



Universität St.Gallen

MASTERARBEIT

Wie kommt es dazu, dass Sie sich für dieses Airbnb entschieden haben? -

Eine Studie über das Wahlverhalten von Millennials in Zusammenhang mit Airbnb

Eingereicht von

Nadja Widmann



Matrikelnr.: 15-803-609

nadja.widmann@student.unisg.ch

Referent

Prof. Dr. Pietro Beritelli

Institut für Systemisches Management und Public Governance
Universität St. Gallen Dufourstrasse 40a 9000 St. Gallen

Ko-Referent

Prof. Dr. Christian Laesser

Institut für Systemisches Management und Public Governance
Universität St. Gallen Dufourstrasse 40a 9000 St. Gallen

Vorgelegt am 25.05.2021

Abstract

Peer-to-Peer-Plattformen, sogenannte Endverbraucher-zu-Endverbraucher-Plattformen, wachsen von Jahr zu Jahr und werden zu einer grossen Konkurrenz für verschiedenste Branchen. Vor allem in der Tourismusbranche wird eine bestimmte Plattform, nämlich Airbnb, zu einem wichtigen neuen Wettbewerber.

Diese Masterarbeit thematisiert die Frage, was ein Millennial dazu bewegt ein Airbnb gegenüber einem Hotel zu bevorzugen. Der Fokus liegt darauf, dass die einzelnen Faktoren ermittelt werden, welche ausschlaggebend bei der Unterkunftsauswahl sind. Dabei wurden zum einen jene bei einer Airbnb-Reise und jene bei einer Hotelreise, als Kontrollgruppe, untersucht. Das Ziel dieser Arbeit ist es, mit Hilfe eines qualitativen, heuristischen Ansatzes, eine neue Perspektive auf die Thematik zu schaffen. Dieser Forschungsansatz unterscheidet sich wesentlich von den quantitativen Methoden, welche in den bereits vorhandenen Studien zu einer vergleichbaren Forschungsfrage verwendet wurde.

Basierend auf der Literatur von Arsel (2017) und Beritelli et al. (2019) wurde ein Interviewprotokoll erstellt, welches als Leitfaden für die Befragung diente. Es wurden sechzehn Personen zu ihrem Reise- und Buchungsverhalten befragt. Ausserdem wurden sie gebeten über eine Airbnb-Reise und über eine Hotelreise zu sprechen. Mit Hilfe der zusammenfassenden Inhaltsanalyse nach Mayring (1991) konnten der Preis, die Annehmlichkeiten einer eigenen Wohnung und die Einfachheit, die Lage und mangelnde Alternativen in dieser Lage sowie das Gemeinschaftsgefühl als entscheidende Einflussfaktoren ausfindig gemacht werden, welche das Wahlverhalten beeinflussen. Der Host hatte nur bedingt einen Einfluss. Zusätzlich konnte aufgezeigt werden, dass kontextuelle Faktoren eine essentielle Rolle spielen. Basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen konnten Handlungsempfehlungen für Airbnb-Hosts sowie auch für Hoteliers abgeleitet werden, um aufzuzeigen, wie diese das Angebot verbessern können und so mehr Millennials von ihrer Unterkunft überzeugen können.

Gendergerechte Sprache

Sämtliche Personenbezeichnungen gelten für alle Geschlechter. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verwendet die vorliegende Arbeit die männliche Schreibweise.

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	1
1.1	AUSGANGSLAGE UND RELEVANZ.....	1
1.2	ZIELSETZUNG	2
1.3	VORGEHENSWEISE	3
2	BEGRIFFLICHKEITEN	4
2.1	SHARING ECONOMY	4
2.2	DAS UNTERNEHMEN AIRBNB.....	5
2.3	MILLENNIALS/GENERATION Y/DIGITAL NATIVES	8
2.4	CONSUMER BEHAVIOR.....	9
3	LITERATURERCHE	12
3.1	EINFLUSSFAKTOREN AIRBNB	12
3.2	EINFLUSSFAKTOREN HOTEL	15
3.3	ÜBERSICHT FAKTOREN UND GEGENÜBERSTELLUNG.....	19
4	METHODIK.....	20
4.1	LITERATURERCHE	20
4.2	QUALITATIVE UMFRAGE	20
4.2.1	FORSCHUNGSFRAGE	21
4.2.2	FORSCHUNGSMETHODIK	21
4.2.3	FORSCHUNGSDESIGN.....	22
4.2.4	FORSCHUNGSTECHNIK.....	23
5	ERGEBNISSE UND ANALYSE.....	32
5.1	KURZUMFRAGE	32
5.2	INTERVIEWS.....	32
5.2.1	PERSÖNLICHKEITSMERKMALE	32
5.2.2	INFORMATIONSBESCHAFFUNG UND BUCHUNGSVERHALTEN	36
5.2.3	ENTSCHEIDUNGSFAKTOREN AIRBNB	39
5.2.4	ENTSCHEIDUNGSFAKTOREN HOTEL.....	45
5.3	FAZIT.....	49
5.3.1	MODELL.....	50
5.3.2	ABGLEICH MIT LITERATUR.....	52
6	KONKLUSION UND AUSBLICK.....	53
6.1	IMPLIKATIONEN FÜR DIE PRAXIS.....	54
6.1.1	AIRBNB-HOSTS.....	54
6.1.2	HOTELIERS.....	55
6.2	LIMITATIONEN UND IMPLIKATIONEN FÜR DIE WEITERE FORSCHUNG	55
7	LITERATURVERZEICHNIS	VI

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Aufbau der Masterarbeit	3
Abbildung 2: Logo AirBed&Breakfast.....	6
Abbildung 3: Cap'n McCain's und Obama O's	6
Abbildung 4: Übersicht über die verschiedenen Faktoren, welche einen Einfluss auf die Wahl des geeigneten Airbnbs bzw. Hotels haben (Literaturrecherche) - eigene Darstellung.....	19
Abbildung 5: Aufbau Methodik Interview (eigene Darstellung).....	20
Abbildung 6: Aufbau Interview (eigene Darstellung)	29
Abbildung 7: Airbnb-Map, Screenshot von: https://www.airbnb.ch/s/St.-Gallen/	43
Abbildung 8: Übersicht über die verschiedenen Faktoren, welche einen Einfluss auf die Wahl des geeigneten Airbnbs bzw. Hotels haben (eigene Studie) - eigene Darstellung.....	50

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einflussfaktoren Entscheidungsfindung in Zusammenhang mit Airbnb bei Millennials basierend auf der Literaturrecherche	15
Tabelle 2: Einflussfaktoren Entscheidungsfindung in Zusammenhang mit Hotels basierend auf der Literaturrecherche	18

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Aufl.	Auflage
bzw.	beziehungsweise
CHF	Schweizer Franken
CTO	Chief Technology Officer
d.h.	das heisst
Ed.	Edition
	Editor, Herausgeber
et al.	et alii, und weitere
EUR	Euro
f.	folgende
ff.	fortfolgende
Hrsg.	Herausgeber
OTA	Online Travel Agency
ÖV	Öffentlicher Verkehr
S.	Seite
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel
resp.	respektive

1 Einleitung

Das erste Kapitel dieser Masterarbeit beschreibt die Einleitung zu dieser Forschung. Hierbei werden weitere Informationen zur Ausgangslage und auch zur Relevanz gegeben. In einem nächsten Schritt wird das Ziel für diese Forschungsarbeit aufgezeigt und die Vorgehensweise verdeutlicht.

1.1 Ausgangslage und Relevanz

Airbnb – eine Onlineplattform, welche es Privatpersonen rund um den Globus erlaubt, nicht genutzte Wohnräume an Reisende zu vermieten. Millionen von Touristen haben bereits auf ein Airbnb als alternative Reiseunterkunft zurückgegriffen und diese Zahl steigt stetig. (Guttentag & Smith, 2017, S. 1)

Es ist allgemein bekannt, dass das Geschäftsmodell von Airbnb und dessen rasanten und einzigartigen Aufstieg die Hotelindustrie aufmischt und das Potenzial besteht, dass es sich auf die Hotelbranche auswirkt (Guttentag & Smith 2017, S. 1f.). Mehrere Studien haben sich bereits mit diesem Thema auseinandergesetzt und haben versucht den Einfluss von Airbnb auf das Hotelgewerbe zu analysieren.

Guttentag und Smith (2017, S. 6) kamen zu dem Ergebnis, dass die Nutzer von Airbnb die Privatunterkünfte vor allem als Alternative zu einem klassischen Hotel sehen. Hauptsächlich werden Mittelklassehotels und Budgethotels bzw. Motels substituiert. Diese Erkenntnis wird von Zervas, Proserpio und Byers (2015, S. 704) grösstenteils bestätigt, welche den Einfluss des Einstiegs von Airbnb auf den Texanischen Hotelmarkt untersuchten. Auch in deren Studie konnte festgestellt werden, dass die Auswirkung von Airbnb auf Hotels der unteren Preiskategorie und auch auf jene, welche nicht auf Geschäftsreisende ausgerichtet sind, grösser ist. Das zeigt sich vor allem im lokalen Hotelzimmerumsatz. Auch Jiang, Law und Li (2020, S. 5ff.), welche Tiefeninterviews mit verschiedenen Hoteliers in China durchführten, bestätigen, dass eher Hotels mit vier oder drei Sternen oder Low-Budget-Hotels den Einfluss der Peer-to-Peer-Unterkünfte spüren. Auf Hotels mit fünf Sternen haben diese jedoch kaum einen Einfluss. Laut Lane und Woodworth (2016, S. 13f.) können die historischen Preisaufschläge zu nachfrageintensiven Zeiten wegen der Vermittlungsplattform nur in abgeschwächter Form umgesetzt werden. Die Untersuchungen von vergangenen Hotelzyklen legten dar, dass ein erhöhter Wettbewerb, welcher unter anderem auch durch die neuen Angebote über die Plattform entsteht, die Fähigkeit eines Hotels, den Preis anzuheben, beeinträchtigt. Teils werden diese dadurch auch gezwungen, Preise zu senken, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Zudem könnte auch das Wachstum des traditionellen Hotelangebots eingeschränkt werden. Auch Nowak et al. (2015, S. 1f.), welche für den Finanzdienstleister Morgan Stanley tätig waren, kamen zu dem Ergebnis, dass vor allem Hotels und Bed and Breakfasts von Reisenden durch Airbnbs ersetzt werden. Jedoch haben sie auch festgestellt, dass der Einfluss auf die Branche sehr limitiert ist, da die User der Plattform meist Freizeitreisende mit einer längeren Verweildauer sind und nicht Geschäftsreisende, welche nur wenige Tage bleiben und für Hotels besonders wichtig sind. Auch ein Co-Founder von Airbnb, Nathan Blecharczyk, gab in einem

Interview (Dingman, 2015) an, dass das Unternehmen nicht versucht, ein perfektes Substitut für Hotels zu sein und seinen Fokus somit auf andere Dinge als die Hotellerie legt. Während sich Hotels durch ihre Annehmlichkeiten und auch den gleichbleibenden Service auszeichnen, zieht es, laut dem CTO, die Mehrheit der Plattform-User vor, wie ein Einheimischer zu leben und wollen versuchen, einen neuen Weg zu gehen – abseits des Altbekannten.

Dies zeigt, dass sich auch Forscher uneinig sind über das genaue Ausmass an Einfluss, welchen Airbnb auf die gesamte Hotelbranche hat.

In vielen Städten gehen mittlerweile Politiker sowie auch Bürger gegen die wachsende Bedrohung durch Airbnb vor und das nicht nur wegen der steigenden Gefahr für die Hotelbranche (vgl. Guttentag & Smith, 2017; Zervas et al., 2015). Der Vorwurf lautet auch, dass durch das Anbieten von leerstehenden Immobilien der Wohnungsmangel weiter verschärft wird und leistbares Wohnen nicht mehr möglich ist. Viele Städte haben deshalb schon etwas gegen die Kurzzeitvermietung unternommen. (Höhler, Louven, Streit, & Peer, 2019)

In Anbetracht des rapiden Aufstieges, der Aktualität des Themas und der ständig wachsenden Userzahlen, zusammen mit den Kontroversen, welche Airbnb umgeben, ist es essentiell, weitere Forschung zu betreiben, um Genaueres über die Faktoren herauszufinden, welche entscheidend sind, dass sich eine Person aus der Generation Y für ein Airbnb und gegen ein Hotel entscheidet. So können auch neue Handlungsempfehlungen für die Hotellerie und auch für Airbnb Hosts ausgearbeitet und die Forschung in diesem Bereich ergänzt werden.

1.2 Zielsetzung

Das Ziel dieser Arbeit ist es, zu untersuchen, auf Basis welcher Faktoren sich die Zielgruppe für ein Airbnb entscheidet und so die bereits bestehende Literatur zu ergänzen. Die zentrale Forschungsfrage dieser Masterarbeit lautet:

Wie kommt es dazu, dass Sie sich für dieses Airbnb entschieden haben? – Eine Studie über das Wahlverhalten von Millennials in Zusammenhang mit Airbnb

Basierend darauf wurden Arbeitshypothesen aufgestellt, welche es zu prüfen gilt:

- Spontanität und Flexibilität spielen bei dieser Zielgruppe eine wichtige Rolle.
- Die Informationssuche und Buchungen finden online statt.
- Der Preis und die Lage sind für ein Millennial bei einem Airbnb entscheidend.
- Die entscheidenden Faktoren, warum ein Airbnb gewählt wurde, unterscheiden sich kaum von jenen, welche für Hotels gelten.

In dieser Masterarbeit werden somit die wesentlichen Einflussfaktoren auf das Wahlverhalten in Zusammenhang mit Airbnb untersucht. Dabei konzentriert sich diese Masterthesis auf Millennials. Wagner, Kuhndt, Lagomarsino und Mattar (2015, S. 13) können in einer Studie aufzeigen, dass die junge Generation der Millennials – auch bekannt als Generation Y – die Hauptzielgruppe von webbasierten Plattformen, wie beispielsweise Airbnb ist. Deshalb sind Millennials in dieser Studie die Hauptzielgruppe, auf welche der Fokus gelegt wird und als Schlussfolgerung daraus auch zur Befragung herangezogen wird. Da die Forschungen, die zu

diesem Themengebiet bereits durchgeführt wurden, alle einen quantitativen Ansatz nutzen (vgl. Amaro, Andreu, & Huang, 2019; Guttentag, Smith, Potwarka, & Havitz, 2017), wird eine explorative Studie mithilfe einer qualitativen Methode basierend auf der «Heuristisch basierten Forschung» (siehe S. 24) durchgeführt. Dadurch, dass ein qualitativer Ansatz in Kombination mit diesem Forschungsdesign gewählt wird, unterscheidet sich diese Studie massgeblich von allen bereits durchgeführten Studien zu diesem Themenbereich. Erstens können die Befragten frei antworten, ohne dabei durch eine vom Forscher bereits getroffene Vorauswahl an Kriterien eingeschränkt zu werden. Zweitens wird es ermöglicht, die Reiseentscheidungen auf einer kontextuellen Ebene zu verstehen und das Ganze nicht nur aus einem zurückblickenden Blickwinkel zu betrachten. Somit kann auch eine neue Perspektive aufgebracht werden. Ein weiteres Ziel ist es, dass induktive und deduktive Schlüsse gezogen werden können. Zum einen wird ein neues Modell aufgestellt, um damit einen Beitrag zur aktuellen Forschung im Bereich des Wahlverhaltens bei der Unterkunftswahl im Tourismus mit speziellem Fokus auf Airbnb zu leisten. Zum anderen sollen die gewonnenen Ergebnisse der bereits bestehenden Forschung mit diesem Modell abgeglichen werden.

1.3 Vorgehensweise

Die Arbeit wird grob in einen theoretischen und einen empirischen Teil gegliedert.

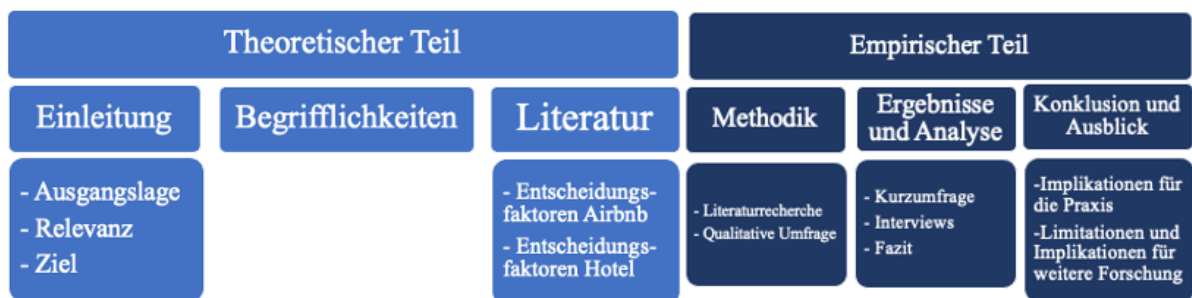


Abbildung 1 Aufbau der Masterarbeit

Der theoretische Teil umfasst die Kapitel 1 bis 3. Zuerst werden Ausgangslage, die Relevanz der Thematik und die Ziele der Arbeit aufgezeigt. In einem nächsten Schritt werden wichtige Schlagwörter, wie Sharing Economy und Airbnb, erklärt, damit der Leser und die Autorin dasselbe Verständnis von den verschiedenen Begrifflichkeiten haben. Anschliessend wird ein Überblick über die Literatur gegeben, welche sich bereits mit dieser Thematik auseinandersetzt. Hierbei werden sowohl Studien zu Airbnb sowie auch Hotels angeschaut.

Der empirische Teil umfasst die Kapitel 4 bis 6. Hier wird zu Beginn die Methodik sowie die Art der Datengewinnung erklärt. Anschliessend werden die Ergebnisse der Umfrage beschrieben und ein Fazit wird gezogen. Die Arbeit wird durch eine Konklusion und einem Ausblick auf die weitere zukünftige Forschung, welche noch in diesem Bereich gemacht werden sollte abgeschlossen.

Der Grund, wieso diese Arbeit so aufgebaut ist, ist, dass zu Beginn ein Überblick über die Thematik geschaffen werden soll. Die Methodik und die Vorgehensweise wurden deshalb so genau erklärt, damit die Forschung ihre qualitative Gültigkeit erlangt. In Anschluss darauf wird vertieft auf die Materie eingegangen.

2 Begrifflichkeiten

In diesem Kapitel werden essentielle Begrifflichkeiten erklärt, damit der Leser den Kontext der Arbeit besser versteht. Es wird näher auf Begriffe, wie Sharing Economy, Airbnb, Millennials und Customer Behavior eingegangen.

2.1 Sharing Economy

Uber, Lyft und Airbnb – all diese Plattformen basieren auf dem Prinzip der Sharing Economy. Diese genannten Unternehmen stellen aber nur einen kleinen Ausschnitt aus der tatsächlichen Vielfalt an existierenden Peer-to-Peer-Plattformen dar, welche eine Alternative zu den traditionellen Anbietern von Produkten und Dienstleistungen sind. (Sundararajan, 2016, S. 6f.) Diese Plattformen arbeiten damit, dass ungenutztes Inventar, wie beispielsweise leerstehende Wohnungen, durch kostenpflichtiges Teilen gemeinschaftlich genutzt werden kann.

Nach Wagner et al. (2015, S. 8) gibt es drei verschiedene Arten von Sharing Economies. Diese sind zum einen die Umverteilungsmärkte, also das Umverteilen von Dingen von dort, wo sie nicht gebraucht werden, zu einer Person oder einem Ort, wo sie benötigt werden. Zum anderen gibt es noch die Produkt-Service-Systeme. Diese ermöglichen es den Mitgliedern dieser Plattformen von dem Nutzen von etwas zu profitieren, ohne dass sie es direkt besitzen müssen. Als eine weitere Form der Sharing Economy beschreiben sie zudem noch Plattformen für kollaborative Lebensstile. Darunter kann die Möglichkeit des Teilens und Austauschens von weniger greifbaren Gütern, wie beispielsweise Zeit oder Fähigkeiten, verstanden werden.

