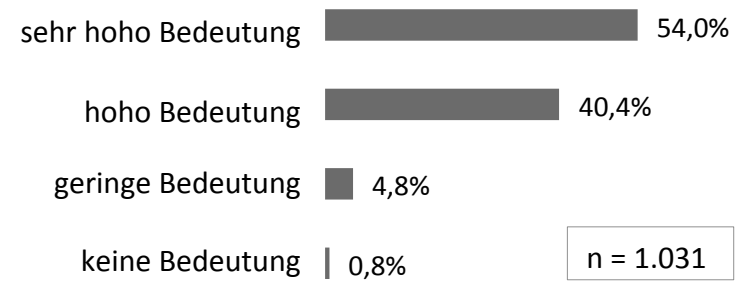
Welcher der folgenden Aussage stimmen Sie zu /stimmen Sie nicht zu?



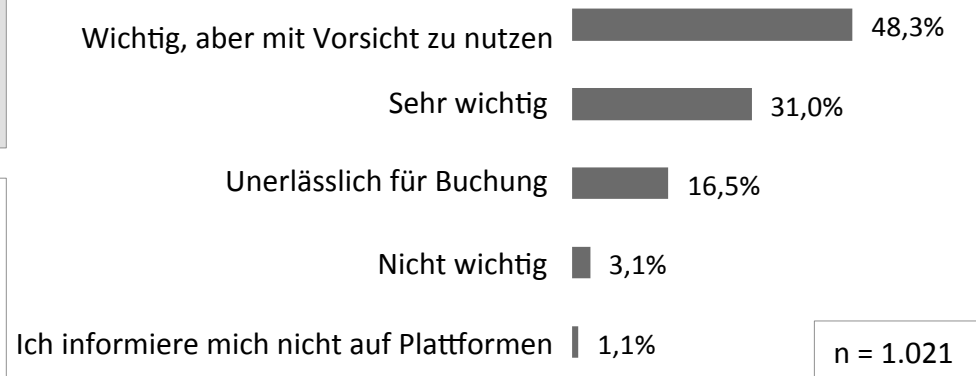
# Die Bewertung durch andere Gäste ist bei Privatunterkünften von sehr hoher Bedeutung



*Welche Bedeutung haben die Bewertungen durch andere Gäste in Bezug auf Ihr Buchungsverhalten?*



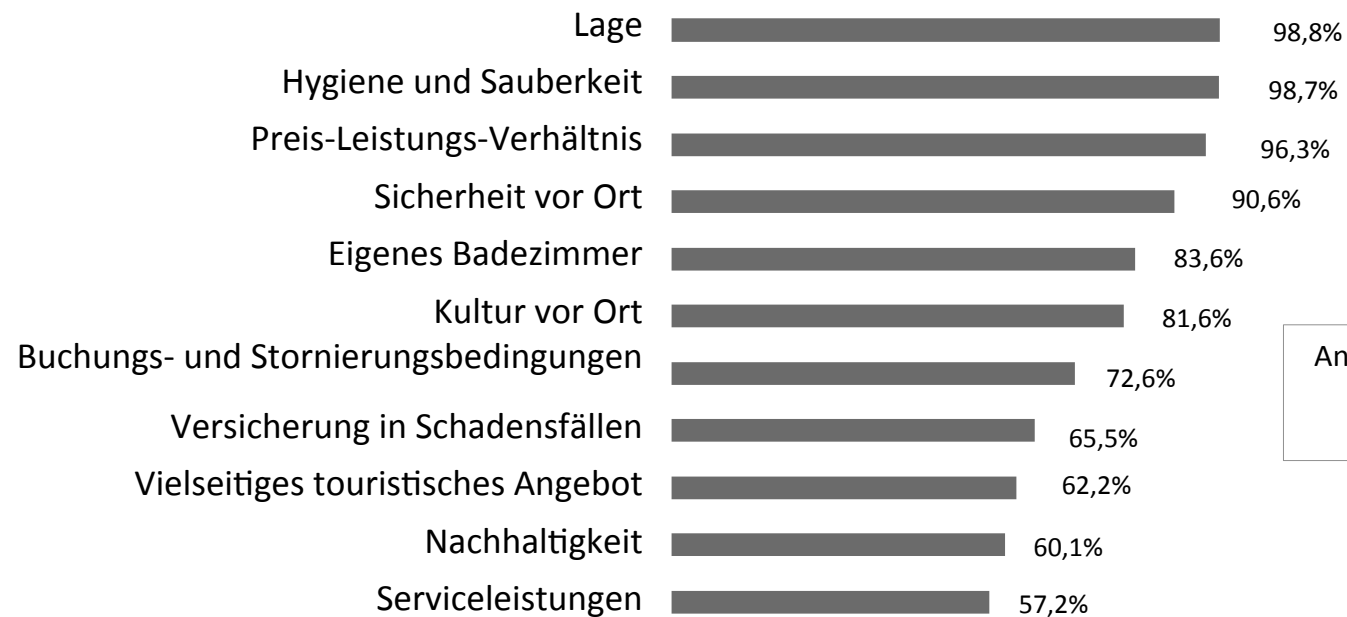
*Wie schätzen Sie den Wert von Customer Review Sites für Sie persönlich ein?*



