



 **Universität Trier**

Fachbereich VI – Geographie/Geowissenschaften  
Freizeit- und Tourismusgeographie

---

**Zur Share Economy im Tourismus  
– Entwicklungspotential kollaborativer Konsumformen für  
neue touristische Angebotsarten, dargestellt am Beispiel  
Hamburgs**

---

**MASTER-THESIS**

zur Erlangung des akademischen Grades  
Master of Arts (M.A.)

im Studiengang „Angewandte Humangeographie“  
mit der Studienrichtung „Tourismusentwicklung und Destinationsmanagement“

vorgelegt von  
Ellen Elisabeth Metcalfe

Erstgutachter: Prof. Dr. Andreas Kagermeier  
Zweitgutachter: Prof. Dr. Gerald Wetzel

Hamburg, Juni 2014

## EXECUTIVE SUMMARY ZUR MASTER-THESIS

### Problemstellung und Zielsetzung der Master-Thesis

Seit jeher konsumieren Menschen gemeinschaftlich und beschreiten alternative Wege, die auf den Prinzipien des Teilens, Tauschens und Vermietens basieren. Zunehmend treten die zentralen Begriffe „Share Economy“ oder „Collaborative Consumption“ in den Mittelpunkt gesellschaftsrelevanter Frage- und Problemstellungen. Aktuelle Beiträge zur sogenannten Share Economy erklären, welche Gedanken, Motive und Zukunftsaussichten mit dem erneuten Aufschwung des gemeinschaftlichen und geteilten Konsums verbunden sind und welche öffentlichen Diskussionen die derzeitigen Entwicklungen der Share Economy implizieren. Teilen und Tauschen sind altbekannte Formen des gemeinsamen Nutzens von Sachgütern und stellen kein neues gesellschaftliches Phänomen dar. Gleichwohl erlangen diese kollaborativen Konsumformen heutzutage vermehrt Aufmerksamkeit als vor einigen Jahren. Begründet wird dies durch die allgemeine technologische Entwicklung des Internets und der damit verbundenen neu geschaffenen Möglichkeit sich mit Menschen virtuell zu vernetzen und auszutauschen. Mittlerweile agiert das Internet als eine Art Parallelwelt, die zuweilen schneller und unkomplizierter ist als die reale Welt. Menschen zu vertrauen, die man niemals persönlich getroffen hat, schien lange Zeit undenkbar. Doch immer stärker rücken die Fremden virtuell zusammen, lernen sich über das Internet kennen und schenken sich dank ausgefeilter Bewertungs- und Ratingsystemen immer mehr Vertrauen. Diese Entwicklung ebnete der Share Economy den Weg in die Gesellschaft, die nun auf einem anderen Niveau teilt, tauscht und vermietet.

Zunehmend hält die Share Economy, die uns medial von allen Seiten überrollt, Einzug in die Tourismusbranche. Auch in diesem Wirtschaftsbereich wurde schon immer gemeinschaftlich konsumiert. Die Teilnahme an Gruppen- oder Studienreisen oder auch das simple Beispiel der gemeinsamen Unterbringung in einem Hotel sind Reiseformen und Bereiche, die von der Gemeinschaft abhängig sind. Die Bildung eines Gemeinschaftsgefühls ist indes die wichtigste Voraussetzung für die Share Economy, die auf touristischer Ebene neue Internetportale auf den Markt bringt, die sich bspw. der Vermittlung privaten Wohnraums zwischen Privatpersonen zuwenden. Jene Portale verzeichneten in den letzten Jahren rasante Zuwächse und werden für Reisende immer beliebter.

Die in diesem Zusammenhang durchaus berechtigte Fragestellung, ob es sich bei diesen und auch anderen online-basierten Geschäftsmodellen des geteilten Konsums um ein Trend- oder Nischenphänomen handelt, soll an dieser Stelle noch unbeantwortet bleiben. Schließlich steht die Share Economy am Anfang ihrer Entwicklung und ist wie viele

Neuheiten schwer einzuschätzen. Tatsache ist, dass die vielfach gelobte und auch kritisierte Share Economy im Tourismus angekommen ist und Veränderungen des touristischen Marktes mit sich bringt. Mit ihr werden auf der einen Seite viele zukunftssträchtige Chancen aber auch Grenzen und Herausforderungen verbunden, denen sich Unternehmen stellen sollten.