Diese Plattformen erfuhren in den letzten Jahren ein grosses Wachstum Die zwei Schlüsselfaktoren dieser Entwicklung sind folgende: Flexibilität auf der Angebotsseite und technologische Innovation. Mit ersterem ist gemeint, dass die Anbieter schnell und einfach ein Angebot auf die Plattform stellen und entfernen können. Zweites, die technologische Innovation, ermöglicht den Anbietern einen einfachen Markteintrittsprozess und die Transaktionskosten können niedrig gehalten werden. Ausserdem wird die Suche nach passenden Angeboten für die Kunden erleichtert. (Zervas et al., 2017, S. 687) Das ist auch dem Aufstieg des Internets zu verdanken, welches eine einfache Erstellung von Netzwerken ermöglicht hat (Möhlmann, 2015, S. 194). Sundararajan (2016, S. 26f.) zeigt weitere fünf Indikatoren auf, wie die Sharing Economy charakterisiert werden kann. Als Erstes legt er dar, dass die Sharing Economy weitgehend marktbasierend ist. Das heisst, dass Märkte geschaffen werden, welche den Austausch von Gütern und auch die Entwicklung neuer Dienstleistungen ermöglichen. Dies führt zu einem potenziell höheren Mass an wirtschaftlichen Aktivitäten. Zweitens, sie ermöglicht es, dass beispielsweise Vermögenswerte, Fähigkeiten und Zeit näher an ihrer vollen Kapazität liegen, da sie alle auf einem Niveau genutzt werden können. Das Kapital kann somit als hochwirksam bezeichnet werden. Drittens, kommen die Angebote von einer dezentralen Masse, bestehend aus unterschiedlichen Individuen, anstatt von traditionellen Unternehmen oder dem Staat. Der Austausch findet somit über Crowd-basierte Marktplätze statt und nicht über zentralisierte Institutionen. Als vierten Punkt nennt er das Verschwimmen von den Grenzen zwischen Persönlichem und Professionellem. Peer-to-Peer-Aktivitäten, welche früher als persönlich galten, wie beispielsweise Mitfahrgelegenheiten, werden durch das Angebot von

Dienstleistungen und von Arbeit kommerzialisiert und skaliert. Fünftens, verschwimmen immer mehr die Grenzen zwischen Vollbeschäftigung und Gelegenheitsarbeit, zwischen abhängiger und unabhängiger Beschäftigung und zwischen Freizeit und Arbeit. Vertragsarbeiten verdrängen viele der traditionellen vollzeitbeschäftigten Arbeitsplätze. Diese Art zeichnet sich vor allem durch zeitliches Engagement, wirtschaftliche Abhängigkeit und Entrepreneurship aus.

Damit ein solches Sharing System funktioniert braucht es vor allem Vertrauen zwischen Fremden, Leerlaufkapazitäten, ein Glauben an die Gemeinschaft, ein effektives Management von den gemeinsamen Ressourcen und eine kritische Masse an Nutzern, Kunden, Anbietern und Mitgliedern (Wagner et al., 2015, S. 8).

Aus dem Konzept der Sharing Economy entstanden sogenannte Microentrepreneure, was auch der Gedanke hinter Airbnb ist. (Bedford & Carayannis, 2018, S. 113) Das bedeutet also, dass jeder, der freie Räumlichkeiten zur Verfügung hat, eine Übernachtung mit nur wenigen Klicks auf einer App anbieten kann und zu einem Microentrepreneur werden kann. Sundararajan (2016, S. 114) weist darauf hin, dass ein leeres Zimmer in diesem Kontext mehr als nur ein freier Raum ist. Es ist ein Vermögenswert, welcher nicht voll ausgenutzt wird. Mit dieser Peer-to-Peer-Plattform ist der Besitzer in der Lage, dieses Asset in eine zusätzliche Einnahmequelle zu verwandeln und die Überkapazität, also beispielsweise leerstehende Wohnungen, so ausnutzt. Viele der sogenannten Hosts haben daraus bereits ein Business gemacht. (Bedford & Carayannis, 2018, S. 113)

Die Sharing Economy ist kein komplett neues Konzept. Schon seit Generationen bilden Menschen Fahrgemeinschaften oder machen Couchsurfing. (Bedford & Carayannis, 2018, S. 113) Auch Benkler schrieb schon im Jahre 2004 (S. 278), dass das soziale Teilen und das Tauschen zu einer gängigen Modalität in der fortgeschrittenen Volkswirtschaft in Bereichen, wie Kultur, Bildung, Informationen, Konsum und Kommunikation, wird.

2.2 Das Unternehmen Airbnb

Wie bereits erwähnt handelt es sich bei Airbnb um eine Onlineplattform, eine sogenannte Peer-to-Peer-Plattform, welche es Privatpersonen fast überall auf der Welt erlaubt, dass sie ihre unbenutzten Wohnräume Reisenden zur Verfügung stellen und dafür im Gegenzug monetär entlohnt werden. (Guttentag & Smith, 2017, S. 1)

Das Unternehmen und auch andere Peer-to-Peer-Plattformen verfolgen ein Geschäftsmodell, welches als mehrseitiges Plattform-Geschäftsmodell bezeichnet werden kann (Rumble & Mangematin, 2015, S. 98). Unternehmen, welche ein solches Modell betreiben, verbinden zwei oder mehrere Parteien oder auch sozusagen Seiten, also Käufer, Verkäufer und Anbietern von zusätzlichen Leistungen, miteinander. Im Falle von Airbnb bietet also die erste Seite, der Gastgeber, ungenutzte Fläche für die kurzzeitige Vermietung an. Die zweite Seite, der Gast, sucht einen Ort, an dem er sich für einen bestimmten Zeitraum aufhalten kann und nächtigen kann. Als dritte Seite können ergänzende Dienstleister gesehen werden. Ein Beispiel dafür wäre Fotografen, welche den Hosts anbieten, attraktive Fotos von ihren Unterkünften zu machen. Airbnb verspricht all diesen Anspruchsgruppen einen Wert (Value Proposition). Für die Hosts wären es beispielsweise, dass sich das Unternehmen um den monetären Transfer kümmert und dass durch eine Verifizierung der Identität der Gäste das Risiko für sie reduziert wird. Den Reisenden hilft das Unternehmen dabei eine passende Unterkunft zu fin-

den, es ermöglicht ihnen den Zugang dazu und minimiert ihr Risiko durch das Fördern von User-Bewertungen, durch die Abwicklung von den Geldtransaktionen und durch das Anbieten von Unterstützung bei Schwierigkeiten beim Check-In. Für die dritte Gruppe wird vor allem durch den Zugang zu potenziellen Kunden ein Wert kreiert. Damit sind beispielsweise Fotografen gemeint, welche in den Gastgebern eine neue Kundengruppe gefunden haben und für sie ansprechende Wohnungsbilder machen. (Dolnicar & Reinhold, 2017, S. 30ff.) Wichtig ist dabei, dass die kritische Masse erreicht wird. Je höher die Anzahl der Gastgeber ist, desto mehr Auswahl haben die Reisenden bei ihrer Suche und desto wahrscheinlicher ist es auch, dass sie eine Unterkunft finden, welche ganz ihren Vorstellungen entspricht. Aus der Perspektive der Gastgeber ist es umso attraktiver je mehr Nutzer auf der Plattform sind. (Rochet & Tirole, 2003, S. 990)

Airbnb ist ein Pionier im Gebiet der Sharing Economy und die Onlineplattform wurde innerhalb weniger Jahre zu einem wichtigen Thema im Hotelgewerbe. Seit der Gründung im Jahr 2008 wächst das Unternehmen rapide und kann bereits über 800 Millionen über die Plattform gebuchte Aufenthalte verzeichnen. (Guttentag & Smith, 2017; S. 1, Airbnb, 2020) Mit mehr als 5,6 Millionen Angeboten in fast jedem Land auf der Welt (Airbnb, 2020a), kann das Unternehmen nicht mehr nur als kleinen Player in der Tourismusbranche angesehen werden. Wie sich aber zeigt, sind sich Forscher bei der Frage, inwiefern die Plattform einen Einfluss auf die Hotelbranche hat, uneinig (siehe Einleitung; vgl. Guttentag & Smith, 2017; Zervas, Proserpio, & Byers, 2017; Nowak, et al., 2015; siehe Kapitel «1. Einleitung»).

Die Erfolgsgeschichte begann im Sommer 2007, als die beiden Studienkollegen Joe Gebbia und Brian Chesky, nach San Francisco zogen, um im Silicon Valley ihr Glück als Unternehmer zu versuchen. Eine genaue Geschäftsidee hatten die Designer bis dahin noch nicht. Zu diesem Zeitpunkt fand gerade eine Designkonferenz statt und alle Hotels in der Stadt waren ausgebucht. Da sie unbedingt ihr Budget aufbessern mussten, um sich die Miete für ihr Apartment leisten zu können, legten sie Luftmatratzen aus und vermieteten diese an die Konferenzteilnehmer. (Hohensee, 2016) Sie stellten schnellstmöglich eine Internetseite online, welche sie AirBed &



Abbildung 2 Logo AirBed&Breakfast

Breakfast (siehe Logo bei Abbildung 2) nannten (Jasper, 2019). Da weder Gebbia noch Chesky wussten, wie man eine Website professionell programmiert, holten sie Nathan Blecharczyk, ein ehemaliger Mitbewohner von Gebbia und ein an der Harvard Universität ausgebildeter Entwickler, mit ins Boot. (Hohensee, 2016) Um ihr Start-Up zu finanzieren, verkauften sie Zerealien, deren Verpackungen und Inhalt passend zum Präsidentschaftswahlkampf in den USA gestaltet wurden (siehe Foto bei Abbildung 3). Mit den Obama



Abbildung 3 Cap'n McCain's und Obama O's

O's und den Cap'n McCains konnten sie fast 30.000 Dollar einnehmen, um ihr Start-Up zu finanzieren. Kurz darauf erhielten sie auch ihre erste Finanzierung im Wert von 20.000 Dollar von Y Combinator. Im Jahr 2009 wurde die Internetseite dann auf Airbnb umbenannt. Da die Einnahmen über die Plattform immer noch sehr niedrig waren, beschlossen die Gründer, dass sie sich persönlich mit Airbnb-Usern treffen, um heraus

zu finden, was der Grund für die geringe Nutzung der Plattform ist. Diese gaben ihnen den Rat, dass meistens die Fotos der zu vermietenden Räumen nicht besonders ansprechend waren. Daraufhin kauften sie sich eine Kamera, gingen von Tür zu Tür und machten die Fotos selbst, damit sie für die potenziellen Kunden ansprechend waren. Anschliessend ging es aufwärts mit dem Unternehmen und dessen Umsätzen. (Jasper, 2019)

Neben Airbnb gibt es noch zahlreiche weitere Vermittlungsplattformen im Internet, welche Privatpersonen und Reisende zusammenbringen wollen. Beispiele dafür sind Couchsurfing, Vrbo (kurz für Vacation Rental by Owner) und OneFineStay. Airbnb unterscheidet sich vor allem durch das umfangreiche Gastgeber Netzwerk in über 191 Ländern und der Möglichkeit Aktivitäten vor Ort über die Plattform zu buchen (Franklin, 2019). Eine Frage, welche sich stellt, ist, welche zusätzlichen Unterschiede es von Airbnb zu all diesen Plattformen gibt.

Wird Airbnb nun mit der Plattform Couchsurfing verglichen, so fällt auf, dass Airbnb-Hosts sich meist auf der Plattform befinden, um ihre freien Wohnungen gewinnbringend an Reisende zu vermieten. Dies steht ganz im Kontrast zu den sozialen Beweggründen eines Couchsurfing-Gastgebers. Laut Jennifer Billock, dem CEO von Couchsurfing, sind die primären Beweggründe, wieso diese Unternehmensplattform von Gastgebern und Reisenden genutzt wird, nämlich die Gastfreundschaft und das Bedürfnis nach dem Knüpfen von sozialen Kontakten, ohne einen monetären Preis dafür zu verlangen bzw. zu bezahlen. Ausserdem bezeichnet sie ihre Plattform nicht als Unterkunftsplattform, sondern eher als soziales Netzwerk, welches einen Austausch von sozialen Werten anregt und wo der Akt des Gastseins und des Gastgebers keinerlei gegenseitige Erwartungen auslösen. Couchsurfing ist ein Beispiel, welches einer reinen Geschenkökonomie sehr nahekommt. Auch bei Airbnb kommen in einer abgeschwächten Form Aspekte der Geschenkökonomie zu tragen. Auch wenn die Reisenden Geld an den Besitzer bezahlen, so schenken viele Hosts in gewisser Weise auch ihren persönlichen Raum, was teils auch mit einer Intimität verbunden ist. Beispielsweise befinden sich in den Wohnungen oftmals Familienbilder, Andenken an Reisen oder auch bestimmte Gewürze in der Küche. Der vermietete Raum geht von etwas komplett Privatem und Persönlichem in etwas Öffentliches über. Nicht nur das – viele Vermieter geben sich zusätzlich Mühe, damit sich die Gäste wohl fühlen. Beispielsweise stellen sie eine Flasche Wein auf den Tisch, hinterlegen Stadteführer und eine Liste mit ihren liebsten Restaurants. Dasselbe kommt von Seiten der Gäste. Einige unter ihnen bringen dem Gastgeber ein Souvenir aus ihrer Heimat mit und bemühen sich darum, die Wohnung bei der Abreise aufgeräumt zu hinterlassen. (Sundararajan, 2016, S. 39f.)

Einer der grössten Unterschiede zwischen Airbnb und Vrbo ist, dass bei Letzterem nur ganze Unterkünfte gemietet werden können und nicht einzelne Räume in einer Wohnung oder einem Haus, welches mit dem Besitzer geteilt wird. Die Nutzer von Vrbo können sich so sicher sein, dass das gemietete Objekt ganz ihnen gehört, was sich auch in der Marketingstrategie des Unternehmens zeigt. Dies bedeutet aber auch wiederum, dass es weniger Mietobjekte zur Auswahl gibt. (Franklin, 2019)

OneFineStay hat sich seit Beginn auf Luxusanwesen, Villen und teure Yachten spezialisiert. Die Plattform stellt sicher, dass die Reisenden alle Annehmlichkeiten, welche sie in fünf Sterne Hotels erwarten würden, auch bei Buchungen über die Plattform erhalten. Die Räumlichkeiten werden zwar von Privatpersonen zur Verfügung gestellt, aber Services, wie beispielsweise Reinigung, täglich frische Bettwäsche und einen 24/7-Gästeservice, werden von der Plattform selbst angeboten. Während der Gründer von OneFineStay, Evan Frank, im Jahre

2015 Airbnb noch nicht als Konkurrenten sah, sondern lediglich Luxushotels (Sundararajan, 2016, S. 40), sieht es mittlerweile anders aus. Mit der Einführung von Airbnb Luxe versucht das Unternehmen nun auch in dieses Marktsegment einzusteigen. Bei jeder Buchung wird ein Reiseleiter zur Seite gestellt, welcher sich um die Gäste kümmert und all ihre Wünsche erfüllt. Das Konzept bleibt jedoch dasselbe wie beim Altbekannten – es sollen authentische, lokale und auch magische Reiseumomente geschaffen werden, nur jetzt eben an besonders aussergewöhnlichen Orten.

Eine weitere Plattform, welche nicht ausser Acht gelassen werden sollte, ist Booking.com. Hierbei handelt es sich nicht um eine typische Peer-to-Peer-Plattform, da das Unternehmen jahrelang das Konzept des traditionellen Online-Reisebüros verfolgt hat. Die Hosts sind meist keine Privatpersonen, sondern Hotels. Jedoch werden auch einige Unterkünfte von Einzelpersonen angeboten. Ein weiterer gravierender Unterschied zu Airbnb ist, dass nur der Raum beschrieben wird. (Dolnicar & Hajibaba, 2017, S. 68f.) Es werden nur begrenzt weitere Informationen zur Verfügung gestellt, wie beispielsweise, ob das Hotel für Familien ist, wie viele Pools es gibt oder ob es im Ortskern liegt. Dolnicar und Hajibaba (2017, S. 68f.) führen weiter aus, dass Booking.com ausserdem nicht die Unterkunft verifiziert und auch nicht garantiert, dass alle Informationen, welche über die Plattform gezeigt werden, korrekt sind.

Das grösste Unterscheidungsmerkmal zu allen Mitbewerbern ist die grosse Auswahl und die breite Vielfalt an unterschiedlichsten Unterkünften. Airbnb bietet von einem einfachen Zimmer in einer Wohnung, welche mit dem Host geteilt wird, über ein ganzes Haus bis hin zur Multi-Millionen-Dollar-Villa alles an. (Nowak, et al., 2015, S. 46)

Dolnicar und Hajibaba (2017, S. 69-74) befragten Airbnb-Hosts, welche schon auf verschiedenen Plattformen ihre freie Fläche angeboten haben, was ihnen an den verschiedenen Plattformen gefallen hat und was nicht. Viele gaben dabei an, dass ihnen bei Airbnb gefiel, dass sie dank der Plattform viel über den Gast erfahren konnten. Sie konnten das Gäste-Rating von anderen Hosts sehen und wie sich die Person auf der Plattform präsentiert. Bei einigen Hosts kam nicht gut an, dass Airbnb versucht, die Hosts davon zu überzeugen, dass sie ihre Preise in der Nebensaison senken sollen und dass sie keine Gästeanfragen ablehnen sollen. Zusätzlich störten sich einige daran, dass es ein 24-Stunden Zeitlimit gibt, um eine Anfrage anzunehmen oder abzulehnen.

2.3 Millennials/Generation Y/Digital Natives

Die Generation Y hat viele Namen, welche von Millennials über Net Generation bis hin zu den Digital Natives reichen (Fietkiewicz, Lins, Baran, & Stock, 2016, S. 3831).

Millennials wuchsen in Zeiten der Unsicherheit auf. Sie waren konfrontiert mit 9/11 und internationalem Terrorismus, Klimawandel und sozialer Ungleichheit, der Finanzkrise und hohen Arbeitslosenzahlen, immer stärkerem Wettbewerb auf dem Arbeitsmarkt und vielem mehr. Deshalb können Offenheit für Veränderung, Toleranz gegenüber Vielfalt, Flexibilität, kontinuierliches Lernen und effizientes Multitasking als wichtige Eigenschaften dieser Generation bezeichnet werden. (Klimesch, 2015, S. 16) Millennials zeichnen sich ausserdem vor allem durch die stark ausgeprägte technologische Affinität und dem Wunsch zu kollaborieren aus. Letzteres bedeutet, dass auch ein grosses Potenzial für eine Collaborative Consumption Bewegung besteht. (vgl. Huber & Rauch, 2013, S. 15; Schneider, 2012)

Nach Prensky (2001, S. 1) sind Digital Natives die Muttersprachler der digitalen Computer-, Videospiel- und Internetsprache. Ausserdem waren sie von Geburt an von neuen Technologien umgeben und haben damit interagiert. Auch Fietkiewicz et al. (2016, S. 3832) bezeichnen diese Generation als besonders technikaffin und visuell anspruchsvoll, da sie bereits in jungen Jahren mit bestimmten Technologien in Berührung gekommen sind. Sie zeigen zusätzlich die Unterschiede zwischen den Untergruppen der Millennials auf. Obwohl es bestimmte Technologien bereits schon seit den 80er Jahren gibt, hat es doch einige Jahrzehnte gedauert, bis die breite Masse sie aufgenommen hatte. Somit wuchsen Kinder in den späten 90ern in einem ganz anderen Umfeld auf als ihre Eltern oder auch Kinder der frühen 90er Jahre. Digital Natives stellen also eher die jüngeren Vertreter der Generation Y dar (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 17).

Experten sind sich zwar hinsichtlich der exakten zeitlichen Einordnung dieser Generation uneinig, die Abweichungen sind jedoch gering. Nach PwC (2011) sind Millennials Personen, welche zwischen 1980 und 2000 geboren sind und nach Hurrelmann und Albrecht (2010, S. 17) Personen, welche zwischen 1985 und 2000 zur Welt gekommen sind. In dieser Arbeit wird auf die zeitliche Einteilung von Hurrelmann und Albrecht (2010, S. 17) Bezug genommen.

Die Sharing Economy spricht gerade diese jüngere Demografie an (Tussyadiah & Pesonen, 2015, S. 1027). Wagner et al. (2015, S. 13) fanden heraus, dass die junge Generation der Millennials die Hauptzielgruppe von Unternehmen sind, welche eine Webplattform haben oder auch eine mobile App, um ihre Dienste zu ermöglichen. Der Grund dafür ist, dass sie neben der Technikaffinität (Fietkiewicz et al., 2016, S. 3832) nicht zuletzt auch die Grösse der Zielgruppe sowie deren Kaufkraft attraktiv sind (Parment, 2013, S. 190). Auch Studien, welche von Airbnb (vgl. Airbnb, 2016, S. 2) durchgeführt wurden, bringen weitere Attribute zu Tage, wieso genau diese Zielgruppe für die plattformbasierten Sharing-Unternehmen so interessant ist. Im Jahre 2025 werden Millennials und die Generationen danach schon 75% aller Reisenden ausmachen. Es konnte gezeigt werden, dass Reisen für diese Generation von grosser Bedeutung ist. Viele der Befragten würden bevorzugt mit ihrem Bankguthaben andere Länder besuchen, als einen Kredit abzubezahlen oder sich materielle Dinge anzuschaffen. Ausserdem erlebt die Generation Y gerne Neues, wenn sie reist. Sie ist auf der Suche nach Abenteuern und möchte ihre Reise so authentisch wie möglich erfahren – darunter auch die Unterkunft. Dazu gehört auch mit den Locals in Kontakt zu sein. Wie BizCommunity (2018) berichtet, gibt auch der CEO der Europe Assistance South Africa, Jacques Preyser, an, dass Spontanität für diese Altersgruppe eine wichtige Rolle spielt. Sie wollen ihre Pläne kurzfristig anpassen können. Nicht zuletzt kommt auch noch hinzu, dass Millennials die grösste Kundengruppe von Airbnb sind. (Airbnb, 2016, S. 2)

2.4 Consumer Behavior

In diesem Punkt soll dem Leser einen groben Überblick über das Verbraucherverhalten (Consumer Behavior) gewährt werden, um die Komplexität dieser Materie aufzuzeigen. Eine Vertiefung dieser Thematik würde den Rahmen dieser Arbeit überschreiten.