Quelle:  
Customer Reviews: kaufentscheidend, glaubwürdig, strategierelevant?  
Eine empirische Studie der ITB und der Hochschule Worms, ITB Berlin Kongress 2014, 07. März 2014

# Lage, Hygiene/Sauberkeit und Preis-Leistungs-Verhältnis als dominante Entscheidungskriterien

Wie wichtig sind Ihnen folgende Kriterien bei der Buchung einer Privatunterkunft?



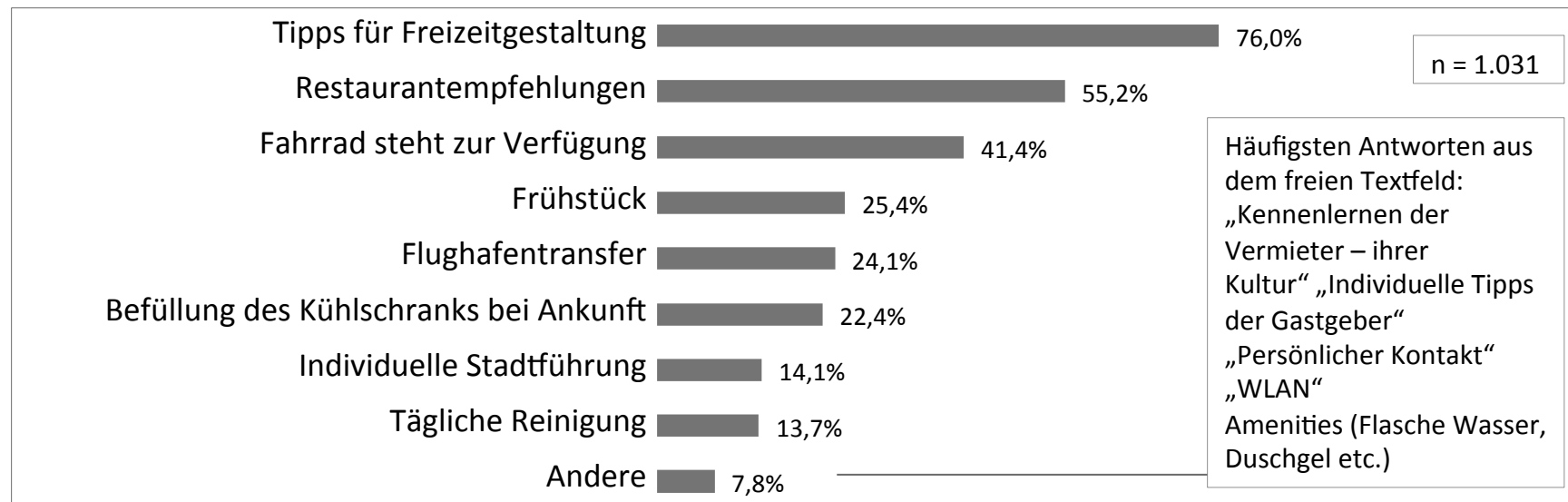
Antwortmöglichkeiten  
„wichtig“ und „eher  
wichtig“

n = 1.031

# Insidertipps von Einheimischen wichtiger als Serviceleistungen; persönliche Kontakte, Kulturerfahrung und WLAN oft gewünscht

- 76,0 % bzw. 55,2 % möchten Tipps für Freizeitgestaltung und Restaurantempfehlungen
- Typische Hotelservices werden kaum gewünscht