Die derzeitigen Entwicklungen der Share Economy im Tourismus zeigen, dass sich bereits jetzt ein gewisser Anteil von Reisenden diesen neuen Geschäftsmodellen zuwendet und alternative Möglichkeiten zur Reisegestaltung heranzieht. Inwieweit wird sich die Share Economy weiter ausbreiten können und welche Auswirkungen haben diese Entwicklungen für/auf den touristischen Markt? Auf Grundlage dieser zunächst einfach formulierten Fragestellung und weiterführenden Überlegungen wurde für diese Master-Thesis folgende Forschungshypothese aufgestellt:

#### **Forschungshypothese**

Die Entwicklungen der Share Economy im Städtetourismus führen zu der Entstehung neuer touristischer Angebotsformen, die sich insbesondere in Großstädten wie Hamburg durchsetzen und immer stärker in Konflikt zum klassischen Angebot von Destinationen geraten.

Es wurde angenommen, dass die Share Economy vorzugsweise in Ballungsräumen agiert und sich insbesondere im Städtetourismus durchsetzen kann. Ziel dieser Master-Thesis war es, eine Tendenz für die weitere Entwicklung zu formulieren, die eine Betrachtung der Hansestadt Hamburg einschließt. Entsprechend der Forschungshypothese und der damit einhergehenden Zielsetzung wurden drei zentrale Forschungsfragen aufgestellt, die zur Erkenntnisgewinnung beigetragen haben.

#### **Methodisches Vorgehen**

Für die Abgrenzung des Themenbereiches und als theoretische Grundlage für weiterführende Überlegungen erfolgte zunächst eine umfangreiche Literatur- und Internetrecherche. Mittels themenverwandter Studien und wissenschaftlicher Beiträge wurde zunächst das Konzept der Share Economy inhaltlich erfasst und erläutert. Für die thematische Zusammenführung und Verknüpfung der Bereiche Share Economy und Tourismus wurde zunächst auf den Städtetourismus mit Hilfe einschlägiger Literatur eingegangen, bevor im Speziellen auf das Fallbeispiel Hamburg Bezug genommen wurde. Dieser theoretische Teil der Master-Thesis mündete in einem nächsten Schritt in der Erstellung einer Kategorisierung touristischer Sharing-Angebote, die folglich mit den Angeboten in Hamburg abgeglichen wurden.

Für die Beantwortung der Forschungsfragen und der Überprüfung der Forschungshypothese wurde als empirische Methodik das leitfadengestützte Experteninterview gewählt. Es wurden insgesamt sieben Expertengespräche geführt, die vorrangig per Telefon oder face-to-face stattfanden. Ein Interview wurde auf Wunsch des Interviewpartners per E-Mail durchgeführt. Ziel dieser Interviews war es, detaillierte Erkenntnisse zu eruieren. Diesbezüglich wurde ein Leitfaden entwickelt, der wichtige Fragestellungen beinhaltet und eine vergleichende Auswertung der Gespräche ermöglichte.

Die Durchführung und Auswertung der Interviews führte zu der Erkenntnis, dass der Wissensstand zur Thematik breit gefächert und die Antworten entsprechend qualitativ sehr unterschiedlich einzuschätzen waren. Die im Vorfeld durchgeführte Suche nach geeigneten Experten ließ bereits die Vermutung zu, dass es schwierig sein wird, fundierte Erkenntnisse hervorzubringen. Ergänzende methodische Verfahren, wie bspw. standardisierte Befragungen wurden auf Grund ihrer erschwerten Durchführung außen vor gelassen.

### **Zusammenfassung der Ergebnisse**

Die Share Economy ist das Ergebnis einer Entwicklungsphase, in der neue Geschäftsmodelle auf den Markt getreten sind, die sich dem kollaborativen, geteilten Konsum widmen. In ihrem heutigen Verständnis ist die neue Share Economy nicht mit bisherigen Angeboten geteilten Konsums vergleichbar, weshalb sie durchaus als Neuheit betrachtet werden kann. Secondhand-Geschäfte, Leihbüchereien oder Tauschbörsen sind nicht der neuen, vorrangig internetbasierten Share Economy zuzuordnen. Dennoch stellen die eben genannten Angebote alternative Nutzungs- und Konsumformen dar, die den gleichen Grundgedanken des umweltschonenden, einsparenden und interaktiven Handelns aufweisen.