Das Interesse am Verbraucherverhalten, auch Consumer Behavior genannt, wächst und das nicht nur im Bereich des Marketings, sondern auch in den Sozialwissenschaften. Es steigt das Bewusstsein für die zunehmende Bedeutung des Konsums in unserem täglichen Leben, aber auch in der Organisation von immer wiederkehrenden Aktivitäten, der Identitätsbildung und der politischen sowie auch wirtschaftlichen Entwicklung (vgl. Miller, 1995). Die Konsumkultur scheint sich von Europa und Nordamerika in andere Teile der Welt auszubreiten. Deshalb ist es auch für Unternehmen besonders wichtig, ihre Zielgruppe zu verstehen, denn ein grundlegendes Marketingkonzept besagt, dass sie existieren, um die Bedürfnisse der Verbraucher zu befriedigen. Diese Bedürfnisse können nur in dem Ausmass befriedigt werden, wie die Unternehmen die Produktnutzer verstehen und das besser als ihre Konkurrenz. Das erlangte Wissen über die Verbraucher fließt überall in den Marketingplan ein und es hilft dabei den Markt zu definieren und Chancen sowie auch Bedrohungen zu evaluieren, welche sich darauf auswirken könnten, wie ein Produkt vom Kunden angenommen wird. (Solomon, Bamossy, Askegaard, & Hogg, S. 6ff.)

Mit der Bezeichnung Konsument ist eine Person gemeint, welche den Wunsch oder das Verlangen hat, einen Kauf zu tätigen und dieses gekaufte Produkt zu einem späteren Zeitpunkt dann wieder zu entsorgen. Wenn über Consumer Behavior gesprochen wird, dann ist die Untersuchung von Prozessen gemeint, welche bei der Auswahl, dem Kauf, der Nutzung oder der Entsorgung von Produkten, Dienstleistungen, Ideen oder Erfahrungen ablaufen. Diese verschiedenen Aufgaben innerhalb dieser Phasen können aber auch von unterschiedlichen Personen durchgeführt werden. Beispielsweise kauft die Teenager-Tochter ihre Kleidung selbst ein und die Mutter entsorgt sie dann, sobald diese von ihr nicht mehr getragen wird. (Solomon et al, S. 6f.)

In den Anfangszeiten der Entwicklung dieses Forschungsfelds gingen die Experten davon aus, dass das Verbraucherverhalten die Interaktion zwischen dem Verkäufer und dem Verbraucher zum Zeitpunkt des Kaufes widerspiegelt, also wenn das Geld im Gegenzug für Ware oder eine Dienstleistung übergeben wird. Im Gegensatz dazu sind die Forscher heute aber davon überzeugt, dass es sich hierbei um einen fortlaufenden Prozess handelt. Es wird also der gesamte Konsumprozess betrachtet, welcher den Nutzer vor, während und nach dem Kauf beeinflusst. Fragen, welche es sich zu stellen gilt, sind zum Beispiel, wie der Konsument entscheidet, ob er das Produkt braucht oder auch was der Kauf eines bestimmten Produktes über die Person aussagt. Bei der Analyse des Verbraucherverhaltens werden Individuen sowie auch Gruppen oder Organisationen angeschaut, welche die Befriedigung ihrer Bedürfnisse zum Ziel haben. Bei den letzteren Beiden trifft oftmals eine Person repräsentativ für die anderen die Entscheidung über den Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung. Das wäre beispielsweise der Fall, wenn ein Einkäufer Büroartikel für ein Unternehmen kauft. Es gibt aber auch Situationen, in welchen mehrere Personen in diesen verschiedenen Phasen des Verbrauchsprozesses ein Mitspracherecht haben. (Solomon et al, S. 6f.) Ein Beispiel dafür wäre, wenn sich die Bewohner einer WG gemeinsam ein teures Küchengerät anschaffen wollen und sie sich gemeinsam über die gewünschten Funktionalitäten, die Marke und das Design beraten.

Eine grundlegende Annahme des Consumer Behaviors ist, dass Personen oftmals Produkte nicht wegen der Funktionalität kaufen, sondern wegen ihrer Bedeutung. Das heisst nicht, dass die eigentliche Aufgabe, welche ein Produkt hat, nicht bedeutsam ist beim Kauf. Es bedeutet aber, dass die Rolle, welche ein Produkt spielt und die Bedeutung, welches es in dem Leben

des Konsumenten hat, weit über die Aufgabe des Produktes hinausgeht. Diese tiefere Bedeutung kann ein entscheidendes Unterscheidungsmerkmal zur Konkurrenz sein. Eine Person wird mit grosser Wahrscheinlichkeit ein Produkt einer Marke wählen, dessen Image mit seinen zugrunde liegenden Wertvorstellungen übereinstimmt. (Levy, 1959, S. 119) Beispielsweise kauft eine Person nicht die neuen Nike Schuhe, weil er davon ausgeht, dass er mit diesen weiter springen und schneller rennen kann als mit Schuhen anderer Marken. Diese werden gekauft, weil sie auch ein Lifestyle-Statement sind und mehr darüber aussagen, wer der Käufer sein will. (Solomon et al, S. 15)

Auch die Rollentheorie gewährt interessante Einblicke in das Verbraucherverhalten. Mit dieser wird die Ansicht vertreten, dass ein Grossteil dieses Verhaltens einem Theaterstück ähnlich ist (vgl. Goffman, 1959). Ein Individuum kann viele verschiedene Rollen annehmen, weshalb sich die Kaufentscheidungen auch, je nachdem in welcher Rolle es sich befindet, ändern können, da sich die Bewertungskriterien stark unterscheiden können. (Solomon et al, S. 6)

Auch die Marktsegmentierung spielt eine besonders wichtige Rolle im Consumer Behavior, denn damit können Verbraucher, welche sich in einem oder auch mehreren Merkmalen sehr ähnlich sind, von anderen abgegrenzt werden. Je nachdem welche Strategie ein Unternehmen verfolgt, kann es sich auf keines, eines oder auch mehrere Segmente fokussieren. Typische Segmentkategorien sind demografische (Alter, Geschlecht, Beruf), geografische (Land, Region), psychografische (Lifestyle, Persönlichkeit) und verhaltensbezogene Merkmale (Brand-Loyalität, die Situation, in welcher das Produkt genutzt wird). (Solomon et al, S. 8)

3 Literaturrecherche

Im dritten Kapitel dieser Masterarbeit, wird einen ersten Einblick in die bereits bestehende Literatur zu diesem Thema gegeben. Zum einen werden die Einflussfaktoren bei Airbnbs und zum anderen bei der Hotelwahl angeschaut.

3.1 Einflussfaktoren Airbnb

Es wurden bereits Studien durchgeführt, welche sich damit auseinandersetzen, wieso ein Reisender sich für ein Airbnb entscheidet, welche Faktoren dabei relevant sind und welche sich wie auf die Wahrnehmung, die Zufriedenheit und die Experience auswirken. Diese Ergebnisse geben eine erste Orientierung, welche Aspekte, laut Forschern, ausschlaggebend sein könnten, wieso sich Personen für ein Airbnb entscheiden. Zu Beginn dieses Punkts werden Studien vorgestellt, welche sich generell mit dem Thema Einflussfaktoren bei Airbnbs auseinandersetzen und anschliessend jene, bei welchen der Fokus auf Millennials liegt.

Das Unternehmen selbst gibt den Gästen die Möglichkeit die Punkte Sauberkeit, Kommunikation, Check-in, Standort und Preis-Leistungs-Verhältnis zu bewerten. (Airbnb, 2021b) Dies lässt darauf schliessen, dass diese Faktoren nach Airbnb massgebend bei der Entscheidungsfindung sind, was grösstenteils auch von Studien bestätigt wird.

Lee, Tse, Zhang und Ma (2020) beschäftigten sich mit den Online-Reviews der Gäste. Insgesamt wurden knapp 170.000 Bewertungen von Reisenden, welche in einem Airbnb in London untergebracht waren, in einer Zeitspanne von fünf Jahren mit Hilfe eines Algorithmus analysiert, um mehr über die Einflussfaktoren auf die Customer-Experience herauszufinden. Hier zeigt sich ganz klar, dass die Hilfsbereitschaft und die Flexibilität des Hosts und die Kommunikation mit ihm eine grosse Rolle spielen. Zusätzlich beeinflussen die Ausstattung der Räumlichkeiten, beispielsweise, ob WLAN vorhanden ist, die Lage, Sauberkeit sowie Umweltgeräusche, wie beispielsweise Strassenlärm, die Erfahrung der Gäste.

Zhang, Cui, Cheng, Zhang und Li (2020) zeigten die von Gästen wahrgenommenen wichtigsten Unterschiede zwischen Hotels und Peer-to-Peer-Unterkünften auf, in dem die Autoren Online-Reviews analysierten. Dabei konnten sie feststellen, dass die Authentizität – in ihrer Forschungsarbeit unter „Atmosphäre“ fallend – und der Preis bzw. das Preis-Leistungs-Verhältnis ein ausschlaggebender Vorteil gegenüber einem Hotel sind. Auch die Flexibilität, welche Airbnb bietet, wurde von den Gästen in den Reviews hervorgehoben. Damit sind beispielsweise auch die Erlaubnis des Hosts später einzuchecken und seine persönlichen Gegenstände zu nutzen gemeint.

Guttentag (2015b) führte eine konzeptionelle Untersuchung von Airbnb durch die Linse der disruptiven Innovationstheorie durch. Diese beschreibt, wie Unternehmen, welchen es an traditionell bevorzugten Eigenschaften mangelt, aber andere alternative Vorteile bieten, im Laufe der Zeit den Markt verändern und viele Mainstream Kunden für sich gewinnen können. Dabei merkte der Autor an, dass die Interaktion mit den Einheimischen als ein Teil von Authentizität gesehen werden kann. Zusätzlich dazu wird auch der Preis von Airbnbs analysiert. In einer späteren quantitativen Studie (Guttentag D., Smith, Potwarka et al., 2017) wurde genauer untersucht, was Reisende dazu antreibt, ein Airbnb zu mieten, anstatt ein Hotel zu bu-

chen. Es wurden hauptsächlich 21- bis 40-jährige Airbnb-User aus Nordamerika befragt. Dabei kamen die Forscher zum Ergebnis, dass vor allem der Preis, die Vorteile eines Eigenheims, also auch der Zugang zu Haushaltsgegenständen, wie Waschmaschinen, und eine angenehme Lage entscheidende Faktoren sind.

Tussyadiah und Pesonen (2015) untersuchten den Einfluss von Peer-to-Peer-Unterkünften auf das Verhalten von Reisenden. Hierbei wurden mit Hilfe eines Online-Fragebogens Personen aus den USA und aus Finnland befragt. Bei mehr als einem Drittel der Befragten handelte es sich um Personen, welche der Generation Y zuzuordnen sind. Diese Studie zeigt, dass Reisende vor allem diese Art von Unterkünften aufgrund der möglichen Kosteneinsparungen und der sozialen Interaktion mit den Locals wählen. In einer weiteren Studie untersuchte Tussyadiah (2016) Online-Bewertungen von Airbnb-Angeboten in Portland, um so wichtige Attribute von Peer-to-Peer-Unterkünften herauszufiltern, welche massgebend die Zufriedenheit der Reisenden beeinflussen. Besonders oft wurden Attribute genannt, welche in Verbindung zur Lage, dem Host und der Unterkunft stehen. Beispielsweise wurden in vielen Rezensionen die Nähe zu Sehenswürdigkeiten, die Gastfreundschaft des Hosts oder die Ausstattung und Atmosphäre beschrieben.

Nowak et al. (2015) führten eine Studie mit mehr als 4.000 Teilnehmenden in vier verschiedenen Ländern durch, um den Einfluss von Airbnb auf Hotels und OTAs näher zu untersuchen. Bei den Befragten handelt es sich um eine repräsentative Gruppe für die erwachsene Online-Bevölkerung in Bezug auf Alter (+18), Geschlecht, Einkommen und Region in jedem der Länder¹. Dabei stiessen sie auf die Erkenntnis, dass vor allem der Preis der ausschlaggebende Grund ist, warum sich Reisende für ein Airbnb und gegen beispielsweise ein Hotel entschieden. Zusätzlich wurden auch die Lage, authentische Erfahrung, eine eigene Küche und die Einzigartigkeit der Unterkunft als entscheidend angegeben.

Wang und Jeong (2018) führten eine quantitative Online-Umfrage durch, welche zum Ziel hatte, mehr über das psychologische Verhalten der User gegenüber dem gesamten Erlebnis auf Airbnb herauszufinden und welcher Einflussfaktor dazu führt, dass die User wieder ein Airbnb buchen würden. Die Befragten mussten schon einmal in einem Airbnb übernachtet haben, die Peer-to-Peer Plattform genutzt haben und eine Reservierung getätigt haben, um für die Umfrage qualifiziert zu sein. Die Mehrheit der Teilnehmer war zwischen 24 und 35 Jahre alt. Die Forscher kamen zu dem Ergebnis, dass sowohl die Räumlichkeiten als auch der Gastgeber selbst eine grosse Rolle spielen. Die Unterkunft sollte stets sauber, aufgeräumt und leicht zugänglich sein. Ausserdem sollte der Host eine unterstützende Rolle einnehmen und einen personalisierten Service anbieten. Damit ist gemeint, dass beispielsweise die verschiedenen Fragen der Gäste beantwortet werden.

Birinci, Berezina und Cobanoglu (2018) untersuchten in einer Studie, welche Vor- und Nachteile Reisende in Hotels und Airbnbs wahrnehmen und wie sich das auf ihre Zufriedenheit auswirkt. Die Umfrage wurde auf einer Plattform online gestellt und über drei Viertel der Befragten waren zum damaligen Zeitpunkt jünger als 35 Jahre. Sie kamen zum Ergebnis, dass Airbnbs als authentischer wahrgenommen werden als Hotels. Dieses Ergebnis stimmt mit den Ergebnissen anderer Studien (vgl. Guttentag, 2015b) überein, welche aufzeigen, dass Airbnb den Reisenden die Möglichkeit bietet, mit Gastgebern und Einwohnern zu interagieren, sich

¹ In einer Erhebung in Deutschland durch das Unternehmen Kantar (2020) wird aufgezeigt, dass es sich bei den Internet-Usern grösstenteils um Millennials handelt. Deshalb wird hier davon ausgegangen, dass es sich grösstenteils um Personen der Generation Y/Millennials handelt, welche an der Befragung teilgenommen haben.

in die lokale Gemeinschaft zu integrieren und so zu leben, wie diese es tun. In puncto Sicherheitsempfinden, Produktleistungsrisiko, Zeit- und Bequemlichkeitsrisiko konnten keine Unterschiede gefunden werden. Die Forscher fanden zudem heraus, dass es keinen Unterschied zwischen Hotelgästen und Gästen in Airbnbs bezüglich Zufriedenheit und Wiederkaufsabsicht gibt. Das heisst, wenn die Gruppen zufrieden sind, ist es wahrscheinlicher, dass sie die gleiche Dienstleistung auch in Zukunft nochmals in Anspruch nehmen.

Die Studie von Amaro et al. (2019) beschäftigte sich mit der Frage, welche Faktoren entscheidend sind, dass User auf der Plattform Airbnb ihre Unterkunft buchen. Auch bei dieser Umfrage wurde ein quantitativer Ansatz gewählt und die Theory of Reasoned Action wurde als Grundlage herangezogen. Ein Online-Fragebogen wurde an Freunde, Verwandte und persönliche Kontakte in Deutschland und China gesendet. Es wurden ausschliesslich die Angaben von Millennials ausgewertet. Die Umfrage zeigt, dass die subjektive Norm, die Einzigartigkeit der Unterkunft, die Einstellung gegenüber Online-Shopping, die Abwechslung und der ökonomische Nutzen eine Rolle spielen, wobei letzteres – entgegen früherer Forschungsergebnisse – am wenigsten Einfluss auf die Entscheidung hat. (vgl. Tussyadiah, 2015; Varma, Jukic, Pestek, Shultz, & Nestorov, 2016) Mit Einzigartigkeit ist beispielsweise auch gemeint, dass auf der Peer-to-Peer-Plattform Schlösser oder Luxus Baumhäuser gemietet werden können.

Die Studien, welche zur Analyse herangezogen wurden, legen also nahe, dass bei Millennials vor allem der Host, die Lage der Unterkunft, der Preis bzw. das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Einzigartigkeit, die Home-Benefits oder auch Annehmlichkeiten einer Wohnung, wie beispielsweise eine Küche, sowie die Authentizität einen Einfluss auf ihr Wahlverhalten haben. Auch bei den Studien, welche sich nicht explizit mit der Generation Y beschäftigten, konnten keine gravierenden Abweichungen von den Ergebnissen, welche weiter in Betracht gezogen werden, gefunden werden.

Eine genaue Zusammenfassung, über die in diesem Punkt verwendete Literatur und deren Einflussfaktoren, befindet sich in Anhang A. Die Tabelle 1 gibt nochmals jene Faktoren wieder, welche speziell bei der Generation Y entscheidend sind und zeigt die dazu gehörenden Studien auf.

Einflussfaktoren	Studien
Host	Wang, C., Jeong, M. (2018); Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., et al. (2017); Tussyadiah, I., Zach, F. (2017)
Lage	Tussyadiah, I., Zach, F. (2017); Nowak, B., et al. (2015)
Preis	Amaro, S., et al. (2019); Nowak, B., et al. (2015)
Einzigartigkeit	Amaro, S., et al. (2019); Nowak, B., et al. (2015)

Home-Benefits/Annehmlichkeiten Wohnung	Wang, C., Jeong, M. (2018); Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., et al. (2017); Tusyadiah, I., Zach, F. (2017); Nowak, B., et al. (2015)
Authentizität	Birinci, H., et al. (2018); Nowak, B., et al. (2015)

Tabelle 1: Einflussfaktoren Entscheidungsfindung in Zusammenhang mit Airbnb bei Millennials basierend auf der Literaturrecherche

Diese Literatur gilt es kritisch zu hinterfragen, denn sie weist einige Limitationen auf. Unter anderem wurde keine der genannten Studien mit Hilfe einer qualitativen Methode durchgeführt, sondern basieren auf den Ergebnissen von Review-Analysen oder quantitativen Online-Fragebogen. Durch die standardisierte Untersuchungssituation gibt es keine Möglichkeit für flexibles agieren während der Befragung, da die Fragen vorher schon festgelegt wurden. Zusätzlich ist ein individuelles Eingehen auf einen Befragten nicht möglich. (Winter, 2000) Die Punkte, welche abgefragt werden sollen, sind schon vorgegeben und es gibt nur begrenzt die Möglichkeit weitere Einsichten zu generieren. Zusätzlich fokussieren sich erst wenige Studien auf das Wahlverhalten, also wieso ein Airbnb einem Hotel vorgezogen wird, und auf die Hauptzielgruppe dieser Unternehmen, nämlich Millennials.

3.2 Einflussfaktoren Hotel

Zudem wurden auch Studien durchgeführt, die sich damit beschäftigen, welche Faktoren einen Einfluss auf die Entscheidungsfindung in Bezug auf Hotels haben. Hierbei muss erwähnt werden, dass keine Literatur gefunden werden konnte, welche speziell evaluiert, wieso ein Hotel einem Airbnb oder einer anderen geteilten oder privaten Unterkunft bevorzugt wird. Deshalb wurde hier grösstenteils auf Studien zurückgegriffen, welche sich mit der Frage beschäftigen, wieso ein spezielles Hotel gewählt wurde oder was wichtige Aspekte für die Reisenden bei der Auswahl eines geeigneten Hotels sind.

Die Studie von Raymond und Chu (2000) hatte zum Ziel, näher zu erforschen, wie Geschäfts- und Freizeitreisende die Wichtigkeit und die Performance von sechs verschiedenen Hotelfaktoren wahrnehmen. Über 340 Reisende schlossen den Fragebogen ab. Dabei wird zwischen Business Reisenden und Freizeitreisenden unterschieden. Die Autoren kommen zu dem Ergebnis, dass bei Geschäftsreisenden vor allem das Zimmer und die Rezeption eine wichtige Rolle spielen. Bei Freizeitreisenden hingegen ist die Sicherheit das wichtigste Kriterium, welches die Hotelauswahl beeinflusst.

Chan und Wong (2006) führten eine Studie durch, um herauszufinden, was Reisende neben dem Preis dazu antreibt, ein bestimmtes Hotel zu buchen. Um das herauszufinden befragten sie über 570 «Frequent Individual Travelers», welche nach Hong Kong reisten. Sie kamen zu dem Ergebnis, dass neben dem Preis auch eine angenehme Lage und ein guter Service eine Rolle spielen. Bei Business-Reisenden beeinflussen die bereits gesammelten Erfahrungen mit dem Hotel, der gute Service, der Komfort und die Weiterempfehlung des Hotels die Entschei-

dung. Die Studie zeigte auch, dass Freizeitreisende und Menschen mit niedrigem Bildungsstand eher den Empfehlungen von Reiseagenturen vertrauen.