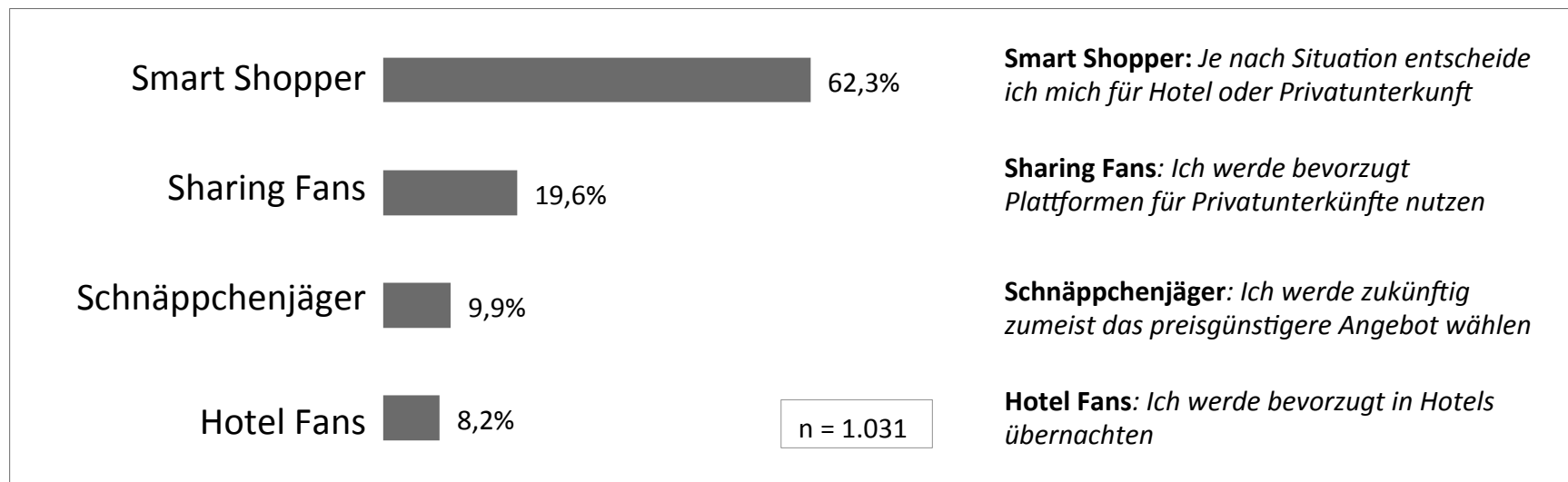
*Welche der folgenden Dienstleistungen wären für Sie bei der Buchung einer privaten Unterkunft wünschenswert?*



# Hohes Kundenpotential für Privatunterkünfte in Zukunft, sehr kleiner Anteil von „Hotel Fans“

- 91,8 % ziehen Privatunterkünfte u.U. in Betracht
- Nur 8,2 % neigen deutlich zu Hotels

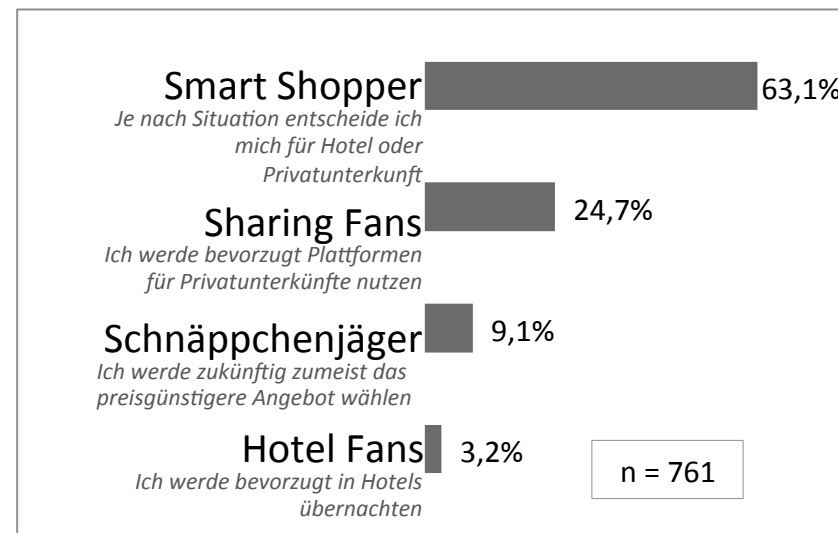
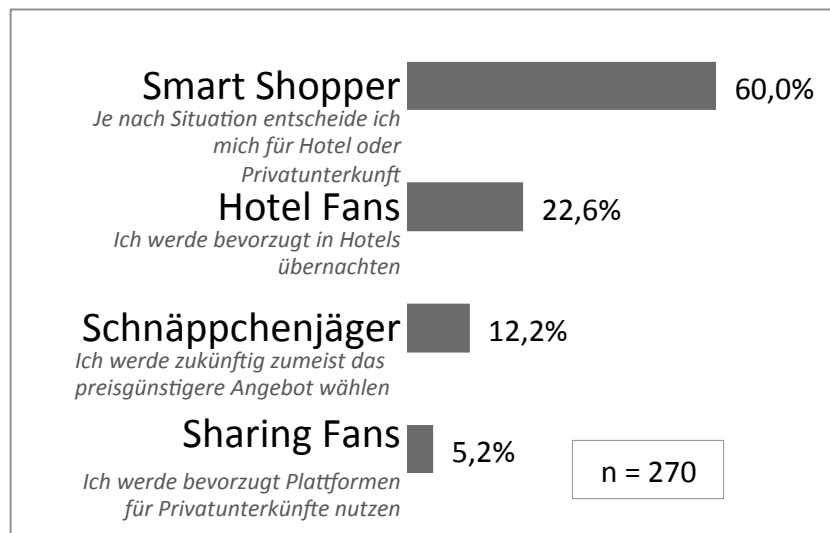
Wie schätzen Sie Ihr zukünftiges Nutzungsverhalten bezüglich Privatunterkünften ein?