Die Gespräche mit den Experten sowie die im Vorfeld erarbeiteten Erkenntnisse durch die theoretische Bearbeitung des Themas führten zu dem Ergebnis, dass die neue Share Economy keineswegs als Nischenphänomen anzusehen ist, wenngleich die neuesten Entwicklungen innerhalb der letzten zwei bis drei Jahren stattfanden und weitere Entwicklungen abzuwarten sind, bevor eine endgültige Einschätzung möglich ist. Die Share Economy ist ein relevanter Wirtschaftsbereich, der zunehmend das gesellschaftliche Leben durchdringt. Auch im Tourismus sind bereits verschiedene Sharing-Angebote etabliert, die für einen Wandel in der touristischen Nachfrage sprechen und diesen zukünftig begünstigen können. Neuartige Angebote wie die Vermittlung privaten Wohnraums über einschlägige Internetportale gewinnen zunehmend an

Beliebtheit und setzen sich vor allem in Großstädten wie Hamburg durch. An dieser Stelle wurde durch die Experteninterviews die Annahme bestätigt, dass Großstädte ein großes Potential für die Ausbreitung geteilter Konsumformen besitzen und folglich auch der Städtetourismus von den Entwicklungen tangiert wird. Begründet wurde dies durch die zunehmende Singleisierung in den Städten und der sich dadurch verstärkte Wunsch nach Gemeinschaft und Zugehörigkeit. Auch sind der urbane Charakter und die zuweilen offene Einstellung von Städtebewohnern dafür ausschlaggebend, dass die Share Economy in Großstädten wie Hamburg so gut funktioniert. Car-Sharing-Angebote und die Vermietung von Wohnraum zwischen Privatpersonen sind jene Sharing-Formen, die aktuell im Städtetourismus relevant und etabliert sind. Diese Entwicklungen decken sich mit den Vorüberlegungen des „neuen Touristen“, der authentische und individuelle Reiseerfahrungen erleben möchte und sich bewusst alternativen Angeboten zuwendet, weshalb dieser Typus in Verbindung mit der Share Economy gebracht werden kann. Die Unterbringung in privaten Wohnungen oder die Erkundung der Stadt mittels privater Stadtführer und die dadurch geschaffene Möglichkeit mit Fremden in Kontakt zu treten, sind Beispiele des kollaborativen, geteilten Konsums im Tourismus.

Ein Vergleich zwischen Hamburg, Berlin und München ließ die Formulierung eines Ansatzes zur Positionierung der Hansestadt innerhalb der Share Economy zu. Eine vergleichende Untersuchung auf den Internetportalen *Airbnb*, *Wimdu* und *9flats* zeigte, dass Hamburg ein sehr beliebtes Reiseziel ist. Weiteres Datenmaterial, das Aufschluss darüber gab, inwiefern die Anzahl der angebotenen *Airbnb*-Schlafgelegenheiten im Verhältnis zu der Anzahl an Hotel-Betten in den jeweiligen Städten steht, wurde ebenso herangezogen. Insgesamt zeigte sich, dass eine eindeutige Positionierung Hamburgs in der Share Economy Landschaft schwierig ist. Zum einen sind viele Sharing-Angebote schwer auffindbar bzw. als Sharing-Angebot zu identifizieren. Eine umfangreiche Internetrecherche, die zum Ziel hatte den Großteil der Sharing-Angebote in deutschen Großstädten zu bestimmen, führte nicht zum gewünschten Erfolg. Bedingt durch den uneinheitlichen Sprachgebrauch der Begriffe „Share Economy“, „Sharing Economy“, „Kollaborativer Konsum (KoKonsum)“ und „Collaborative Economy“ wurde die Suche weiterhin erschwert. Allerdings konnte der Vergleich der Tourismus- und Stadtportale Hamburgs, Münchens und Berlins dazu beitragen, den Stellenwert der Share Economy in der touristischen Vermarktung der Städte zu bestimmen. Hierbei stellte sich heraus, dass Hamburg die meisten Verweise zu Sharing-Angeboten liefert, wenngleich auf allen untersuchten Portalen keine Rubriken oder Themenbereiche zur Share Economy vorhanden sind. Erst die gezielte Suche nach Sharing-Angeboten führte auf allen Portalen zu Ergebnissen.