Choosrichom (2011) führte in einer Masterarbeit eine Studie durch, welche zum Ziel hatte, wichtige Faktoren bei der Auswahl des passenden Hotels in Lanta Yai Island, Krabi, Thailand ausfindig zu machen. Dabei wurden 230 internationale Reisende befragt. 65% der Befragten waren zum Zeitpunkt der Umfrage jünger als 36 Jahre. Die Studie zeigte auf, dass der Faktor Sicherheit am wichtigsten ist. Ausserdem spielt das Preis-Leistungs-Verhältnis bzw. der Preis, die Lage und die Qualität des Mitarbeiterservices und der Räumlichkeiten eine wichtige Rolle bei der Entscheidungsfindung.

Auch Baruca und Civre (2012) beschäftigten sich unter anderem mit dieser Thematik. Das übergeordnete Ziel der Studie, welche mit knapp 1300 Personen durchgeführt wurde, war – neben der Evaluation der wichtigen Entscheidungsfaktoren – die Reisenden in verschiedene Marktsegmente zu unterteilen. Sie gingen davon aus, dass der Entscheidungsprozess der Reisenden durch das Hotelprodukt, die erhaltenen Informationen und die persönlichen Präferenzen beeinflusst wird. Besonders die Lage des Hotels, die Weiterempfehlung von Freunden und Reisebüros und der Preis sind bei der Auswahl entscheidend.

In einer Studie von Barsky (2013) wurden über 40.000 amerikanische, europäische und asiatische Reisende befragt, welche Faktoren ihre Hotel- oder Casinowahl beeinflussen. Dabei kam der Autor zum Ergebnis, dass vor allem der Preis, die Lage und die bereits gemachten Erfahrungen einen Einfluss haben.

Kowisuth (2015) beschäftigte sich in seiner Masterarbeit mit der Frage, auf welche Hotelattribute Reisende mit Kindern bei Hotels in Phuket, Thailand, achten. Dabei wurden über 400 Personen befragt. Der Autor kam zum Ergebnis, dass bei der Wahl des Hotels hauptsächlich auf die Sicherheit geachtet wird. Weitere wichtige Attribute sind die Raumqualität, das Preis-Leistungs-Verhältnis und der Preis, die Mitarbeiter und deren Service, die Lage des Hotels, das Image und dem entsprechenden Hotelservice.

Ady und Quadri-Felitti (2015) nahmen an, dass Bewertungen einen signifikanten Einfluss auf die Entscheidung von Reisenden haben, welches Hotel ausgewählt wird und entwickelten deshalb ein Studienkonzept, um herauszufinden, welche Faktoren, die in Bewertungen erwähnt werden, den grössten Einfluss auf die Buchungsentscheidung der Reisenden haben. Die Befragten mussten anschliessend basierend auf diesen Bewertungen ein passendes Hotel aussuchen. Insgesamt wurden knapp 570 Personen befragt. Die meisten der Befragten waren über 50 Jahre. Sie kamen zum Ergebnis, dass für Geschäftsreisende vor allem das Wifi eine Rolle spielt. Der Faktor Essen ist bei Reisen mit Freunden wichtig und die Räumlichkeiten bei romantischen Reisen sowie auch bei Familienreisen. Wobei bei dieser Gruppe auch der Komfort sowie Annehmlichkeiten einen Einfluss auf die Entscheidungsfindung haben.

Soulidou et al. (2018) untersuchten, welche Faktoren griechische Reisende bei der Auswahl des passenden Hotels in Griechenland beeinflussen. Der Link zum Umfragebogen wurde auf Facebook gepostet und über 470 User nahmen daran teil. Bei mehr als der Hälfte der Befragten (knapp 60%) handelt es sich um Personen aus der Generation Y. Die Studie zeigt auf, dass die Sauberkeit der wichtigste Faktor bei der Wahl eines Hotels ist, gefolgt von dem Preis und dem Personal. Die Lage stellte sich als bedeutenden Punkt für Singles heraus.

Tuan (2019) beschäftigte sich mit der Forschungsfrage, welche Faktoren auf einheimische Touristen bei der Wahl von einem geeigneten 3- oder 4-Sterne-Hotel in Da Nang einen Einfluss haben. 405 Umfragen wurden ausgewertet und der Autor kommt zu dem Ergebnis, dass

die Lage der Unterkunft, die Servicequalität und die Sicherheit die Reisenden beeinflusst. Eine eher geringere Auswirkung darauf haben der Preis und Werbung.

Wiastuti und Lestari (2020) beschäftigten sich bei ihrer Studie mit der indonesischen Generation Z und deren favorisierten Hotelattributen. Dabei wurden über 310 Personen befragt, welche nach dem Jahr 1994 geboren sind. Hier wurden somit auch die späte Generation Y befragt, wenn man sich an der Definition von Millennials orientiert, welche für diese Arbeit gewählt wurde (siehe Punkt 2.3. Millennials/Generation Y/Digital Natives). Sie zeigten die wichtigsten Attribute für die verschiedenen Bildungsniveaus und die verschiedenen Herkunftsorte auf. Dabei kamen die Autoren zu dem Ergebnis, dass für Personen mit einem Diplom vor allem der Komfort, die Sauberkeit, die Sicherheit, der Preis und das Preis-Leistungs-Verhältnis relevant sind. Diese Punkte stimmen grösstenteils auch mit den Ergebnissen der Befragungen mit Personen mit einem niedrigeren Bildungsniveau überein.

Interessanterweise beschäftigte sich keine der für die Analyse herangezogenen Studien explizit mit der Generation Y. Deshalb werden hier alle genannten Studien als Basis herangezogen. Diese Studien zeigen, dass bei der Wahl des passenden Hotels vor allem der Preis bzw. das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Lage, die Servicequalität des Personals und das Personal selbst, die Sicherheit, die Zimmerqualität, Annehmlichkeiten bzw. Komfort sowie die bereits gemachten Erfahrungen und Weiterempfehlungen in Betracht gezogen werden. Eine genaue Zusammenfassung, über die in diesem Punkt verwendete Literatur und die analysierten Einflussfaktoren, befindet sich ebenfalls in Anhang A.

Einflussfaktoren	Studien
Preis/Preis-Leistungs-Verhältnis	Chan, E., Wong S. (2006); Choosrichom, J. (2011); Baruca, P., Civre, Z. (2012); Soulidou, A., et al. (2018); Tuan, L. (2019); Barsky, J. (2013); Wiastuti, R., Lestari, N. (2020); Kowisuth, P. (2015)
Lage	Chan, E., Wong S. (2006); Choosrichom, J. (2011); Baruca, P., Civre, Z. (2012); Soulidou, A., et al. (2018); Tuan, L. (2019); Barsky, J. (2013); Wiastuti, R., Lestari, N. (2020); Kowisuth, P. (2015)
Servicequalität des Personals	Chan, E., Wong S. (2006); Choosrichom, J. (2011); Soulidou, A., et al. (2018); Tuan, L. (2019); Kowisuth, P. (2015)
Sicherheit	Choosrichom, J. (2011); Tuan, L. (2019); Chu, R., Choi, T. (2000); Wiastuti, R., Lestari, N. (2020); Kowisuth, P. (2015)

Zimmerqualität	Choosrichom, J. (2011); Ady, M., Quadri-Felitti, D. (2015); Soulidou, A., et al. (2018); Chu, R., Choi, T. (2000); Wiastuti, R., Lestari, N. (2020); Kowisuth, P. (2015)
Annehmlichkeiten/Komfort	Chan, E., Wong S. (2006); Ady, M., Quadri-Felitti, D. (2015); Wiastuti, R., Lestari, N. (2020)
Erfahrungen/Weiterempfehlungen	Chan, E., Wong S. (2006); Baruca, P., Civre, Z. (2012); Baruca, P., Civre, Z. (2012); Barsky, J. (2013)

Tabelle 2: Einflussfaktoren Entscheidungsfindung in Zusammenhang mit Hotels basierend auf der Literaturrecherche

Auch bei diesen Umfragen wurde meist mit einer quantitativen Methodik gearbeitet. Auch hier ergibt sich dasselbe Problem, wie bei der Literaturrecherche zum Wahlverhalten bei Airbnbs (siehe Punkt 3.1 Einflussfaktoren Airbnb).

Zudem fiel auf, dass in diesem Bereich der Forschung der Zielgruppe Millennials kaum bis wenig Beachtung geschenkt wird, obwohl diese für den Tourismus sehr interessant sind, da es sich hierbei um einen grossen Kreis potenzieller Kunden handelt und ihre Kaufkraft sehr attraktiv ist (Parment, 2013, S. 190). Zudem sind diese Menschen die Hauptzielgruppe von Peer-to-Peer-Plattformen, wie Airbnb (Wagner, et al., 2015, S.13). Spätestens, sobald die Generationen vor den Millennials als zahlungskräftige Kunden wegfallen, müssen die Hotels den Wettbewerb mit Airbnb und anderen ähnlichen Unternehmen gezielter aufnehmen und sich den veränderten Bedürfnissen anpassen, um eine attraktive Alternative zu bleiben. Das genaue Wahlverhalten der Generation Y sollte gerade deshalb näher in weiteren Studien untersucht werden.

3.3 Übersicht Faktoren und Gegenüberstellung

Diese Übersicht der herausgearbeiteten Faktoren wird am Ende der Arbeit mit den Ergebnissen der Studie und dem daraus entstandenen Modell verglichen (siehe 5.3 Fazit).

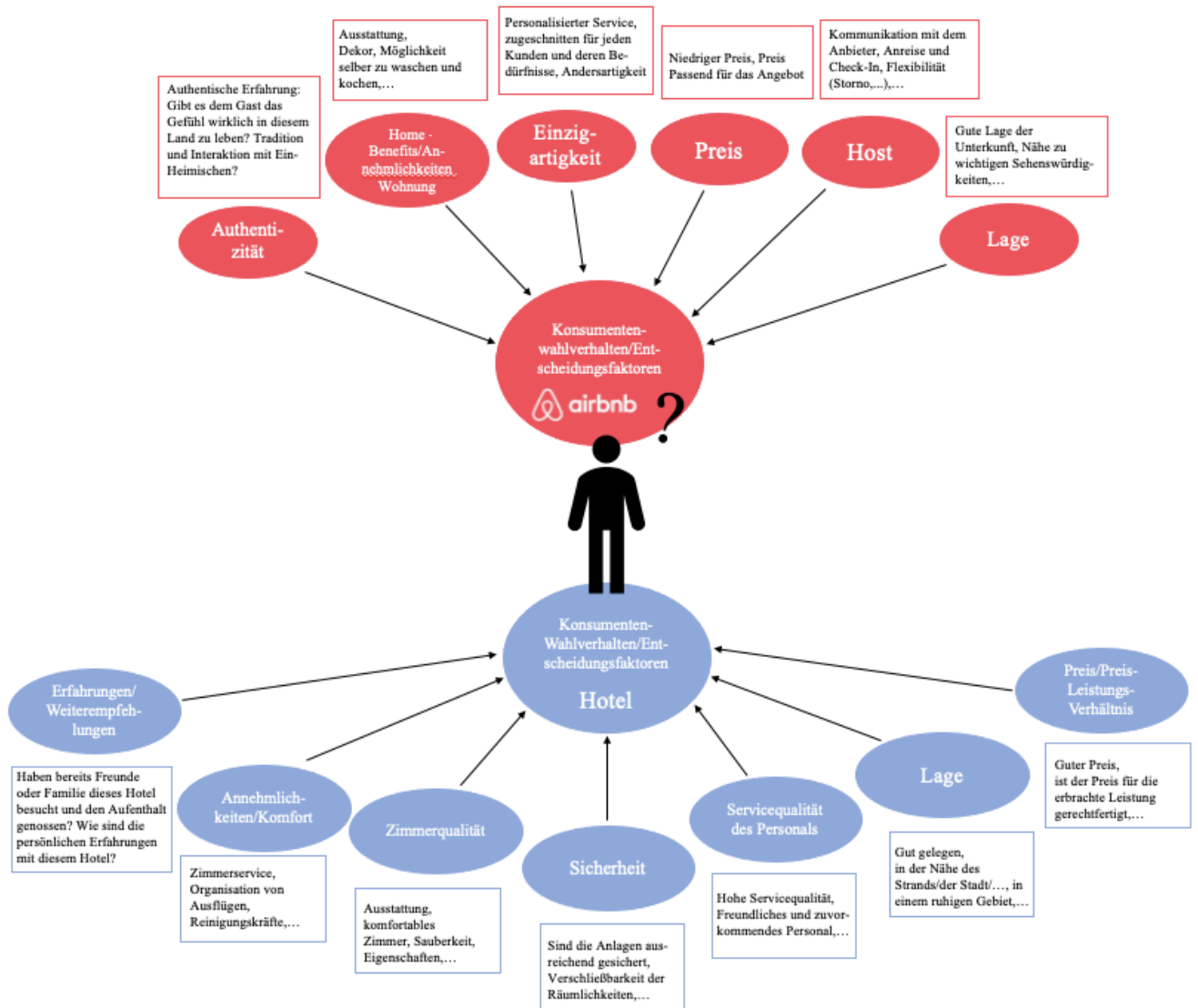


Abbildung 4: Übersicht über die verschiedenen Faktoren, welche einen Einfluss auf die Wahl des geeigneten Airbnbs bzw. Hotels haben (Literaturrecherche) - eigene Darstellung

4 Methodik

Im folgenden Kapitel wird nun genauer die Vorgehensweise in dieser Masterarbeit beschrieben und wie die Autorin zu den Ergebnissen gelangt ist. Zu Beginn wird nochmals kurz auf die Literaturrecherche eingegangen, welche im Vorfeld betrieben wurde. Anschliessend wird näher auf Forschungsfrage, -methode, -design und -technik eingegangen.

4.1 Literaturrecherche

In einem ersten Schritt wurde bereits eine umfangreiche Sekundärforschung betrieben, um Informationen zu sammeln, welche einen Hinweis auf die verschiedenen Entscheidungsfaktoren, ob ein Airbnb oder ein Hotel gewählt werden soll, geben. Hierbei wurde vor allem auf internationale Studien zurückgegriffen. Es konnten einige Studien in Zusammenhang mit Airbnb gefunden werden, welche einen Fokus auf Millennials legen. Dies war nicht der Fall bei Studien zur Wahlentscheidung bei Hotels. Ausserdem musste dort auf Studien zurückgegriffen werden, welche sich mit der Frage des passenden Hotels beschäftigen und nicht damit, warum ein Hotel einem Airbnb gegenüber bevorzugt wurde. Auf die genauen Ergebnisse wird hier nicht weiter eingegangen, da diese bereits im Kapitel 3 Literaturrecherche genau beschrieben wurden. Diese Ergebnisse werden als Vergleichswerte herangezogen.

4.2 Qualitative Forschung

Im folgenden Punkt wird nun näher auf das Vorgehen bezüglich der Tiefeninterviews eingegangen. Der Aufbau dieses Punkts sieht wie folgt aus:

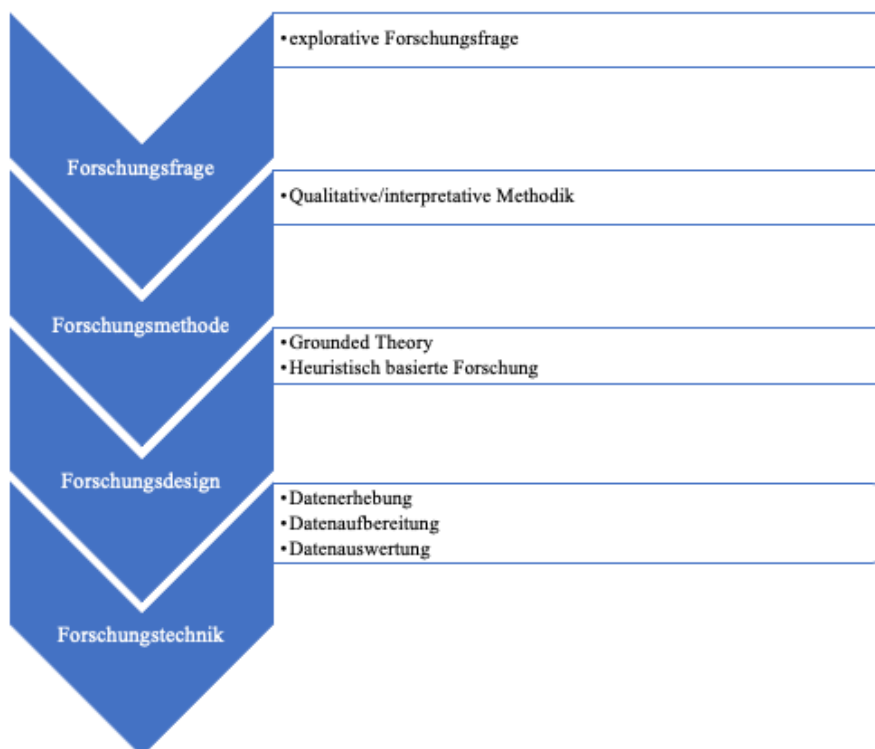


Abbildung 5: Aufbau Methodik Interview (eigene Darstellung)

4.2.1 Forschungsfrage

Die Forschungsfrage dient als Ausgangspunkt für die Wahl der Forschungsmethodik (Weaver & Lawton, 2014, S. 369-376). In diesem Punkt wird dieser Zusammenhang zwischen der gewählten Methodik und der Fragestellung näher erklärt. Die einzelnen Schritte bauen stark aufeinander auf und werden deshalb ausführlich besprochen und die Entscheidungen werden begründet.

Die Forschungsfrage lautet wie folgt:

Wie kommt es dazu, dass Sie sich für dieses Airbnb entschieden haben? – Eine Studie über das Wahlverhalten von Millennials in Zusammenhang mit Airbnb

Das Ziel dieser Arbeit ist es, die bereits bestehende Forschung zum Thema Wahlverhalten bei Millennials in Bezug auf Airbnb weiter zu ergänzen. Es handelt sich somit um eine explorative Forschungsfrage, denn es wird ein in der Vergangenheit noch nicht gründlich genug untersuchtes Problem weiter erforscht. Mit Hilfe dieser Studie soll ein besseres Verständnis für das Problem erlangt werden. (Formplus Blog, 2020)

Obwohl sich die Forschungsfrage selbst nicht mit dem Wahlverhalten in Bezug auf Hotels beschäftigt, wird dies trotzdem abgefragt und als Kontrollgruppe herangezogen. Ein Grund für diese Entscheidung ist unter anderem auch, dass die Autorin davon ausgeht mit dieser Forschung auch aufzeigen zu können, dass sich die Faktoren, welche entscheiden, ob ein Airbnb oder ein Hotel gewählt wird, sich nicht stark voneinander unterscheiden.

4.2.2 Forschungsmethodik

Mayring (2002, S. 9) unterscheidet zwischen dem qualitativen und quantitativen Forschungsansatz, nach welchen sich die Autorin auch in diesem Punkt orientiert.

Um das Ziel dieser Masterarbeit umsetzen zu können, ist es wichtig, dass eine qualitative Forschungsmethode – alternativ zur oftmals in der Tourismusforschung verwendeten quantitativen Methode – gewählt wird.

Die qualitative Forschungsmethode ist ein weitläufiger Begriff, unter welchem eine grosse Anzahl an verschiedenen Techniken und Philosophien fallen. Deshalb ist es schwer diesen Begriff genau zu definieren. (Hennink, Hutter, & Bailey, 2020, S. 10) Es wird auch oft als «soft sciences» oder interpretative Forschungsmethode bezeichnet (Wilson & Hollinshead, 2015, S. 32). Hennink et al. (2020, S. 10) beschreiben diese interpretative Forschungsmethodik grob als einen Ansatz, welcher es erlaubt, mehr im Detail über die Erfahrungen der Befragten herauszufinden, indem Methoden, wie beispielsweise Tiefeninterviews, Beobachtungen, Fokusgruppendifkussionen oder visuelle Methoden, verwendet werden. Diese Art der Forschungsmethodik hat also zum Ziel, dass die untersuchten Vorkommnisse auf eine möglichst wirklichkeitsnahe Art untersucht werden und dass damit tiefere Einblicke generiert werden können (Tribe, 2006, S. 369). Qualitative und quantitative Methoden unterscheiden sich in der Grösse des Samples und in der Tiefe der Befragung. Meist ist das Sample beim

interpretativen Ansatz kleiner, jedoch kann der Forscher im Gegensatz zum quantitativen Ansatz bei der Befragung weiter in die Tiefe gehen, was sich anschliessend auch in den Ergebnissen zeigt. (Weaver & Lawton, 2002, S. 360) Ausserdem sind diese Ergebnisse keine statistischen Zahlen, wie es bei der quantitativen Methodik der Fall ist. Es handelt sich hierbei um wichtige Auszüge aus den Gesprächen mit den Befragten. (Aghamanoukjan, Buber, & Meyer, 2009, S. 417) Das Ziel ist es also, ein tieferes Verständnis für das untersuchte Phänomen zu erlangen, über welches bislang noch nicht viel bekannt war, anstatt rein statistische Daten zu erhalten (Weaver & Lawton, 2002, S. 360).