# Das Potential bisheriger Nicht-Nutzer ist künftig zum großen Teil erschließbar; Nutzer sind als sichere Hotelkunden verloren

- 77,4 % derjenigen, die noch keine Vermittlungsplattform für Privatunterkünfte genutzt haben, schließen es für die Zukunft nicht aus
- Nur 3,2 % der Nutzer werden künftig bevorzugt in Hotel übernachten!

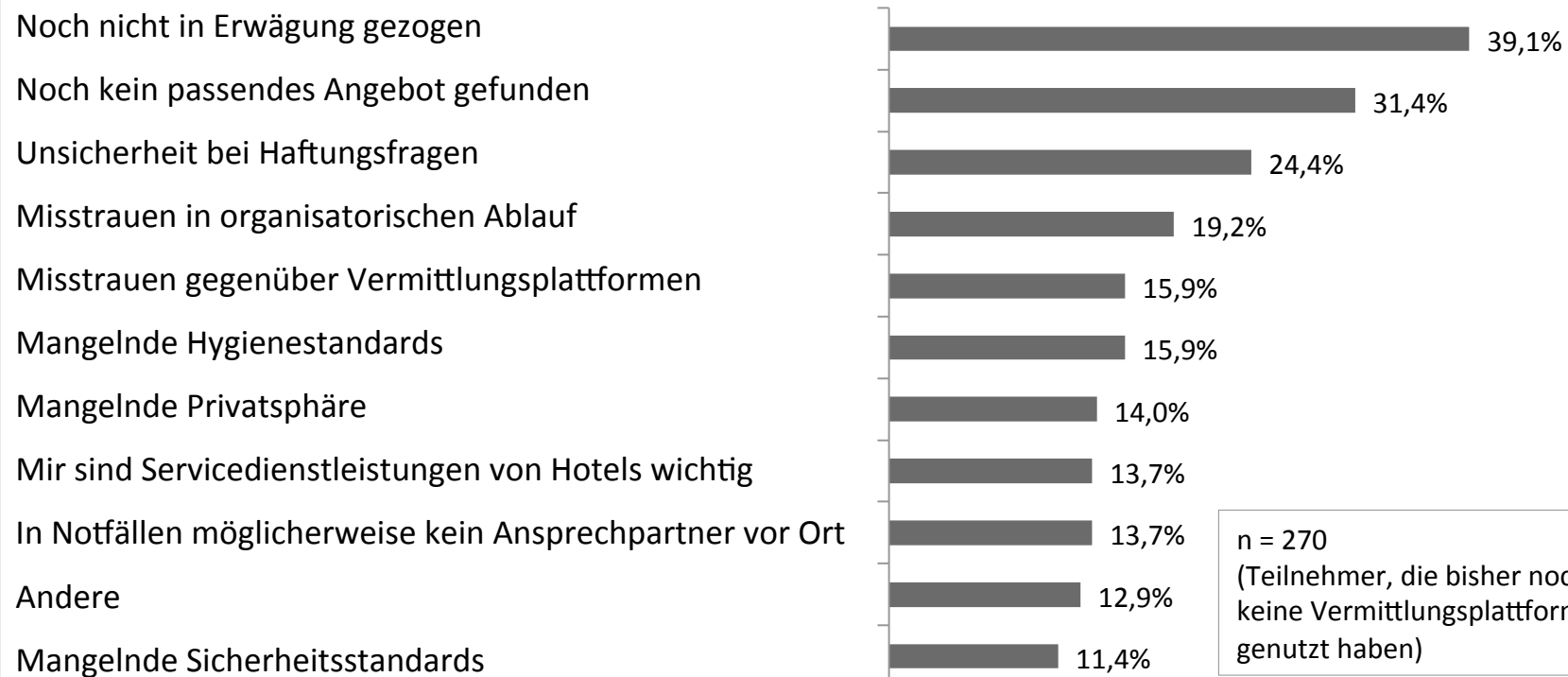
Wie schätzen Sie Ihr zukünftiges Nutzungsverhalten bezüglich Privatunterkünften ein?  
Nichtnutzer (n = 270) und Nutzer (n = 761) im Vergleich