Weiterhin sollte im Rahmen der Expertengespräche die in der Presse oftmals thematisierte Konkurrenzsituation zwischen Sharing-Anbietern und klassischen, städtetouristischen Angeboten erörtert werden. Diesbezüglich wurde vorrangig auf die aktuelle Debatte zwischen Hoteliers, Städten bzw. Kommunen und den etablierten Sharing-Anbietern wie *Airbnb* eingegangen. Im Ergebnis waren sich die Experten darüber uneinig, inwiefern der derzeitige Konkurrenzkampf anhalten könnte und welche Entwicklungen abzusehen seien. In diesem Zusammenhang waren sich jedoch alle Experten einig, dass eine Verdrängung klassischer, städtetouristischer Angebote nicht erfolgen wird, weil die neue Share Economy ergänzende Möglichkeiten für den Touristen schafft und dieser je nach Interessenslage sowie Bedürfnisstruktur klassische Angebote sowie Sharing-Angebote nutzen wird.

Für die gezielte Vermarktung von Sharing-Angeboten bestehen bereits jetzt gute Voraussetzungen in Hamburg. Die Kernzielgruppen der jungen Reisenden und Erlebnisorientierten decken sich in ihren Charakteristika mit den Sharing-Nutzern. Ebenso ermöglichen länderübergreifende Angebote wie *Airbnb* die Stärkung des 'Auslandstourismus', was Hamburg seit vielen Jahren versucht anzukurbeln. In der Hansestadt wird darüber hinaus bis 2020 die Etablierung eines „Tourismus-Clusters“ angestrebt, wo alle Akteure des 'Tourismus' gemeinsam agieren und kooperieren können. An dieser Stelle könnten auch Sharing-Anbieter integriert werden, sodass neue Möglichkeiten zur Interaktion bestehen.

Zudem ist der wichtigste, zukünftige Entwicklungsschritt innerhalb der Share Economy die Bündelung von Sharing-Angeboten, um zum einen das allgemeine Angebot übersichtlicher zu gestalten, Ressourcen zu bündeln und damit Synergieeffekte zu erzielen und zum anderen den Touristen Wege aufzuzeigen, kollaborative Konsumformen im Tourismus effizient zu nutzen. Es wurden in diesem Zusammenhang Aggregator-Plattformen als Beispiel einer Bündelung genannt, die eine Nutzung verschiedener Sharing-Angebote durch eine einmalige Anmeldung möglich machen. Derzeit sind Interessierte und somit auch Reisefreudige angehalten, sich auf jedem einzelnen Portal anzumelden und sich mühsam einzelne touristische Sharing-Angebote für eine Reise zusammenzustellen, sofern sie ausschließlich über kollaborative Angebote verreisen möchten. Dieses Procedere könnte nach Ansicht der Experten durchaus optimiert werden und ist überdies eine Notwendigkeit, um die touristische Share Economy weiterhin auszubauen und durchzusetzen.

Insgesamt habe sich nach Meinung der Experten das Konsumverhalten in der Gesellschaft verändert, das mit den allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklungen, wie der Finanzkrise, in Verbindung steht. Auch führe das gesteigerte, ökologische Bewusstsein der Menschen zu einer veränderten Grundhaltung hinsichtlich des eigenen

Konsumverhaltens. Deshalb sehen die Experten in der Share Economy ein Instrument diese positive Entwicklung zu verstärken. Dennoch führe dies nicht zu einem kompletten Umbruch des gesellschaftlichen Konsumverhaltens. Je besser die Sharing-Angebote zukünftig agieren und Chancen erkennen, umso größer könnte der Konsumentenkreis werden, wodurch einzelne Anbieter sicherlich auch vom Markt verdrängt werden.

Insgesamt ist die Entwicklung der Share Economy zum derzeitigen Zeitpunkt nur ansatzweise einzuschätzen. Für weitere Untersuchungen muss die Share Economy immer lokal betrachtet werden und ist als ein vielschichtiges System zu verstehen. Neue Angebotsformen werden zwangsläufig auch im Tourismus entstehen, wodurch bereits bestehende Tourismus-Typen, wie der „neue Tourist“ aber auch neue Konsumtypen angesprochen werden. Diese neuen Konsumtypen können aber erst in den nächsten Jahren näher beschrieben werden. An dieser Stelle steht die Share Economy noch am Anfang ihrer Entwicklung, sodass tiefgründige Untersuchungen, bspw. zum Nutzerverhalten von Touristen in der Share Economy oder auch die Durchsetzungskraft neuer Geschäftsmodelle auf dem touristischen Markt in einigen Jahren erfolgen können.