Diese qualitativen Methoden werden jedoch von einigen Forschern kritisiert und werden wegen mangelnder Gültigkeit nicht anerkannt. Besonders essentiell ist deshalb, dass Kriterien, wie Beweisbarkeit, Transparenz aber auch Vertraulichkeit dem Forschungsdesign angepasst werden. (Tribe, 2006, S. 369) Wird das beachtet und genauso durchgeführt, so kann auch mit der Befragung von kleineren Gruppen die Gültigkeit der Ergebnisse erreicht werden. (Weaver & Lawton, 2014, S. 361)

Auch im Bereich der Tourismusforschung konnte die qualitative Methodik einen Beitrag leisten. Die Nutzung und auch die Akzeptanz dieses Ansatzes hat dabei geholfen, ein tieferes Verständnis für kulturelle, soziale und politische Zusammenhänge im Tourismus zu bekommen (Jennings, 2009, zit. in Wilson & Hollinshead, 2015, S. 30). Die qualitative Forschung findet ihre Inspiration vor allem aus Sozial- und Kulturwissenschaften, wie Soziologie und Anthropologie (Ren, 2014, S. 1). Das war jedoch nicht immer der Fall. Lange fand diese interpretative Methode keine Beachtung in der Tourismusforschung. Im Vordergrund stand die quantitative Datengewinnung. (Gouthro, 2011) Interpretative Forschung wird nun im Tourismus akzeptiert und dadurch werden auch in vielen tourismuswissenschaftlichen Fachzeitschriften Arbeiten veröffentlicht, in welchen die Ergebnisse qualitativ gewonnen wurden. Nicht nur die Anzahl der publizierten Artikel, sondern auch die Qualität dieser Studien steigen stetig. (Wilson & Hollinshead, 2015, S. 31) Einige Forscher (vgl. Moore, Smallman, Wilson, & Simmons, 2021, S. 644) gehen sogar davon aus, dass diese Methodik die einzige Möglichkeit ist, um das dynamische, unvorhersehbare und auch komplexe Verhalten von Touristen näher analysieren zu können.

Wie bereits zu Beginn dieses Punkts erwähnt, wird für diese Arbeit ein qualitativer, interpretativer Ansatz gewählt. Der Grund dafür ist, dass ein tieferes Verständnis für das Wahlverhalten der Befragten im Zusammenhang mit Airbnb gewonnen werden soll und neue Insights generiert werden sollen. Durch das persönliche Gespräch kann auf Antworten tiefer eingegangen werden und weiter nachgefragt werden. Das was diese Studie von den analysierten Artikeln unterscheidet ist, dass dank dieses Ansatzes auch offene Fragen gestellt werden können, die Befragten frei antworten können, ein heuristischer Forschungsansatz (siehe Punkt 4.2.3 Forschungsdesign/ 4.2.4 Forschungstechnik) verwendet werden kann und individuelle Reaktionen wahrgenommen werden können. Die Befragten können offen eine Antwort geben, ohne dass sie durch eine bereits getroffene Vorauswahl an Kriterien eingeschränkt werden.

4.2.3 Forschungsdesign

Das Forschungsdesign, welches von Mayring (2002, S. 40) auch als Untersuchungsplan bezeichnet wird, gibt das Untersuchungsziel auf einer formalen Ebene vor. In diesem Punkt

wird das Design erläutert, welches sich für die Beantwortung der Forschungsfrage eignet. Dieses ist zum einen die „Grounded Theory“ und zum anderen die „heuristisch basierte Forschung“. Im nachfolgenden wird jedoch nur tiefer auf den ersten Ansatz eingegangen. Auf die heuristisch basierte Forschung wird im Punkt 4.6 Forschungstechnik näher eingegangen.

4.2.3.1 Grounded Theory

Die Grounded Theory besteht aus Richtlinien für die Sammlung und spätere Analyse von gewonnenen Daten. Diese Richtlinien sind zwar systematisch, aber auch flexibel. (Charmaz, 2014, S. 1) Diese Methode bietet sich besonders dann an, wenn bereits eine Reihe an Basistheorien bestehen aber diese nicht auf den sozialen oder zeitlichen Kontext angepasst wurden (Junek & Killion, 2012, S. 325-328).

Durch die fortlaufende Interpretation dieses gewonnenen Materials wird eine Theorie oder ein theoretischer Rahmen im induktiven Verfahren abgeleitet. Die Basis bildet eine kontinuierliche Integration, welche zwischen den Teilnehmern, dem gesammelten empirischen Material, dem Forschenden und der Interpretation stattfindet. (Charmaz, 2014, S. 1; Strauss & Colbin, 1994, zit. in Junek & Killion, 2012, S. 325) Es handelt sich hierbei also um einen sich wiederholenden Prozess des Sammelns von empirischem Material, des Theorisierens und des Findens von Bedeutung innerhalb des Materials durch ein System der Kodifizierung, welches durch ständiges Vergleichen erreicht wird. Durch die Anwendung der Grounded Theory kann so genanntes Modus-2-Wissen generiert werden. (Junek & Killion, 2012, S. 325-328) Damit ist unter anderem Wissen gemeint, welches in einem Anwendungskontext gewonnen wurde und transdisziplinär ist (The Forrest of Brocéliande, n.A.). Basierend darauf lässt sich für ein bestimmtes Phänomen ein theoretischer Rahmen ableiten. Dadurch kann die bereits bestehende Literatur zur Erklärung dieses Phänomens ergänzt, widerlegt oder auch bestätigt werden. (Junek & Killion, 2012, S. 331)

In der Tourismusforschung, welche lange Zeit fest auf positivistischen Theorien basierte, wurden diese Prinzipien und Grundsätze erst in jüngster Zeit verwendet. Dieses Wissen und die transdisziplinäre Forschung bieten einen Weg nach vorne, um einen tieferen Einblick in die Probleme und Herausforderungen zu bekommen, welche den Tourismus im 21. Jahrhundert erwarten. Ausserdem bietet sich diese Methodik besonders dann an, wenn bereits eine Reihe an Basistheorien bestehen, aber diese im sozialen oder auch zeitlichen Kontext nicht mehr zutreffend sind. (Junek & Killion, 2012, S. 325-328)

Es gibt bereits ein paar Studien, welche sich mit dem Entscheidungsverhalten von Millennials in Bezug auf Airbnb beschäftigen. Diese wurden im Kapitel 3 Literaturrecherche analysiert und in einer Übersicht zusammengefasst. Die Grounded Theory bietet sich hier also besonders an, da sie nicht nur induktive Schlüsse zulässt, also das Ableiten einer eigenen Theorie aus dem gewonnenen empirischen Material, sondern auch bereits vorhandene Ergebnisse überprüft werden können.

4.2.4 Forschungstechnik

Mayring (2002, S. 65-134) unterteilt die Forschungstechnik in die Datenerhebung, das Aufbereitungsverfahren und das Auswertungsverfahren. Ausserdem wird noch zusätzlich über die von Mayring (2002, 141ff.) ausgearbeiteten bzw. erweiterten Gültigkeitskriterien gesprochen.

4.2.4.1 Datenerhebung

Aus dem Forschungsdesign und der -methodik kann abgeleitet werden, dass sich für die Datenerhebung vor allem offene, halbstandardisierte Interviewmethoden eignen, um die explorative Forschungsfrage zu beantworten (Kohli, 1978, S. 1).

Interviews helfen dabei, dem Leben, den Erfahrungen und den Einstellungen der Befragten eine Stimme zu geben (Belk, Fischer & Kozinets, 2013, zit. in Arsel, 2017, S. 939) und der Interviewer kann dies in den eigenen Worten des Befragten nacherleben (McGehee, 2012, S. 365f.). Der Interviewer bekommt einen Einblick in die mentale Welt und Logik eines Individuums (McCracken, 1988, S. 9). Auch Aghamanoukjan et al. (2009, S. 418f.) bestätigen, dass, gerade wenn es darum geht, ein vertieftes Verständnis für das Verhalten von Individuen zu gewinnen, und die verbale Datengewinnung im Fokus ist, sollte ein qualitatives Interview in die nähere Auswahl bei der Methodik kommen.

Tiefeninterviews

Gerade auch weil für die Beantwortung dieser Forschungsfrage die heuristisch basierte Forschung eine essentielle Rolle spielt, wird mit den Befragten ein Tiefeninterview durchgeführt. Diese Art der Befragung hilft dabei, den Kontext, wie es zu einer Entscheidungsfindung kam und die dahinterliegende Heuristik besser zu verstehen.

Werden Tiefeninterviews mit anderen qualitativen Methoden verglichen, so fällt auf, dass diese meist frei von einer normierten Methodik sind. Die einzige methodische Konstante ist die Erstellung eines Leitfadens. Bei dieser Arbeit handelt es sich hierbei um ein Interviewprotokoll. Durch das Fehlen der Standardisierung erhält das Interview gewisse Flexibilität, welche entscheidend für die Entstehung eines übersichtlichen Bildes über die Ergebnisse und Informationen ist. (Placzek, 2007) Bei Tiefeninterviews werden vor allem projektive, indirekte und offene Fragen gestellt (Steiner, 2006 zit. in Aghamanoukjan et al., 2009, S. 418). Es muss die passende Balance zwischen einer durch die Gliederung vorgegebenen Struktur und der benötigten Flexibilität für weitere Folgefragen geben (Sterling, 2019). Damit soll sichergestellt werden, dass die eigentliche Motivation hinter einem Verhalten ergründet werden kann, indem die hypothetischen Zusammenhänge abgetastet werden (Steiner, 2006 zit. in Aghamanoukjan et al., 2009, S. 418). Es soll ein vertieftes Verständnis für ein Thema erlangt werden, über welches der Befragte eine eigene Meinung hat und auch darüber sprechen kann (Belk, Fischer, & Kozinets, 2012).

Heuristisch basierte Forschung

Unter Heuristiken sind Strategien zu verstehen, bei welchen ein Teil der gegebenen Informationen ignoriert werden mit dem Ziel, dass Entscheidungen schneller getroffen werden können. (Gigerenzer & Gaissmaier, 2011, S. 454) Bei einer heuristisch basierten Forschung wird der Fokus von einer retrospektiven Ansicht auf eine kontextuelle Sichtweise verschoben (vgl. Beritelli, Reinhold, & Luo, 2019).

Beritelli et al. (2019, 333-335) geben an, dass das Reisen unter den verschiedensten Bedingungen, Verhaltensweisen und Formen und in den unterschiedlichsten Reisegruppen stattfindet. Reiseentscheidungen sind in einen weitaus grösseren Kontext eingebettet als so manche vermuten. Beispielsweise werden die Reiseentscheidungen hauptsächlich in Gruppen und auf verschiedenen hierarchischen Ebenen getroffen. Mit Letzterem ist gemeint, dass grundlegen-

de Entscheidungen, wie die gewünschte Destination oder auch das geplante Budget, vor dem Reiseantritt getroffen werden und Fragen bezüglich des Tagesablaufs, beispielsweise was an welchem Tag gemacht wird, erst während des Trips geklärt werden. Zusätzlich hat der Kontext am Zielort auch Einfluss auf die Entscheidungen. Wenn beispielsweise keine gute Verkehrsanbindung besteht oder das Wetter nicht mitspielt, müssen Vorhaben verschoben oder ersetzt werden. Wichtig ist auch zu verstehen, dass Entscheidungen binär sind. Reisende entscheiden sich für oder gegen etwas. Entscheidungen lassen sich also nicht auf einer Skala abbilden. Wenn mit Heuristiken gearbeitet wird – also der Versuch, die Komplexität der Entscheidungsfindung in der realen Welt am wahrheitsgetreuesten darzustellen – können auch spezifische Erkenntnisse für bestimmte Situationen gewonnen werden. Es muss also die Frage «Wie kam es dazu, dass...?» gestellt werden, anstatt Warum-Fragen, wie es bei der Motivbasierten Forschung der Fall ist. Damit werden die Befragten dazu aufgefordert die Situation zu beschreiben, in welcher sie die Entscheidung getroffen haben und so können die zugrunde liegenden Heuristiken identifiziert werden. Bei dieser Frage wird davon ausgegangen, dass eine Person auf ein Event reagiert und handelt und das Verhalten, welches in einen Kontext gesetzt wird, ein objektiv beobachtbares Geschehnis ist.

Diese Art der Forschung ist für diese Masterarbeit besonders zentral, denn so wird der Fokus auf die Konstellation gelegt, welche dazu geführt hat, dass eine Reiseentscheidung getroffen wird und nicht auf die zurückschauende Betrachtungsweise, wie es bei der motivbasierten Forschung der Fall ist. Durch dieses Forschungsdesign kann das Ziel, eine neue Perspektive zu eröffnen, umgesetzt werden und die Forschungsfrage ausreichend und vor allem auch zeitgemäss beantwortet werden. Die Kritik, dass qualitative Forschungen oft eine fehlende Validität aufweisen, kann verhindert werden durch die Fragestellung «Wie kam es dazu, dass...?». (Beritelli et al., 2019, S. 335)

Zusätzliche Vorbereitungen

Arsel (2017, S. 941-946) erstellte einen vier Schritte-Fahrplan, wie vorgegangen werden muss, wenn ein Interview mit einem reflexiven Fokus durchgeführt wird. Die Vorbereitungen für die Interviews und die Ausarbeitung des Interviewprotokolls, welche im Zuge dieser Masterarbeit durchgeführt werden, basieren hauptsächlich auf diesem Fahrplan.

Als ersten Schritt nennt er die Wichtigkeit, dass sich der Interviewende mit den Interviewtraditionen vertraut macht. Je nachdem welche Art gewählt wird, wird eine andere wissenschaftliche Wahrheit im Interview aufgedeckt. Es ist essentiell, dass der Forscher eine klare Vorstellung davon hat, was er von den Interviews und den Ergebnissen zu erwarten hat. Diese klare erkenntnistheoretische Position ist nicht nur wichtig, wenn es um die Frage geht, wie Daten erhoben werden sollen, sondern auch, wenn Überlegungen über die Analyse und die daraus resultierenden theoretischen Behauptungen angestellt werden. Beispielsweise wird beim phänomenologischen Ansatz die erlebte Erfahrung der Befragten als der wichtigste wissenschaftliche Beweis angesehen (vgl. Thompson, 1997). Diese Interviews sind meist auch weniger strukturiert und der Dialog entsteht mehr über die Erfahrungen und deren Bedeutungen, welche der Interviewpartner zum Ausdruck bringt (Thompson, 1997, S. 442). Bei der neopositivistischen Sichtweise (vgl. McCracken, 1988) wird nach Mustern und quasiausagen Erklärungen gesucht (Arsel, 2017, S. 941). Es wird versucht die kontextfreie Wahrheit über eine objektive Realität herauszufinden. Die relevanten Antworten sollen in einer

möglichst geringen Voreingenommenheit hervorgebracht werden. (Qu & Dumay, 2011, S. 241) Beim sozialkonstruktivistischen Ansatz (vgl. Brinkmann, 2007) wird versucht, mehr über den Glauben und das Wissen des Befragten herauszufinden. Es kann auch als kulturelle Konversation angesehen werden, bei welcher sowohl der Forscher als auch der Befragte dazu aufgefordert werden, ihr Wissen weiterzugeben. (Arsel, 2017, S. 941) In der vorliegenden Masterarbeit wird vor allem der phänomenologische Ansatz verfolgt.

Als zweiten Schritt nennt Arsel (2017, S. 941-945) das Führen eines Interviewprotokolls. Darunter wird eine Gliederung für das Interview verstanden, in welchem beispielsweise die wichtigsten Punkte der Untersuchung, geplante Stichprobe und vorläufige Fragen aufgezeigt werden. Das Protokoll besteht aus einer kurzen Einleitung, in welcher das Forschungsprojekt für die Befragten erklärt wird und der Ablauf des Interviews. Ausserdem werden die Interviewten aufgefordert, mögliche Fragen zur Studie zu stellen. Anschliessend wird der Befragte gebeten, seine ausdrückliche Zustimmung zur Befragung zu geben. Zudem sollten vorläufige Interviewfragen vorbereitet werden. (siehe 1.1.2. Interviewprotokoll) Der Forscher sollte mit einer Frage, wie „Erzählen Sie mir was über sich?“ beginnen, um so möglichst viel über die Hintergründe der befragten Person zu erfahren – dies wäre beispielsweise der Familienstand, die Ausbildung und der aktuelle Lebensstil. Damit soll näher das „Wie und Warum“ einer Handlung ergründet werden. Anschliessend muss langsam zum Schwerpunkt der Forschung übergegangen werden. Es kann auch durchaus der Fall sein, dass das Interviewprotokoll nach einigen Interviews angepasst werden muss, da sich aus den bereits gewonnenen Daten langsam eine dahinterliegende Theorie herauskristallisiert. Wichtig ist nicht nur, dass den Befragten während des Interviews genau zugehört wird, sondern auch, dass vor dem Interview bereits über mögliche Antworten und Sondierungsmöglichkeiten nachgedacht wird. Zusätzlich sollte sich der Forscher schon im Vorhinein über die Zielgruppe der Befragung vertraut machen. Da in dieser Masterarbeit Millennials befragt werden, welche bereits in einem Airbnb und einem Hotel in einem Land in Europa genächtigt haben, und diese Eckpunkte alle auf die Autorin selbst zutreffen, ist sie mit der Gruppe gut vertraut.

Arsel (2017, S. 945f.) gibt zusätzlich in einem dritten Schritt Anweisungen, wie ein Interview durchzuführen ist. Es soll eine Beziehung zum Befragten aufgebaut werden. Neben der Erklärung über die Rollenverteilung, der groben Vorstellung der Forschung und des Ablaufs, kann auch über eigene Erfahrungen berichtet werden und wieso die Entscheidung gefällt wurde, dieses Thema näher in einer Arbeit zu studieren. Wichtig dabei ist, dass keine Informationen über bereits gesammelte Daten, Vorurteile oder Einschätzungen preisgegeben werden. Sollte es während des Interviews zu Ungereimtheiten kommen, so sind Probefragen hilfreich, welche dabei helfen, diese tiefer zu ergründen. Dabei sollten keine Fragen gestellt werden, welche mit einem einfachen „Ja“ oder „Nein“ zu beantworten sind. Wohl eher sollte der Interviewte aufgefordert werden etwas mehr darüber zu erzählen („Können Sie mir mehr darüber erzählen?“). Auch die Körpersprache und die Ausdrucksweise spielen eine wichtige Rolle dabei. Das Interview sollte mit der Frage abgeschlossen werden, ob der Interviewte noch etwas erzählen möchte, was nicht gefragt wurde. So bekommt dieser noch die Möglichkeit Aspekte anzusprechen, welche der Forscher eventuell gar nicht in Betracht gezogen hat.

Im vierten und letzten Schritt nennt Arsel (2017, S. 946) das Reflektieren des Interviews als Kernelement. Der Forscher sollte sich die Frage stellen, ob das Interview so funktioniert hat, wie er es sich vorgestellt hat und allenfalls die Fragen und das Wording anpassen. Das Inter-

view muss in der Gesamtheit aller bereits gesammelten Daten analysiert werden, um so eine analytisch robuste Theorie abzuleiten.

Zusätzlich setzte sich die Autorin mit den Gütekriterien von Mayring (2002, 141ff.) genauer auseinander, um der qualitativen Forschung Gültigkeit zu verleihen. Auf diese wird unter Punkt 4.2.4.4 Gültigkeit der gewählten Methodik näher eingegangen.

Sampling

Die Befragten mussten folgende Kriterien aufweisen, um für dieses Tiefeninterview in Frage zu kommen:

- Millennials (geboren zwischen 1985-2000 (vgl. Hurrelmann & Albrecht, 2014))
- aus dem DACH Raum
- waren schon einmal in einem Airbnb in einem europäischen Land zu Gast
- waren schon einmal in einem Hotel in einem europäischen Land zu Gast
- beteiligt bei den Entscheidungen
- haben die gesammelten Erfahrungen und Erinnerungen noch frisch im Kopf

Diese Punkte sind auch gleichzeitig die Sondierungskriterien. Wer diese nicht erfüllt, ist für ein vertieftes Interview nicht geeignet.

Hierbei wurde entschieden, dass neben dem Fokus auf eine bestimmte Altersgruppe, auch ein geografischer Fokus gelegt wird – nämlich auf Airbnbs und Hotels in europäische Länder. Der Grund dafür basiert auf der Annahme, dass, wenn eine Person nach einer Unterkunft innerhalb von Europa sucht, ähnliche Kriterien als entscheidend bewertet. Beispielsweise ist der gesamte Kontinent recht stark und urban besiedelt und das BIP pro Kopf ist in den einzelnen Ländern grösstenteils – bis auf ein paar Ausnahmen – auf einem vergleichbaren Niveau (Länderdaten.info, 2021; Svennebye, 2008). Auch weitere demografische Daten, wie die Altersverteilung, ist innerhalb der Länder sehr ähnlich (Statista, 2019). Zudem handelt es sich bei Europa um einen relativ sicheren Kontinent im Vergleich zu anderen Kontinenten (vgl. UNODC, 2013, S. 95f.). Während bei der Suche nach einem Airbnb in Österreich wahrscheinlich eher der Preis und die Lage entscheidend sind, würden bei einer Unterkunft in Ländern, wie beispielsweise Thailand, ganz andere Faktoren, wie unter anderem die Sicherheit, eine Rolle spielen (eigene Annahme und Erfahrung). Diese Einflüsse werden mit dieser geografischen Einschränkung verringert.