# Potential bisheriger Nicht-Nutzer mit geeigneten Maßnahmen erschließbar

- 31,4 % haben noch kein passendes Angebot gefunden
- Nur 13,7 % sind Services von Hotels wichtig

## Warum haben Sie noch keine Plattform für private Unterkünfte genutzt?





# Auch zukünftig werden Privatunterkünfte überwiegend für private Reiseanlässe genutzt

- 76,5 der Befragten möchten Privatunterkünfte ausschließlich für private Reiseanlässe buchen
- 13,6 % würden Privatunterkünfte auch für Geschäftsreisen nutzen

*Für welche Reiseanlässe würden Sie zukünftig eine private Unterkunft buchen?*

Ausschließlich  
Privatreise 76,5%

Auch für  
Geschäftsreise 13,6%

n = 946  
(Teilnehmer, die bei Frage 8 angaben,  
zukünftig Privatunterkünfte nutzen zu wollen)

weitere Reiseanlässe hier nicht berücksichtigt

*Für welche Reiseanlässe würden Sie zukünftig eine private Unterkunft buchen? n = 946  
- Auswertung nach Soziodemographie -*

|                               | Privatreise |              | Geschäftsreisende |              |
|-------------------------------|-------------|--------------|-------------------|--------------|
| <b>Gesamt</b>                 | <b>724</b>  | <b>76,5%</b> | <b>129</b>        | <b>13,6%</b> |
| <b>Geschlecht</b>             |             |              |                   |              |
| Männlich                      | 225         | 31,1%        | 65                | 50,4%        |
| Weiblich                      | 499         | 68,9%        | 64                | 49,6%        |
| <b>Alter</b>                  |             |              |                   |              |
| Jung                          | 323         | 44,6%        | 45                | 34,9%        |
| Mittel                        | 265         | 36,6%        | 62                | 48,1%        |
| Alt                           | 136         | 18,8%        | 22                | 17,1%        |
| <b>Aktueller Berufsstatus</b> |             |              |                   |              |
| Schüler/Studenten             | 197         | 27,2%        | 26                | 20,2%        |
| Berufstätig                   | 476         | 65,7%        | 101               | 78,3%        |
| Rentner                       | 35          | 4,8%         | 1                 | 0,8%         |
| sonstige                      | 16          | 2,2%         | 1                 | 0,8%         |
| <b>HHNE</b>                   |             |              |                   |              |
| Arm                           | 196         | 27,1%        | 26                | 20,2%        |
| Mittel                        | 220         | 30,4%        | 49                | 38,0%        |
| Reich                         | 177         | 24,4%        | 43                | 33,3%        |
| ohne Angabe                   | 131         | 18,1%        | 11                | 8,5%         |
| <b>Familienstand</b>          |             |              |                   |              |
| Ledig                         | 277         | 38,3%        | 50                | 38,8%        |
| Verheiratet                   | 196         | 27,1%        | 35                | 27,1%        |
| In Partnerschaft lebend       | 199         | 27,5%        | 36                | 27,9%        |
| sonstige                      | 22          | 3,0%         | 4                 | 3,1%         |
| ohne Angabe                   | 30          | 4,1%         | 4                 | 3,1%         |