Die genaue Anzahl der Befragten wurde noch nicht im Vorhinein festgelegt. Es wurde lediglich entschieden, dass es mindestens zehn Personen sein müssen. Die Umfrage wurde dann abgeschlossen, als sich die Antworten der Befragten zu wiederholen begannen und sich ein klares Bild abzeichnete. Ob eine solche Umfrage repräsentativ ist, hängt nicht zwangsläufig von der Anzahl der befragten Personen ab, sondern von deren Typisierung (Lamnek, 2010, S. 350f.).

Es wurde im Bekannten- und Freundeskreis nach passenden Personen gesucht. Diese wurden auch gebeten, in ihrem Kreis nach weiteren passenden Personen zu suchen, welche die zu Beginn des Punkts Sampling genannten Kriterien erfüllen. Schlussendlich wurden siebzehn Interviews im Zeitraum vom 29.03.2021 bis zum 11.04.2021 geführt, wobei ein Interview nicht in die Analyse miteinbezogen wurde, da hier das Kriterium «bei den Entscheidungen

beteiligt» nicht stark genug ausgeprägt war und so die Antworten der befragten Person keinen Mehrwert für die Arbeit bieten konnten. Von diesen sechzehn Interviewpartnern waren neun weiblich und sieben männlich. Diese wurden alle zwischen 1985-1999 geboren. Interessanterweise stellte es doch eine relativ grosse Herausforderung dar, Personen zu finden, welche in den 80ern geboren wurden und schon einmal in einem Airbnb in einer europäischen Stadt oder generell in einer Unterkunft dieser Plattform genächtigt hatten. Sobald sich für die Autorin ein klares Bild ergab und sich die Antworten grösstenteils wiederholten, wurden keine neuen Gesprächspartner mehr gesucht. Die Interviewtranskriptionen befinden sich in Anhang C.

Quantitativer Kurzfragebogen und Interviewprotokoll

Bevor mit dem eigentlichen Interview begonnen wurde, wurden die Interviewten gebeten, einen kurzen Fragebogen auszufüllen, um die wichtigsten Informationen über sie zu erfahren. Dieser beinhaltet unter anderem Fragen über ihre Soziodemografie, welche in der Analyse zusätzliche Insights generieren sollen. Der Kurzfragebogen, welcher für diese Masterarbeit verwendet wurde, wurde mit Google Forms gemacht. Der Link wurde per WhatsApp oder Mail versendet. Der Kurzfragebogen befindet sich im Anhang B.

Abgeleitet aus den Anweisungen von Arsel (2017), wie reflexive Fragen gestellt und ein qualitatives Interview gestaltet werden sollten, wurde ein offenes, halbstrukturiertes, qualitatives Erhebungsverfahren gewählt, um Informationen zum Reise- und Wahlverhalten von den Befragten zu erhalten. Diese Verfahrensart sieht auch Mayring (2002, S. 67) als passend für Tiefeninterviews an. Arsel (2017, S. 939) sieht die interaktive, flexible, aber trotzdem fokussierte Natur von Interviews als Quelle für vertrauenswürdige und effektive Daten über die Befragten an. Auch Rabionet (2011, S. 563) sieht diese Art der Interviews als eine flexible und kraftvolle Methode, um das Gesagte und die Bedeutung der gesammelten Erfahrungen für die Befragten festzuhalten. Bei einem offenen, semistrukturierten Interview können die Befragten frei antworten und es gibt keine vorgefertigten Antwortmöglichkeiten. Die Leitfragen werden grob festgelegt. Das heisst, dass es keinen starren Fragenkatalog gibt. Folgefragen ergeben sich aus den Interviewsituationen und dem Gespräch. Die befragte Person hat die Möglichkeit frei zu antworten und so detailliert über ein Geschehnis zu erzählen, wie sie möchte. (Mayring, 2002, S. 66ff.)

Daran orientierte sich die Autorin. Die Fragen wurden offen gestaltet und der Ablauf des Interviewprotokolls wurde auf die Situation angepasst. Obwohl der Fragebogen zuvor mit mehreren Familienmitgliedern durchbesprochen wurde, um ihn auf Verständlichkeit zu testen, musste dieser nach den ersten Interviews noch einmal etwas überarbeitet werden. Das heisst, dass Fragen anders formuliert oder zusammengefasst wurden. Ausserdem wurden jene rausgestrichen, welche keinen wirklichen Mehrwert für die Beantwortung der Forschungsfrage und der Arbeitshypothesen boten. Der Autorin war es zudem auch besonders wichtig während der Befragung flexibel zu sein und Fragen passend zu den Aussagen der Interviewten zu stellen.

Der Aufbau des Interviewprotokolls sieht folgendermassen aus:

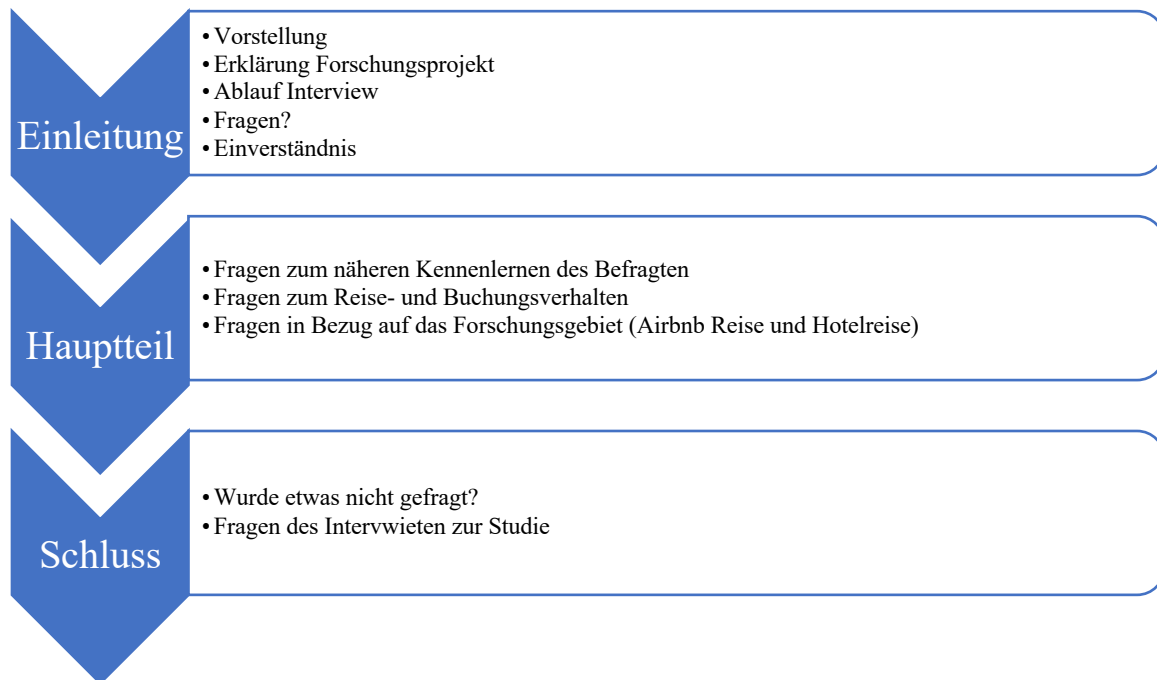


Abbildung 6: Aufbau Interview (eigene Darstellung)

Das Interviewprotokoll, welches während den Befragungen verwendet wurde, befindet sich im Anhang (siehe Anhang B).

Dieses Interviewprotokoll wurde als Leitfaden herangezogen und um, während des Interviews, wichtige Anmerkungen zu notieren. Es wurden nicht nur interessante Antworten, sondern beispielsweise auch die Körpersprache einer befragten Person vermerkt.

a) Einleitung

In der Einleitung hat sich die Autorin selbst in ein paar Sätzen vorgestellt – also wer sie ist, wo sie studiert und was ihr Studienschwerpunkt ist. Anschliessend wurde das Forschungsprojekt näher erklärt. Den Befragten wurde aufgezeigt, dass das Wahlverhalten von Millennials in Bezug auf Airbnbs interessant für die Autorin ist und dass gerade diese persönlichen Befragungen nähere Erkenntnisse bringen sollen. Anschliessend wurde kurz der Ablauf des Interviews erklärt, die Befragten wurden aufgefordert Fragen zu stellen, falls es schon welche gab und ausserdem wurden sie gebeten ihr Einverständnis für die Befragung und die Tonaufzeichnung zu geben.

b) Hauptteil

Da die bereits vorhandene Literatur (siehe Kapitel 3 Literaturrecherche) eher als Vergleich zu den Ergebnissen der Autorin dienen soll, bildet diese nur bedingt eine Basis für die Fragen, welche in diesem Teil gestellt wurden.

Wie auch von Arsel (2017) vorgeschlagen wird, wurden zu Beginn des Interviews keine typischen «Icebreaker»-Fragen gestellt. Der Interviewte wurde gebeten, etwas über sich zu erzählen, bevor über die Forschungsthematik gesprochen wurde.

Anschliessend fuhr die Autorin mit Fragen zum Reiseverhalten fort, um die Intention hinter dem Reisen zu verstehen. Hierbei handelte es sich um sehr allgemeine Fragen, welche nicht spezifisch auf eine bestimmte Reise bezogen wurden.

Da es sich bei Airbnb um eine Online-Unterkunftsplattform handelt, wurden auch Fragen zum Buchungsverhalten gestellt. Gerade die Tätigkeiten, welche online stattfinden, waren besonders interessant. Im Anschluss wurde den Interviewenden zuerst Fragen zu einer Airbnb-Reise und dann Fragen zu einer Hotelreise gestellt.

Die Fragen wurden auf Basis des heuristischen Forschungsansatzes (vgl. Beritelli, et al., 2019) formuliert. Das heisst, dass stets versucht wird die Fragen mit «*Wie kam es dazu, dass...?*» auszuformulieren, um so den Kontext jeder Entscheidung besser verstehen zu können.

c) Schlussteil

Am Ende des Interviews wurden die Befragten dazu aufgefordert, noch zusätzliche Anmerkungen zu machen und Informationen preiszugeben, welche sie als wichtig empfinden, aber während des Interviews nicht zur Sprache kamen. Zusätzlich wurde ihnen nochmals die Möglichkeit gegeben, Fragen zur Studie zu stellen. Zum Schluss bedankte sich die Autorin bei ihnen für die Bereitschaft mit ihr zu sprechen.

d) Durchführung der Interviews

Vor der Durchführung wurden das Interview und der Kurzfragebogen mit mehreren Testpersonen durchgeführt und entsprechend angepasst. (Mayring, 2002, S. 69ff.) Da die Coronapandemie zum Zeitpunkt der Befragungen immer noch andauerte und so persönliche Interviews nicht möglich waren, wurden alle Interviews über Microsoft Teams oder Skype durchgeführt. Der Autorin war es wichtig, dass die Kameras eingeschaltet sind, damit so trotz allem eine etwas persönlichere Atmosphäre entstand und die Autorin auch die Körpersprache der Befragten wahrnehmen konnte. Vor den Interviews wurde den Befragten die volle Anonymität garantiert. Die Gespräche gingen durchschnittlich etwa 13:30 Minuten.

4.2.4.2 Datenaufbereitung

Die Interviews wurden nach dem Einverständnis der Befragten mit dem Smartphone aufgenommen. Anschliessend wurden die Gespräche nach den Vorgaben von Dresing und Pehl (2010) transkribiert. Wenn die Gesprächspartner ihre Namen während des Interviews erwähnten, wurden diese durch ein „X“ ausgetauscht, um ihre Anonymität zu gewährleisten. Ausserdem wurde in den Transkriptionen die Bezeichnung „Interviewpartner 1“ usw. verwendet. Die Interviews wurden nach Absprache mit den Befragten auf Hochdeutsch durchgeführt. So konnte gewährleistet werden, dass es zu keinen „Übersetzungsfehlern“ kommt und die Wortwahl eins zu eins in einer Transkription wiedergegeben werden kann. Die Transkription wurde unter anderem mit der Diktierfunktion von Microsoft Word durchgeführt. Die Aussagen wurden wortwörtlich in der Transkription festgehalten, was auch Wortwiederholungen oder unvollständige Sätze beinhaltet. Äusserungen, wie beispielsweise „Ähm“ oder „Mhm“ wurden dagegen nicht in der Transkription aufgenommen, ausser es handelte sich dabei um eine Antwort.

4.2.4.3 Datenauswertung

Die Auswertung der Daten wurde mit Hilfe von qualitativen und interpretativen Techniken durchgeführt (Mayring, 2002, S. 66 & 112). Bei dieser Masterarbeit wurde auf die zusammenfassende Inhaltsanalyse zurückgegriffen, welche die Reduktion des gesammelten Materials auf die wesentlichen Inhalte zum Ziel hat. Es wird dabei das Material streng kontrolliert und Schritt für Schritt analysiert. Der Grundgedanke hinter dieser Technik ist, dass die Ergebnisse quantifizierbar gemacht werden, ohne dabei die Systematik der qualitativen Inhaltsanalyse zu verlieren. Hierbei muss in einem ersten Schritt die Analyseeinheit bestimmt werden. Dies stimmt mit den Anforderungen der Grounded Theory an eine qualitative Arbeit überein. Zudem wird anschliessend eine Paraphrasierung vorgenommen und Aussagen werden generalisiert und verglichen. Nach diesem Schritt findet eine erste Reduktion statt, mit welcher offensichtlich unwichtige Paraphrasen gestrichen werden. In einem letzten Schritt werden die Paraphrasen mit einer ähnlichen Aussage in abstrahierte Kategorien gebündelt. Auch dies ist im Sinne der Grounded Theory. (Mayring, 1991)

Die Ausgangslage bildeten in dieser Arbeit die durchgeführten Interviews, welche zur Analyse herangezogen wurden. Diese wurden alle einzeln analysiert. Mit Hilfe der Software „Atlas.ti“ wurden wichtige Paraphrasen kodiert, jedoch wurden jene mit demselben Inhalt nicht entfernt. Nebenbei wurden Memos gemacht, um stets einen Gesamtüberblick über die aktuelle Situation der Analyse zu haben. Die Paraphrasen wurden gezählt und halfen dabei, ein besseres Verständnis dafür aufzubauen, ob es sich dabei um eine subjektive Meinung handelte oder etwas, was von weiteren Befragten unterstützt wurde. Diese Codes wurden zur Bündelung in Kategorien eingeordnet, was im Vordergrund dieses Prozesses lag. Diese Kategorien orientierten sich – dank eines sich ständig wiederholenden Prozesses – an der vorliegenden Forschungsfrage. Mit Hilfe eines fortlaufenden Vergleichs konnten sich wiederholende Heuristiken herausgearbeitet werden.

4.2.4.4 Gültigkeit der gewählten Methodik

Wie bereits im Punkt 4.2.2 Forschungsmethodik erwähnt, steht die qualitative Forschung hinsichtlich der Gültigkeit ihrer Ergebnisse in der Kritik. Mayring (2002, S. 141ff.) zeigt sechs Gütekriterien auf, welche von einer qualitativen Arbeit erfüllt werden müssen. Diese sind die Verfahrensdokumentation, die argumentative Interpretation, die Regelgeleitetheit, die kommunikative Validierung, die Nähe zum Gegenstand und die Triangulation.

Diesen Kriterien wurde bei dieser Arbeit besondere Wichtigkeit zugeschrieben. Der Weg, wie die Ergebnisse gewonnen wurden, wurde streng festgehalten und genau dokumentiert. Dasselbe galt für die einzelnen Analyseschritte. Im weiteren Verlauf dieser Masterarbeit werden keine Spekulationen angestellt, sondern Interpretationen werden argumentiert. Es konnte auf Grund der Corona-Pandemie kein persönliches Gespräch stattfinden. Die Autorin legte daher grossen Wert darauf, die Videokameras während den Online-Interviews einzuschalten, um einem persönlichen Gespräch so nahe wie möglich zu kommen. Im Anschluss an die Gespräche wurden einzelne Ergebnisse des Interviews noch einmal mit den Befragten besprochen, um Missverständnisse zu vermeiden. Durch die Literaturanalyse wurden bereits erste Forschungsansätze zu dieser Thematik analysiert und erste Einblicke konnten gesammelt werden. Diese Ergebnisse werden am Ende dieser Arbeit mit den Forschungsergebnissen der Autorin verglichen (siehe Punkt 5.3.2 Abgleich mit der Literatur).

5 Ergebnisse und Analyse

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Interviews geteilt und analysiert. Zum einen werden die Daten der Kurzumfrage zusammengefasst dargestellt und zum anderen werden die Ergebnisse der zusammenfassenden Inhaltsanalyse der Interviews präsentiert.

5.1 Kurzumfrage

Die Kurzumfrage wurde aus Gründen der Vereinfachung gemacht. Damit konnte sichergestellt werden, dass einheitlich alle wichtigen Daten zu den Interviewten gesammelt werden. Der Aufbau der Kurzumfrage und die Ergebnisse befinden sich in Anhang B. Die Kurzumfrage beinhaltete Fragen zu Punkten, wie Geburtsjahr, Wohnort, höchster Bildungsabschluss, Job/Studium, Netto Einkommenskategorie und wie oft die befragte Person im Durchschnitt in den vier Jahren vor der Pandemie verreist ist. Keine der befragten Millennials hatte zum Zeitpunkt des Interviews Kinder und alle waren ledig, deshalb sind diese Merkmale nicht in der Tabelle im Anhang abgebildet.

Wie bereits zum Sampling in Punkt 4.2.4.1 Datenerhebung erwähnt wurde, wurde ein Interview für die weitere Analyse nicht in Betracht gezogen, da es nicht den vorher festgelegten Kriterien entsprach und keinen Mehrwert für die Studie bieten konnte. Hierbei handelte es sich um die Befragung mit dem Interviewpartner 17. Somit wurden neun weibliche Personen und sieben männliche befragt. Diese sind alle zwischen 1985 und 1999 geboren, wobei zwölf Personen in den 90ern zur Welt kamen und 4 in den 80ern. 11 Personen stammen aus Österreich, drei aus der Schweiz und zwei aus Deutschland. Die meisten der Interviewpartner (8) hatten einen Bachelorabschluss. Die restlichen Personen gaben an, einen Master (5), mit Maturität (1) oder die Lehre (2) abgeschlossen zu haben. Vier Personen befinden sich in der Gehaltsklasse 50.001-75.000 CHF oder EUR, fünf in 25.001-50.000 CHF oder EUR, eine in 15.001-25.000 CHF oder EUR, vier gaben an, kein eigenes Einkommen zu haben und zwei machten keine Angaben zu ihrem Gehalt. In Bezug auf ihr Reiseverhalten gaben vier Personen an, dass sie 4-mal oder mehrmals pro Jahr in den letzten vier Jahren vor der Pandemie gereist sind. Bei der Mehrheit (8) waren es drei Reisen im Jahr und bei vier Personen waren es zwei.

5.2 Interviews

Anbei werden nun die Ergebnisse der persönlichen Umfrage besprochen. Zu Beginn werden die Persönlichkeitsmerkmale der Befragten, anschliessend die Informationssuche und das Buchungsverhalten und zum Schluss die Merkmale, welche ausschlaggebend waren, ob sich die Befragten für ein Airbnb oder ein Hotel entschieden haben, erörtert.

5.2.1 Persönlichkeitsmerkmale

In den ersten Minuten des Gesprächs wurden die Interviewten gebeten, kurz zu erläutern, was sie zum Reisen motiviert. Dabei stellte sich heraus, dass vor allem das Entfliehen aus dem

gewohnten Alltag und Neues entdecken grosse Motivatoren darstellen, um in den Urlaub zu fahren.

Interviewpartner 13 (00:03:34): «Ich glaube, der Hauptgrund ist für mich zum Abschalten, zum Urlaub machen und zum aus dem Alltag entfliehen und der zweite Grund ist eventuell andere Kulturen kennenzulernen, Städte besichtigen und eventuell Neues erachten zu erlernen, kennenlernen. Essen.»

Interviewpartner 2 (00:04:36): «Wieso? Zum wirklich neue Kulturen sehen auch etwas eine Auszeit von Zuhause sein. Kulissenwechseln auf eine Art, Zeit mit Freunden, Familie, Bekannte verbringen.»

Ausserdem wurden die Befragten gebeten über ihre Reisegewohnheiten zu sprechen, damit sich die Autorin einen ersten Eindruck davon verschaffen konnte.