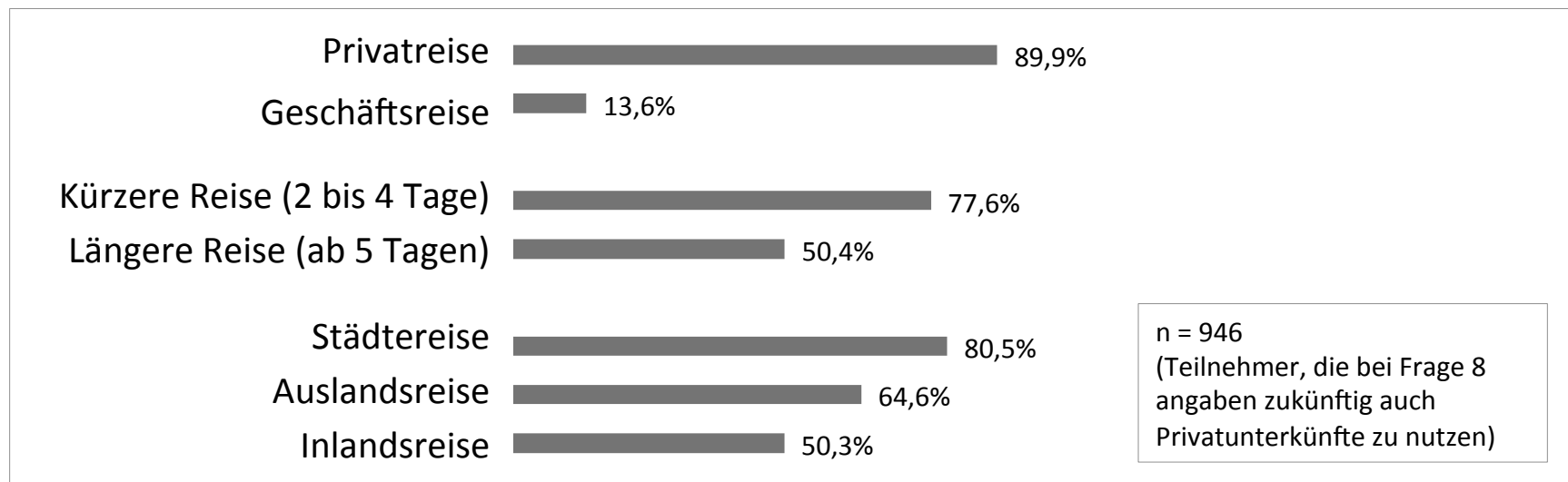
Nutzungsbereitschaft von Privatunterkünften auch für geschäftliche Reiseanlässe verstärkt bei ...

- ... Männern
- ... mittleren Alters
- ... mit gehobenem Einkommen

# Privatunterkünfte erscheinen künftig für kürzere Reisen, Städte- und Auslandsreisen besonders geeignet

- 77,6 % würden Privatunterkünfte zukünftig für kürzere Reisen buchen
- 80,5 % würden Privatunterkünfte zukünftig für Städtereisen nutzen
- 64,6 % würden Privatunterkünfte zukünftig für Auslandsreisen nutzen

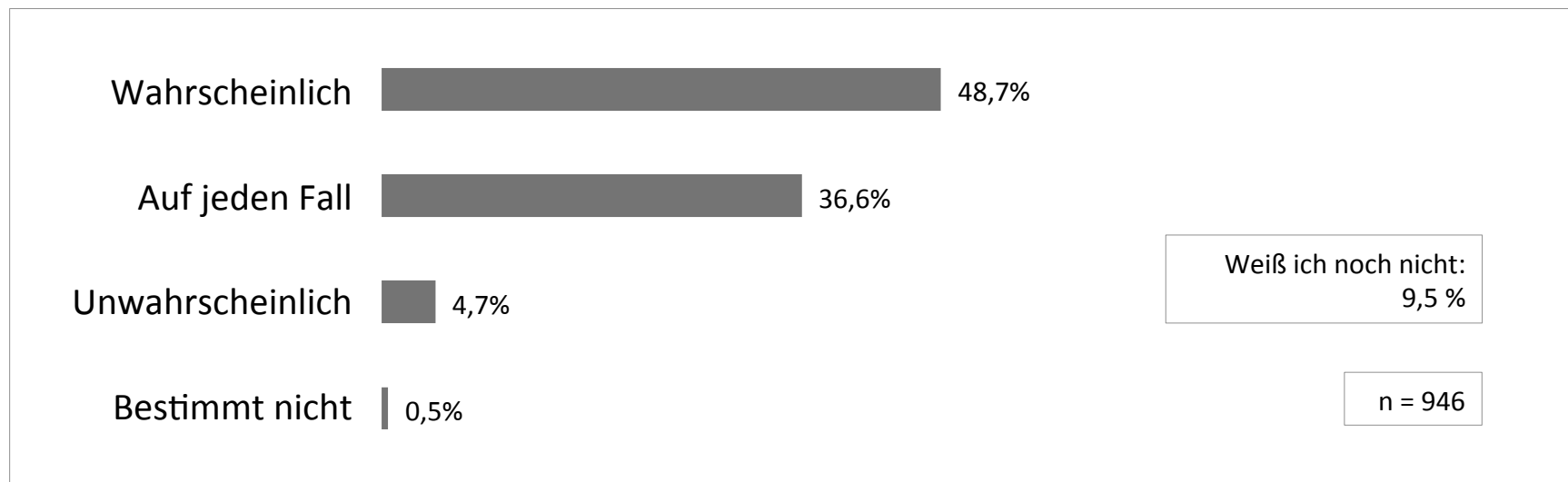
*Für welchen Reiseanlass würden Sie in Zukunft eine private Unterkunft buchen?  
(Mehrfachnennungen möglich)*