Wie Wagner et al. (2015, S. 13) feststellen, versuchen Plattformen, wie beispielsweise Airbnb vor allem Millennials anzusprechen. Auch der Report von Airbnb (2016, S. 2), in welchem eine grossangelegte Studie beschrieben wird, bestätigt das. Dieser führt weiter aus, dass gerade diese Generation als abenteuerlustig beschrieben werden kann. Zudem sind Millennials besonders spontan und möchten die Möglichkeit haben, während des Reisens kurzfristig die Pläne ändern zu können (BizCommunity, 2018).

Diese Studien führten zur Aufstellung einer Arbeitshypothese zu den Punkten Spontanität und Flexibilität. Diese lautet: «Spontanität und Flexibilität spielen bei dieser Zielgruppe eine wichtige Rolle.» Um diese zu beantworten wurden die Interviewten unter anderem auch gefragt, ob sie sich eher als durchstrukturierte Planer sehen oder ob sie es beim Reisen lieber spontan und abenteuerlich mögen. Es wurden dabei also der Reisetyp und der Planungsprozess in den Fokus gestellt. Die Mehrheit gab an, dass sie sehr spontan sind und keine umfangreiche Planung vor Antritt der Reise stattfindet. Das lässt sich unter anderem auch damit begründen, dass Chancen zum Reisen ergriffen werden, sobald sich diese ergeben. Wenn bestimmte Umstände gegeben sind, wie beispielsweise die eigene Reiselust und jene von Freunden geweckt ist, das Wetter stimmt und Zeit zur Verfügung steht, wird versucht, diese Tage zu nützen und das Beste aus den bestehenden Reisemöglichkeiten zu machen.

Interviewpartner 4 (00:02:07): «Sehr spontaner Abenteurer. Also unsere Reisen, die waren sehr selten vorab organisiert. Sie waren eigentlich hauptsächlich, ja, 2 Wochen davor oder eine Woche davor ne Idee gehabt, dann geschaut, ob gutes Wetter ist und überlegt, ob's ein gutes Angebot gibt und dann, dann waren wir schon im Flugzeug.»

Interviewpartner 14 (00:02:04): «Ein Beispiel, das grundsätzlich meine Reisetätigkeit, Reiseleidenschaft widerspiegelt ist, sind die Semesterferien vom Studium in Vaduz. Zwei Wochen waren es damals ungefähr. Eine Woche war noch übrig. Und dann dachte ich mir, was mach ich? Was könnte ich machen? Und dann dachte ich mir, schaue ich mir mal Google Maps an. Was ist so interessant? Wo könnte ich hin? Was könnte ich machen? In der einen Nacht beschlossen, dass ich nach New York fliege und am nächsten Tag nach Zürich am Flughafen und in New York gelandet.»

Vielen Befragten war auch besonders wichtig, dass sie vor allem vor Ort sehr flexibel und spontan agieren können. Ein konkretes Programm für den Urlaub wird nicht erstellt, da der Urlaub als eine Zeit des Genusses und der Entspannung angesehen wird und keine stressigen Situationen beim Abarbeiten eines straffen Zeitplanes entstehen sollen. Zudem gab eine der befragten Personen an, dass ihr bewusst ist, dass das Geplante meist nicht wie gewünscht umgesetzt werden kann.

Interviewpartner 9 (00:01:54): [...] weil also komplett durchplanen, auch wenn ich es gerne würde, wird's bei mir nicht funktionieren, weil die Pläne zwar theoretisch gut sind, aber in der Umsetzung nicht ganz so funktionieren. Aber ich lasse mir das gerne auch einfach offen damit, wenn man so ein Land besucht, dass man das einfach kennenlernen kann und nicht von einer Aktivität zur nächsten hetzen muss.

Interviewpartner 10 (00:02:25): Also ich informiere mich schon vorab, was man alles machen kann, aber vor Ort dann eher spontan.

Keiner der Befragten gab an, dass vor dem Reisen ein genauer Plan erstellt wird. Jedoch sprachen einige darüber, dass es auch darauf ankommt, mit wem sie unterwegs sind oder wohin sie reisen. Abhängig von diesen Faktoren agieren sie dann spontan oder eben nicht. Beispielsweise wurde angegeben, dass Reisen in ein weit entferntes Land wesentlich besser im Voraus durchgeplant werden als Reisen innerhalb von Europa oder mit kurzer Flugdauer. Bei einigen war das genau anders. Zudem gaben einige an, in Bezug auf die Spontanität auch zwischen Alleinreisen und Reisen mit Freunden zu unterscheiden. Während andere bei Trips mit Freunden eher strukturierter als sonst vorgehen, ist das bei anderen genau umgekehrt. Die Begründungen für dieses Verhalten fielen ganz unterschiedlich aus. Ein Millennial nannte die Sicherheit, einen Schlafplatz zu haben als ausschlaggebenden Punkt, wieso er bei Alleinreisen strukturierter vorgeht als sonst. Bei Reisen mit Freunden hingegen wird Wert daraufgelegt, dass die Gruppe vor Ort flexibel entscheiden kann, was sie als Nächstes unternehmen wollen.

Interviewpartner 7 (00:02:46): «Ich glaube, es kommt drauf an, mit wem ich unterwegs bin. Also wenn ich alleine unterwegs bin, bin ich eher strukturiert und informiere mich gut, wo ich als nächstes hin möchte. Da mag ich eigentlich die Unsicherheit etwas weniger, ob ich am nächsten Ziel dann wieder eine Unterkunft habe, das möchte ich planen. Aber gerade wenn ich mit Freunden unterwegs bin, lasse ich mich gerne einfach dem Flow gehen und ja, da sind wir meistens sehr spontan was wir unternehmen.»

Andere legen wiederum überhaupt keinen Wert auf die Sicherheit, einen fixen Schlafplatz zu haben und empfinden die Möglichkeit, spontan über den weiteren Reiseverlauf entscheiden zu können und die Möglichkeit zu haben, an einem Ort nach Belieben länger zu bleiben, wichtiger.

Interviewpartner 16 (00:01:55): «Es kommt ein bisschen darauf an. Ich würde sagen, bei kurzen Reisen eher durchstrukturiert und im Vergleich zu anderen Reisenden vermutlich auch bei langen Reisen. Aber wenn ich jetzt erst mehr Zeit habe oder wenn ich

mehrere Wochen hin verreise, dann behalte ich mir gerne auch mal die Unterkunft offen oder den genauen Plan, damit man sich auch spontan umentscheiden kann und an einem Ort länger bleiben, wenn man möchte».

5.2.1.1 Arbeitshypothese und erwartete Ergebnisse

In Bezug auf die aufgestellte Arbeitshypothese kann gesagt werden, dass Spontanität und Flexibilität auf jeden Fall eine Rolle im Leben der Befragten und speziell in Bezug auf Reisen spielen. Jedoch kann diese aufgestellte Arbeitshypothese nicht ohne weiteres generalisiert und bestätigt werden. Wie die Aussagen der Befragten gezeigt haben, kommt es immer auf die gesamte Reisesituation und auch die persönliche Flexibilität an. Auch wenn sich die Befragten meist als spontan beschreiben würden, werden von dem grössten Teil trotzdem zumindest minimale Vorkehrungen getroffen, wie beispielsweise vor der Ankunft eine Unterkunft zu buchen, um eine gewisse Sicherheit zu haben. Die Möglichkeit auch sehr kurzfristig noch einen Schlafplatz zu finden und diesen buchen zu können, nannten ein paar der befragten Personen als wichtigen Punkt während ihres Interviews. Wichtig ist ihnen vor allem, dass sie vor Ort flexibel und spontan agieren können. Fünf dieser Personen nannten zudem auch, dass die Plattform Airbnb dieses Bedürfnis nach Spontanität und Flexibilität befriedigt und sie deshalb gerne die Online-Sharing-Plattform nutzen. Ihren Angaben zufolge, kann dort stets eine Unterkunft zu einem vernünftigen Preis gefunden werden, egal wie kurzfristig eine Buchung ist.

Interviewpartner 6 (00:01:59): «Ja, also ich bin generell eher sag ich mal chaotisch. Ich glaub das kann die Mama auch bestätigen. Also, ich bin niemand der das jetzt Monate im Voraus alles plant und irgendwie schon alles auskundschaftet und im Internet irgendwie researcht oder so. Also ich mache das eigentlich alles immer sehr spontan und das finde ich halt auch sehr angenehm an Airbnb, weil es da halt auch erlaubt wirklich sehr kurzfristig eigentlich eine sehr gute Unterkunft zu bekommen.»

Interviewpartner 5 (00:05:04): «[...] habe ich Airbnb als Plattform gewählt, weil sie einfach für kurzfristige Reisen finde ich das die beste Plattform. [...] Ja, weil einfach viele Hotels schon ausgebucht sind oder wenn man kurzfristig bucht, sehr teuer sind und bei so Airbnbs, findet man meistens noch irgendwo ein Platz, der halbwegs im Budget ist.»

Die Autorin erwartete bereits, dass sich die Befragten als eher spontan bezeichnen würden. Allerdings rechnete die Autorin damit, dass insbesondere bei einer Gruppenreise eine gründliche Planung vorangeht, um die Zufriedenheit aller Gruppenmitglieder zu gewährleisten. Die Ergebnisse der Interviews zeigten jedoch, dass die Einstellungen sehr gegensätzlich waren, wenn es um Spontanität und Flexibilität in Bezug auf Alleinreisen, Reisen mit Freunden sowie Lang- und Kurzstreckenreisen ging. In diesem Punkt wurde vor allem damit gerechnet, dass gerade bei Gruppenreisen Pläne gemacht und abgesprochen werden, damit alle Gruppenmitglieder mit dem Reiseverlauf einverstanden sind.

5.2.2 Informationsbeschaffung und Buchungsverhalten

In den Interviews wurden die Befragten auch zu ihrem Verhalten bezüglich der Informationsbeschaffung vor Buchung der Reise befragt. Ausserdem wurde darüber gesprochen, wie sie ihre Reisebuchungen meistens tätigen.

Gerade Millennials sind besonders technikaffin. Sie werden von Forschern, wie Prensky (2001, S. 1), auch als die Muttersprachler der digitalen Sprache bezeichnet. Auch Fietkiewicz et al. (2016, S. 3832) bezeichnet diese Generation als besonders geschickt im Umgang mit Technik. Der Grund dafür ist, dass diese Menschen bereits seit ihrer Geburt mit Technologien umgeben waren, damit interagiert haben und aufgewachsen sind. Connaway, Radford, Dickey, Williams und Confer (2008, S. 127) nennen Google als eine der Hauptquellen, welche Millennials benutzen, um sich Informationen zu beschaffen.

Basierend auf der bereits bestehenden Literatur zu dieser Thematik wurde die folgende Arbeitshypothese aufgestellt: «Die Informationssuche und Buchung finden online statt.». Diese gilt es nun zu prüfen, beginnend mit dem ersten Teil der Arbeitshypothese – dem Verhalten in Bezug auf die Informationssuche.

5.2.2.1 Informationssammlung

Obwohl sich die meisten Interviewpartner selbst als spontan bezeichnete, werden von allen Befragten vorab schon Informationen gesammelt. Das Ausmass variiert hingegen. Alle interviewten Personen haben angegeben, dass sie Informationen zu dem Ort, der Unterkunft und Freizeitaktivitäten, wie Events oder Restaurants, ausschliesslich oder mehrheitlich online suchen. Dabei wird nicht nur klassisch auf Google zurückgegriffen. Viele sammeln auch Informationen über soziale Netzwerke, wie beispielsweise Instagram, Pinterest und YouTube. Auf diesen Plattformen teilen Personen, die diese Destinationen bereits bereist haben, ihre Erfahrungen in Form von Reiseberichten mit ihrer Community. Ausserdem werden auch Blogs und verschiedene Reise- und Hotelplattformen als interessante Alternative angesehen. Dieses Ergebnis stimmt auch mit Studien überein, welche die steigende Popularität des Internets im Zusammenhang mit der Reiseplanung bestätigen (Google Travel Study, 2014, S. 6). Das lässt sich unter anderem auch dadurch erklären, dass es ein schneller und unkomplizierter Weg ist, aber auch dadurch, dass diese Meinungen als authentischer angesehen werden, da diese direkt von Personen kommen, welche diesen Ort schon einmal besucht haben oder dort heimisch sind.

Interviewpartner 3 (00:02:40): «Instagram. Also meistens über Instagram. Manchmal auch, das hab ich auch schon gemacht, dass ich über YouTube irgendwas angeschaut habe. Irgendwelche Blogs, von irgendwelchen anderen Menschen, die schon mal dort waren. Und Google natürlich, aber schon hauptsächlich Instagram, also ich schaue, was andere Leute da gemacht haben und dann schau ich, was mir gefällt. »

Interviewpartner 14 (00:03:32): «Ja, gute Quelle, gute Quelle oder als Start zu den Quellen ist eben Google als bekannteste Suchmaschine. [...] Prinzipiell aber suche ich mir genauere Informationen über Kultur, Umgebung, ja über die lokalen Seiten, auch wenn es des Öfteren nicht auf Englisch ist, aber klassische Reiseanbieter oder Reisebüros oder sonstigen irgendwelche Reisereportagenportale interessieren mich wenig, »

weil ich mir selbst eine Meinung bzw. die Meinung der Locals mich mehr interessiert als Meinung von irgendwelchen Reiseportalen.»

Wie die beiden Aussagen zeigen, wird besonders Wert auf die Meinung von anderen Reisenden oder auch Locals gelegt. Auch weitere Befragte sehen Kundenrezensionen und Erfahrungsberichte als wichtiges Merkmal, welches das Internet bzw. die verschiedenen Plattformen bieten. Auch Forscher, wie Hernandez-Maskivker und Rauch (2017, S. 5) konnten belegen, dass in der Generation der Millennials Online-Rezensionen eine essentielle Rolle bei Buchungsentscheidungen spielen. Rezensionen werden deshalb als interessant bei der Informationssammlung und im Entscheidungsprozess angesehen, weil sie dabei helfen, einen ersten Einblick zu bekommen und reale Tatsachen widerspiegeln und so die Entscheidung erleichtern.

Interviewpartner 6 (00:04:28): «Man erfährt sehr schnell die wichtigsten Informationen über die Unterkunft und vor allem auch sieht man die Rezensionen von anderen Gästen und kann so eigentlich schon relativ gut einschätzen, ob das jetzt eine gute Unterkunft ist oder eher nicht.»

Interessanterweise gaben eine Handvoll Interviewpartner, mit welchen über Rezensionen auf Onlineplattformen gesprochen wurde, an, dass sie diese Kundenerfahrungsberichte auf Airbnb als glaubwürdiger ansehen als auf sonstigen Hotelbuchungsplattformen, wie beispielsweise Ebookers. Der Grund für das Vertrauen in die Bewertungen ist, dass bei Airbnb nur Personen eine Rezension schreiben können, welche wirklich diese Unterkunft besucht haben und ihren Aufenthalt abgeschlossen haben (vgl. Airbnb, 2021a). Somit sind sich die Befragten sicher, dass es sich dabei um eine reale Person handelt. Zudem wurde als positiver Aspekt genannt, dass bei Airbnb keine Pflicht besteht eine Rezension zu schreiben und die Erfahrungsberichte somit als ehrlich angesehen werden.

Interviewpartner 7 (00:09:15): [...] «Und ein wichtiger Punkt für mich ist schon auch bei Airbnb die Bewertung, weil ich eigentlich eine grosse, ein grosses Vertrauen in diese Bewertung setze. Mehr wie bei Ebookers. [...] Also für mich sind die Erfahrungsberichte sind ja bei Airbnb, sind immer von Personen, die wirklich an dem Ort waren und es gibt ja wie auch die Bestätigung, also eine Rückantwort sozusagen wie die Gäste sich verhalten haben. Und ja, da hab ich einfach ein gutes Gefühl, dass diese Personen real sind, dass sie ehrliche Antworten geben, da sie eigentlich keine Pflicht, also es ist in dem Sinn keine Pflicht, sich so gut wie möglich verkaufen zu wollen. Und bei Ebookers hab ich vielleicht noch eher das Gefühl, dass die Bewertungen gekauft sein könnten. [...] Ja, bin ich wie nicht gleich überzeugt von dessen von deren Glaubwürdigkeit.

Neben dem Internet als Informationsquelle verschaffen sich etwa ein Duzend der Befragten auch noch zusätzlich über den Offline-Weg Informationen zu ihrem Reiseziel und die Möglichkeiten vor Ort. Dieses Ergebnis bildet sich auch in der Google Travel Study (2014, S. 5) ab. Die offline Informationsbeschaffung läuft dann über Freunde ab. Wenn es sich beispielsweise um eine längere Reise in ein weit entferntes Land handelt, dann wird von drei Personen

auch oftmals einen Reiseführer gekauft. Kaum einer der Befragten gab an, dass er speziell zur Informationssuche für ein bereits festgesetztes Reiseziel ein Reisebüro aufsucht.

Interviewpartner 6 (00:05:10): «Oder vielleicht, also das Einzige, was sonst noch wäre, wäre, dass man halt irgendwelche Bekannte oder so noch fragt, wo schon mal dort waren.»

Interviewpartner 11(00:02:31): »Genau, also die Hauptinformationsquelle ist sicher das Internet. Was auch immer wieder mal ganz interessant ist, ist dann so ein Reiseführer ein gedruckter, aber eher seltener. Da muss es dann schon lange weg gehen, dass man so einen in Betracht zieht.»

5.2.2.2 Buchungsverhalten

Studien zeigen, dass besonders Millennials online shoppen, da sie bereits mit Technologie aufgewachsen sind. Diese Generation macht auch den grössten Anteil bei den Online-Einkäufen aus. (Statista, 2017; Eshopworld, 2019, S. 6) Mehr als die Hälfte aller Millennials buchen ihre Trips online (Widmer, 2021). Ergebnisse wie diese, veranlassten die Autorin dazu, den zweiten Teil der oben genannten Arbeitshypothese aufzustellen und den Interviewpartnern Fragen über deren Buchungsverhalten zu stellen.

Bei der Befragung stellte sich heraus, dass alle Interviewten hauptsächlich selbst online ihre Reisen buchen, anstatt ein Reisebüro damit zu beauftragen.

Interviewpartner 1 (00:28:59): «Eigentlich immer nur online. Also das Reisebüro ist vielleicht auch in meiner Generation nicht mehr so üblich irgendwie. Also ich kann mich gar nicht erinnern, dass ich jemals, also ich habe glaube wirklich noch nie eine Reise über das Reisebüro gebucht.»

Hierbei wurde von den meisten Interviewten als Grund die Vergleichbarkeit und die durch das Internet gewährte Transparenz angegeben. Dank der zahlreichen Plattformen können besser, einfacher und schneller verschiedene Angebote miteinander verglichen werden. Zudem nannte ein befragter Millennial, dass Online-Buchungen relativ einfach durchführbar sind und er mit dem Ablauf auf der Plattform bereits vertraut ist. Zudem gaben zwei Personen an, aufgrund der selbst durchgeführten Online-Buchung über mehr Freiheit zu verfügen und die Reise nach eigenem Belieben gestalten zu können. Spontane Änderungen können ohne Probleme gemacht werden, ohne dass eine Verpflichtung gegenüber einem Reisebüro besteht. Zusätzlich können wichtige Informationen auf Anhieb auf den Webseiten gefunden werden.

Interviewpartner 9 (00:04:50): «Glaub so die Vergleichsmöglichkeiten sind da extrem gross und, also das sehe ich als recht positiven Aspekt, wenn man sich da wirklich selber raussuchen kann schon kann, was möchte ich denn gerne. Das fand ich eigentlich immer ganz praktisch. »

Interviewpartner 4 (00:03:43): «Ich sage ja, es ist sehr komfortabel. Man kann gut vergleichen. Man hat eigentlich Plattformen, die eigentlich das ganze Angebot, das

man braucht, sei es Mietwagen, sei es Flug, Hotel, Unterkunft, wenn man nicht ins Hotel will, gibt es auch private Unterkünfte. Man kann alles in der kurzen Zeit vergleichen. Man kann Rezensionen lesen. Man braucht die Beratungen von einem Reiseexperten eigentlich wenig, weil einfach die Plattformen so gut gemacht sind, dass man eigentlich alle Informationen vorab bekommt.»

Das Reisebüro ist für etwa ein Drittel der Personen nur dann eine Option, wenn eine grössere Reise in ein weit entferntes Land ansteht. Dabei geht es vor allem um den Aspekt der Versicherung und der Unkompliziertheit im Falle einer Stornierung oder eines Zwischenfalls. Ausserdem werden auch Reisebüros aufgesucht, um ein alternatives Angebot einzuholen, welches mit den Online-Angeboten verglichen werden kann.

Interviewpartner 10 (00:04:02): «Wir waren dann jetzt kurz vor der Corona oder eigentlich während der Corona Pandemie noch in Griechenland und dort haben wir doch übers Reisebüro gebucht, weil man einfach mehr Sicherheit hat. Ich hatte auch einen Flug gebucht, den wir dann storniert haben aufgrund von Corona und dann ist das einfach über die online Wege schon immer etwas komplizierter.»