# Privatunterkünfte bieten eine gute Möglichkeit, zukünftig Reiseausgaben zu reduzieren

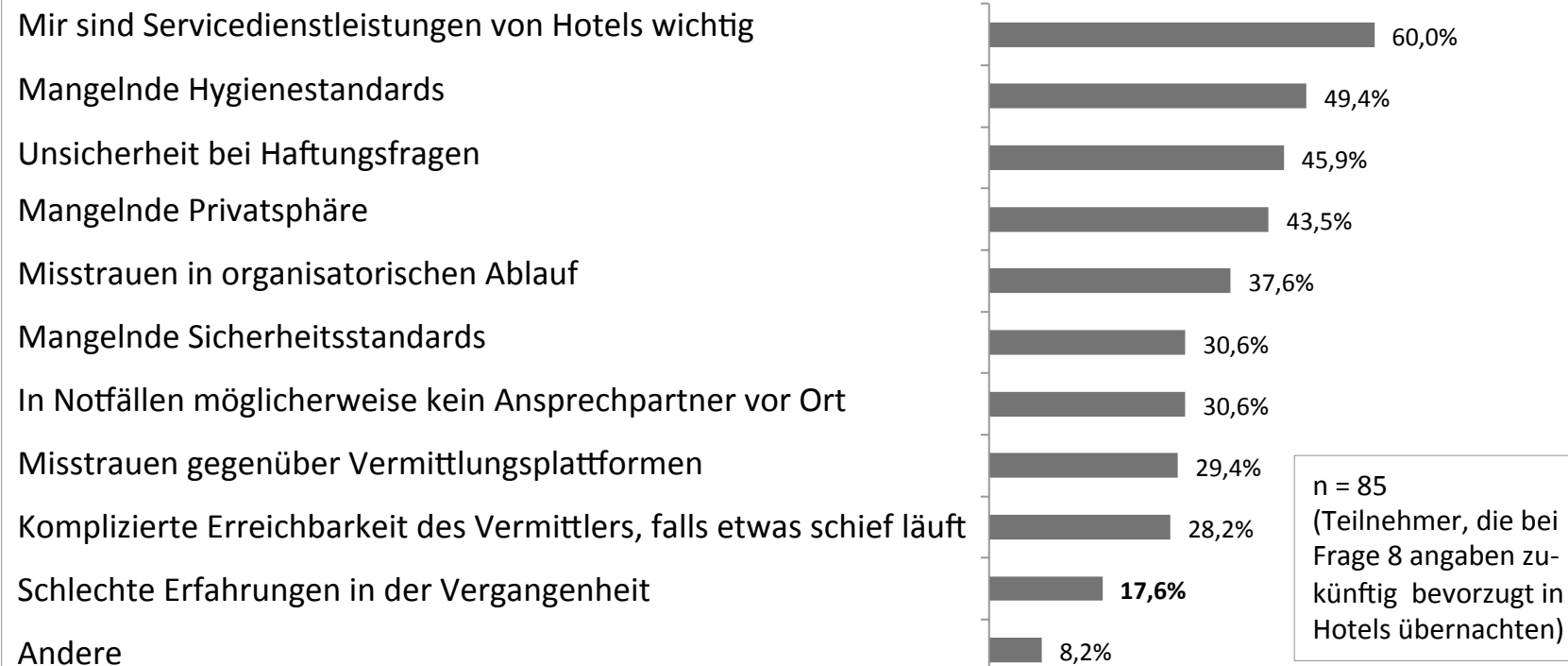
- 85,3 % derjenigen, die zukünftig private Übernachtungsangebote in Anspruch nehmen, beabsichtigen damit Reiseausgaben zu sparen
- Auch Befragten mit höherem Haushaltseinkommen beabsichtigen, Reiseausgaben durch private Übernachtungsangebote zu reduzieren

*Beabsichtigen Sie künftige Reiseausgaben zu sparen, indem Sie private Übernachtungsangebote wie bspw. Airbnb nutzen?*



# „Hotel Fans“ haben viele Bedenken gegenüber Privatunterkünften, sie wollen auch nicht auf Hotelservices verzichten

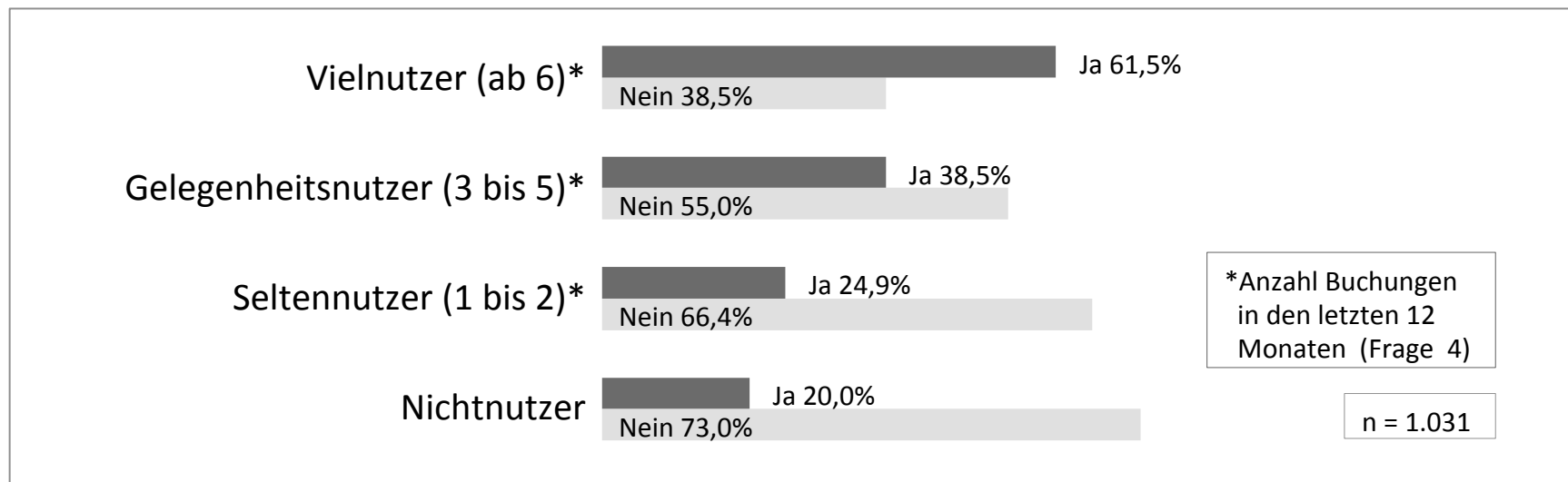
*Warum bevorzugen Sie in Zukunft Hotelbuchungen gegenüber Buchungen in Privatunterkünften?*



Je stärker die Nutzung privater Unterkünfte,  
desto höher die Bereitschaft, die eigene Wohnung  
auch selbst zu vermieten

- 61,5 % der Vielnutzer würden Ihre eigene Wohnung auch selbst vermieten
- Nur 22 % der Nicht-Nutzer würden ihre eigene Wohnung vermieten

*Würden Sie selbst Ihre Wohnung an Reisende vermieten?*



# Fazit

- Privatunterkünfte werden **vorzugsweise für private Reiseanlässe** gebucht
- **Sehr positive Einstellung** gegenüber Privatunterkünften: Besseres Preis-/Leistungsverhältnis, hoher Wohlfühlfaktor, Hotelservices sind verzichtbar
- **Hohes Vertrauen** in Buchungs- und Zahlungsprozess, Sicherheit vor Ort und Gastgeber bei Privatunterkünften
- **Lage, Hygiene/Sauberkeit** und **Preis-Leistungsverhältnis** als dominante Entscheidungskriterien
- **Insidertipps** von Einheimischen wichtiger als Serviceleistungen; **persönliche Kontakte, Kulturerfahrung** und **WLAN** oft gewünscht
- Das Potential bisheriger **Nicht-Nutzer** ist künftig zum großen Teil **erschließbar**; **Nutzer sind als sichere Hotelkunden verloren**
- Privatunterkünfte erscheinen für **Privatreisen, kürzere Reisen, Städte- und Auslandsreisen** und zur **Reduzierung von Reiseausgaben** besonders geeignet
- Je stärker die Nutzung privater Unterkünfte, desto höher die Bereitschaft, die eigene **Wohnung** auch **selbst zu vermieten**
- **Schlechte Erfahrungen** mit Privatunterkünften **nicht erkennbar**; wer es einmal gemacht hat, kommt nicht mehr davon los.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



## **Prof. Dr. Roland Conrady**

Wissenschaftlicher Leiter ITB Berlin Kongress /  
Präsident der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft DGT e.V. /  
Hochschule Worms, Fachbereich Touristik/Verkehrswesen  
Mobil: +49 (0)172-2708660  
E-Mail: roland@conrady.de