5.2.2.3 Arbeitshypothese und erwartete Ergebnisse

Um die genannte Arbeitshypothese nun zu beantworten, muss gesagt werden, dass auch hier keine Generalisierung gemacht werden darf. Obwohl die Interviews gezeigt haben, dass vieles im Zusammenhang mit dem Zusammentragen von Informationen und dem Buchungsprozesses online stattfindet, werden doch immer noch auf Offline-Quellen zurückgegriffen. Gerade, wenn es darum geht erste Eindrücke vom Reiseziel und der Unterkunft zu sammeln, werden oft auch die Meinung von Freunden eingeholt oder, eher seltener, auch ein Reiseführer gekauft. Auch wenn die meisten Buchungen selber online über die bestimmten Plattformen durchgeführt werden, gibt es immer noch Situationen, in welchen die Befragten ein Reisebüro bevorzugen. Besonders wenn es um Reisen in weit entfernte Destinationen geht, werden die Rahmenbedingungen, wie Flug und Unterkunft gerne auch einmal über einen Dritten gebucht. Der Grund dafür ist meistens die Sicherheit im Falle eines unvorhersehbaren Ereignisses.

Die Autorin hat bereits im Voraus mit diesen Antworten gerechnet. Sie ist davon ausgegangen, dass alle Befragten das Internet für das Sammeln von Informationen heranziehen, da es sich dabei eine um einfache und unkomplizierte Methode handelt. Auch bezüglich der Buchung erwartete die Autorin, dass ein Reisebüro nur dann aufgesucht wird, wenn eine zusätzliche Absicherung bzw. Inklusiv-Leistungen, wie das einfache Umbuchen eines Hotels, gewünscht sind.

5.2.3 Entscheidungsfaktoren Airbnb

In der vorliegenden Masterarbeit liegt der Fokus auf den entscheidenden Faktoren, welche beeinflussen, wieso ein Airbnb gegenüber einem Hotel präferiert wird. Bereits im Voraus setzte sich die Autorin mit der Literatur auseinander (Kapitel 3 Literaturrecherche) und machte sich so mit der Materie vertraut. Zusätzlich zur Literatur über Airbnb wurden auch Studien über Millennials gelesen und Informationen gesammelt. Darin wurde die Generation Y als preisempfindlich charakterisiert (vgl. Wagner et al., 2015, S. 13). Basierend auf der vorhan-

denen Literatur versuchte sich die Autorin schon im Vorfeld ein Bild darüber zu machen, welche Entscheidungsfaktoren für die gegenständliche Forschungsfrage von Relevanz sind. Schliesslich wurde – sich stützend auf den gesammelten Informationen – eine Arbeitshypothese aufgestellt, welche es nun zu beantworten gilt. Diese lautet «Der Preis und die Lage sind für ein Millennial bei einem Airbnb entscheidend.» und wird im folgenden Punkt nun näher erörtert. Hierbei wurde versucht, die genannten Faktoren in aussagekräftige Kategorien zu bündeln. Diese sind Preis, Annehmlichkeiten einer eigenen Wohnung und Einfachheit, Lage und keine verfügbaren Alternativen in gewünschter Lage, Gemeinschaftsgefühl/Anzahl Personen sowie Authentizität und Host.

5.2.3.1 Preis

Viele der in Kapitel 3 genannten Studien schenken dem Preis kaum eine Beachtung. Dieser Faktor wurde jedoch von den befragten Millennials am häufigsten genannt, wieso sie sich für ein Airbnb und gegen ein Hotel entscheiden. 13 der 16 Befragten nennen den Preis als einen essentiellen Entscheidungsfaktor.

Interviewpartner 5 (00:05:04): «[...] und zusätzlich das Budget auch noch relativ knapp war, da ich gerade erst mit dem Studium fertig war, habe ich Airbnb als Plattform gewählt.»

Interviewpartner 13 (00:07:05): «Der Grund, wieso wir wie das Airbnb ausgesucht haben ist, dass es erstens nicht teuer war [...] Also bei uns war eigentlich nur wichtig, dass wir eine halbwegs gute Übernachtung haben und dass wir das Geld anderweitig investieren können in Essen, Ausgang und Spass.»

Als Grund dafür kann das oftmals kleine Reisebudget der Interviewpartner genannt werden sowie deren Versuch, Geld zu sparen, um dieses anderweitig ausgeben zu können.

Ein weiterer Vorteil von vielen Airbnb Unterkünften ist, dass auch grössere Gruppen in einer Unterkunft übernachten können. Dies wirkt sich auch positiv auf den Preis pro Person aus, da dieser für den einzelnen Reisenden sinkt und es so günstiger ist, als wenn mehrere Hotelzimmer gebucht werden müssen.

Interviewpartner 12 (00:04:04): «Das kam daher, weil wir einige Personen waren und ein Hotel ziemlich teuer gewesen wäre.»

Interviewpartner 8 (Nachtrag): «Ich habe ja zum Schluss noch kurz den Preis erwähnt. Dazu würde ich noch gerne sagen, dass der Preis schon wichtig ist, aber in ein Airbnb gehe ich meistens mit vielen Freunden und auch wenn es etwas teurer ist, dann ist das eher egal, da wir den Preis sowieso durch 4 oder 5 Personen teilen und es so wieder relativ günstig wird.»

5.2.3.2 Annehmlichkeiten einer eigenen Wohnung und Einfachheit

Zudem sprachen 13 Personen über die Annehmlichkeiten eines Airbnbs und die Einfachheit. Mit Annehmlichkeiten sind Vorzüge gemeint, welche auch in einer eigenen Privatwohnung

vorgefunden werden. Dabei handelt es sich beispielsweise um eine Küche oder eine Waschmaschine, welche meistens in einem Airbnb zur Verfügung stehen, aber auch Faktoren, wie die Privatsphäre, Ruhe oder Sauberkeit. Letzteres wurde von kaum einer der genannten Studien in Kapitel 3 der Arbeit aufgegriffen. Die zitierten Aussagen lassen sich unter anderem wieder durch die dadurch entstandene Flexibilität und Kosteneinsparungsmöglichkeiten begründen. Ausserdem kann mit einer eigenen Küche nach Belieben gekocht werden und es besteht keine Abhängigkeit von dem Angebot der Restaurants in der Nähe. Ausserdem gaben einige dieser Befragten auch an, dass sie die Privatsphäre und die Ruhe in der eigenen Wohnung geniessen.

Interviewpartner 1 (Nachtrag): «Wir wollten eine Ruhe haben. Es gehen keine Leute ein und aus. Du hast dein Apartment an einem schönen Ort. [...] deshalb wollten wir eigentlich in ein Airbnb gehen, auch aus dem Grund, weil da eine Küche dabei ist und man sich da selbst etwas Richtiges zu Essen machen kann.»

Interviewpartner 15 (00:06:12): «Das war, also wir wollten uns da selbst versorgen und haben da eine ganze Wohnung gemietet. Eben auch, weil wir das, das hat im Studentenheim schon recht gut geklappt in Norwegen und deshalb haben wir uns gedacht, warum nicht auch selbst versorgen und dann selber was kochen und auch die Möglichkeit eines Wohnraums oder Wohnraumes zu haben. Also die Vorteile einer Wohnung eigentlich im Urlaub zu haben.»

Unter Einfachheit kann zum einen die Unkompliziertheit bei der Buchung und beim Austausch mit dem Host und zum anderen die fehlenden Annehmlichkeiten eines Hotels verstanden werden – wobei Letzteres am häufigsten genannt wurde. Mit Letzterem ist gemeint, dass viele der Befragten Zusatzleistungen, wie Frühstück und Reinigung, nicht benötigen. Viele gaben auch an, dass sie einfach nur einen Schlafplatz für die Urlaubszeit brauchen. Keine der genannten Studien setzt sich damit auseinander bzw. nennt dies als einen entscheidenden Faktor, warum sich Personen für ein Airbnb und gegen ein Hotel entscheiden. Der Grund, wieso die Interviewten gerne auf die Bequemlichkeiten eines Hotels verzichten, ist vor allem der budgetäre Aspekt. Sie sind nicht bereit für etwas zu bezahlen, was sie im Endeffekt gar nicht oder nur gezwungenermassen in Anspruch nehmen. Zudem fördert der nicht vorhandene Service auch wieder die Möglichkeit flexibel agieren zu können.

Interviewpartner 11 (00:06:20): «Und wenn man keinen Wert auf irgendwelchen Sondern-Luxus, wie Frühstück, Abendessen und Co., legt, kommt man einfach mit dem geringsten Budget weg, glaube ich.»

Interviewpartner 10 (00:05:34): «Und da wir wirklich immer für eine Woche lang dort lebten und das ja nicht wirklich wie ein Urlaub war, sondern einfach eine Unterkunft für das Studium, brauchten wir halt einfach eine Küche und ein Schlafzimmer und wollten einfach Platz für uns. Und ich finde es bei Airbnb Wohnungen immer ganz fein, dass man einfach für sich sein kann und nicht abhängig ist von irgendwelchen Restaurants oder Essenszeiten.»

Zudem gaben zwei der Befragten an, dass die Einfachheit, Unkompliziertheit und Möglichkeit zur Flexibilität und Spontanität ein Gefühl von zu Hause vermittelt.

Interviewpartner 4 (00:09:34): «Ich sag der Optimalfall ist, kommt je nach Typ drauf an, ist natürlich, wenn du wirklich eine Unterkunft hast im Ausland, wo einfach schön ist, zu bleiben, wo man sich entspannen kann, wo man vielleicht selber entscheiden kann, muss ich jetzt, also kann ich in ein Restaurant gehen, ohne dass ich das schon sofort bezahlt habe beim Hotel das Essen und du bist halt sehr flexibel. Also du kannst alles machen, was du willst, du bist wie zu Hause dort.»

Interviewpartner 6 (00:04:32): «Ja, es ist halt wie daheim, man bekommt einen Schlüssel, kann kommen und gehen, wann man möchte. Man kann selber kochen. Ja.»

5.2.3.3 Lage und keine Alternativen verfügbar in gewünschter Lage

Elf der befragten Millennials nannten neben weiteren Kriterien auch die Lage als entscheidendes Kriterium. Das lässt sich mit dem Wunsch erklären, wichtige Zieleorte, wie beispielsweise der Supermarkt, das Zentrum oder auch der vorübergehende Arbeitsort, in der Nähe wissen zu wollen und zu Fuss erreichen zu können.

Interviewpartner 1 (00:20:44): «Wir wollten einfach wirklich eine schöne Lage. Die Stadt eben gleich dort und Supermarkt auch gleich in der Nähe. Also in so einer Stadt ist meistens immer alles ganz nah. Das hat für uns wirklich perfekt gepasst.»

Interviewpartner 2 (00:12:11): «[...] und die Lage auch. Also ich konnte zu Fuss zum Handelsblatt gehen.»

Insbesondere die Airbnb-Map auf der Website (siehe Abbildung 7) hat den Generation Y-Befragten bei der Entscheidung geholfen. Diese Funktion wurde auch mehrmals von verschiedenen Interviewpartnern in den Gesprächen als positiven Aspekt der Unternehmenswebsite genannt. Bei dieser kann ein gewünschtes Ziel eingegeben werden und Unterkünfte in der Nähe samt Preis werden angezeigt.

Interviewpartner 4 (00:05:44): »Also durch, also sagen wir mal durch die Map konnte man es sehr, sehr gut verfolgen, wo das genau ist. Man konnte seine gewünschten Ziele, wo man in der Stadt mal anschauen will, eigentlich gut matchen. Man hat ja immer so Ideen, was man sehen will. Man schaut dann immer wo ist das. Speziell Strände und spezielle Sehenswürdigkeiten oder Restaurants, die man halt kennt. Und dann schaut man halt, wo die Unterkunft sich am besten ergibt.»

Über 300 Unterkünfte · 11. Mai - 14. Mai

Unterkünfte in St. Gallen

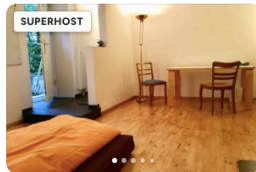
Flexible Stornierung | Art der Unterkunft | Preis | Sofort buchen | Weitere Filter



GANZHE WOHNUNG in St. Gallen
Zur Geduld
2 Gäste · 1 Schlafzimmer · 1 Bett · 1 Badezimmer

★ 4.95 (61 Bewertungen)

90 CHF / Nacht
Gesamtpreis: 271 CHF



GANZHE WOHNUNG in St. Gallen
St. Gallen zentral und gemütlich
2 Gäste · Studio · 0 Betten · 1 Badezimmer
Küche

★ 4.81 (74 Bewertungen)

70 CHF / Nacht
Gesamtpreis: 210 CHF

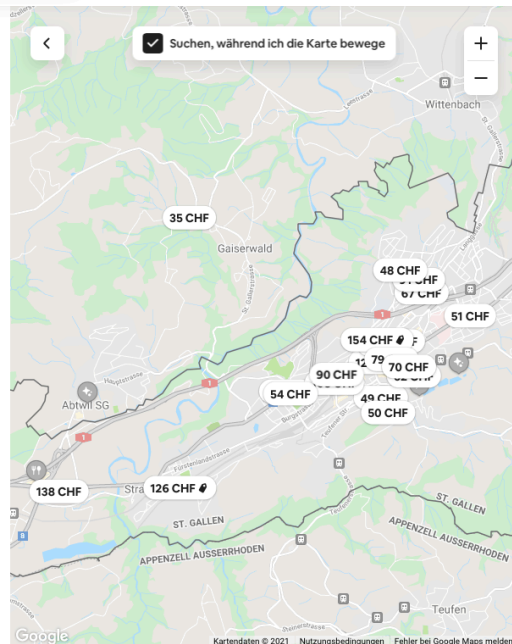


Abbildung 7 Airbnb Map, Screenshot von: <https://www.airbnb.ch/s/St.-Gallen/>

Ausserdem berichteten ein paar der Interviewten über fehlende oder bereits ausgebuchte Hotels in der gewünschten Lage. Deshalb fiel ihre Wahl auf ein Airbnb, da nicht auf die passende Lage verzichtet werden wollte. Auch hier kann als Grund genannt werden, dass im Urlaub die leichte Erreichbarkeit gewisser wichtiger Standorte gegeben sein muss.

Interviewpartner 16 (00:11:07): «Ich glaube die anderen Unterkünfte waren einerseits bereits ausgebucht und dieses, das Airbnb, also Bordeaux, die Stadt hat sehr viele alte Häuser, die geschützt sind und da hat es aber Appartements drinnen, aber nicht so viele Hotels, so wie ich es in Erinnerung habe. Und da haben wir wie da ein sehr zentrales Airbnb gefunden und sind darum und dort war es schlussendlich wie besser. Der Standort war deutlich besser verglichen mit anderen Orten.»

5.2.3.4 Gemeinschaftsgefühl/Anzahl Personen

Obwohl keine der analysierten Studien dieses Kriterium für entscheidend erachteten, sprachen knapp zwei Drittel der interviewten Millennials zusätzlich neben den bereits genannten Faktoren auch über das Gemeinschaftsgefühl, welches durch ein Airbnb vermittelt wird. Für viele Interviewpartner stellt dies ein ausschlaggebendes Kriterium dar und sie entscheiden sich daher für einen Airbnb-Aufenthalt anstatt einer Hotelreise. Sie bevorzugen, insbesondere bei Reisen in grösseren Gruppen, gemeinsam in einer Wohnung untergebracht und nicht auf mehrere Hotelzimmer aufgeteilt zu sein. Den Interviewten war es wichtig, Zeit gemeinsam zu verbringen, wie beispielsweise durch gemeinsames Kochen oder im Wohnzimmer der Unterkunft Spiele zu spielen. Dies wurde von mehreren befragten Personen sogar als einziger Grund angegeben, wieso sie sich für ein Airbnb entschieden haben.

Interviewpartner 9 (00:05:56): «Für mich war irgendwie klar, wenn wir da meinen Geburtstag feiern, möchte ich so viel wie möglich Zeit zu viert bzw. dann auch mit meiner Freundin, die dort wohnt, haben. Und nicht, dass jeder dann in den einzelnen

Zimmern aufgeteilt ist und deswegen war es für mich klar, es wird ein Apartment bzw. eine Airbnb Wohnung.»

Interviewpartner 14 (00:15:36): «Dann hat jeder ein Zimmer oder sowas und im Wohnzimmer trifft man sich. Vielleicht kocht man und das ist auch ein Grund für Airbnb, je nachdem, was der Host sagt oder anbietet, dass man die Küche auch nutzen kann.»

Wie bereits bei Punkt 5.2.3.1 Preis erwähnt, wirkt sich dieses gemeinschaftliche Zusammenleben auch positiv auf den Preis aus. Dadurch, dass dieser durch mehrere Personen geteilt wird, wird der Preis pro Nacht im Airbnb pro Person nochmals günstiger. Das steht ganz im Kontrast zu dem Hotelpreis. Dieser wird durch ein weiteres zusätzliches Zimmer teurer bzw. nicht billiger für die Gruppe.

5.2.3.5 Authentizität und Host

In nur zwei der insgesamt 16 ausgewerteten Interviews wurde über Authentizität und das vermittelte Lebensgefühl gesprochen. Nur eine dieser Personen erwähnte explizit, dass das Gefühl, so wie ein Einheimischer vor Ort zu leben, der Grund war, warum ein Airbnb gewählt wird. Dies beinhaltete unter anderem auch, dass in den Restaurants der Locals gegessen wird und nicht in jenen, welche sich in touristischen Gebieten befinden und separate Menükarten für internationale Gäste aushändigen. Der Host hilft dabei, dieses Lebensgefühl zu vermitteln, indem er den Reisenden Insidertipps verrät. Diese Tipps wurden auch von einer zweiten Person als sehr wertvoll erachtet. In der analysierten Literatur wurden diese Faktoren – die Authentizität und der Host – als weitaus bedeutender angesehen.

Interviewpartner 14 (00:07:00): «[...] wir wollen das richtige Leben, das wahre Leben der Mailänder, der Stadt Mailand kennenlernen und suchten uns dann in einem interessanten Stadtteil eine Wohnung, die zu mieten war über Airbnb. Damit wir eben, die, ja, das richtige Leben dort mitbekommen, aber auch indirekt dann über den Host unterschiedlichste Insidertipps bekommen können, die wir dann vielleicht in einem Hotel nicht direkt bekommen und nicht direkt den Kontakt zu den original Mailändern bekommen.»

In Bezug auf den Host gab zusätzlich ein weiterer Millennial ausdrücklich an, dass dieser mit ein Grund war, warum ein Airbnb gewählt wurde. Das lässt sich dadurch erklären, dass der Interviewte alleine reiste und für längere Zeit an diesem Ort war. Da durch die Coronapandemie kaum Möglichkeiten bestanden, andere Personen kennenzulernen, wurde ein Zimmer in einer Unterkunft gewählt, in welcher der Host auch wohnt, um so soziale Kontakte genießen zu können. Dieser Aspekt fließt auch in Punkt 5.2.3.5 Gemeinschaftsgefühl ein.

Interviewpartner 2 (00:09:13): «Und ja, ich habe die Unterkunft auch gebucht, weil die Vermieterin auch in der Wohnung war und ich dachte, okay, wegen Corona und ich eh niemand in der Stadt kenne, ist das vielleicht noch gut.»

Gleichzeitig war der Host, mit welchem sich der Interviewpartner die Wohnung teilte, wiederum der Grund für die Umsiedlung von einer Wohnung in ein Hotel, da die gewünschte Privatsphäre durch die Anwesenheit des Hosts nicht gegeben war.

Da lediglich einer von 16 befragten Millennials die Authentizität als ausschlaggebenden Faktor nannte, um ein Airbnb zu wählen, wird dieser in dem weiteren Verlauf der Arbeit vernachlässigt. Der Aspekt des Hosts als Tippgeber wird hingegen weiterhin betrachtet. Jedoch wird dieser weniger stark gewichtet, wie die anderen genannten Aspekte, welche von der Mehrheit der befragten erwähnt wurden.

5.2.3.6 Arbeitshypothese und erwartete Ergebnisse

Bei der Arbeitshypothese liegt der Fokus nur auf dem Preis und der Lage. Diese zwei Faktoren sind wichtige Aspekte, welche in den Interviews genannt wurden. Während der Preis als häufigster Grund genannt wurde, wieso die Wahl auf ein Airbnb fällt, wurde die Lage nur am dritthäufigsten genannt. Auch die Annehmlichkeiten einer eigenen Wohnung, die Einfachheit und das Gemeinschaftsgefühl spielen eine essentielle Rolle bei der Entscheidung. Deshalb kann diese Arbeitshypothese abgelehnt werden.

Die Autorin war der Meinung, dass die Befragten nur den Preis und die Lage als ausschlaggebende Gründe angeben würden. Dies hat sich so jedoch nicht bewahrheitet. Die Entscheidung, ob ein Airbnb oder ein Hotel gewählt wird, ist jedoch weitaus komplexer und vielschichtiger. Zudem muss besonders zwischen Gruppen- und Individualreisen und Reisen mit zwei Personen unterschieden werden. Während bei Gruppenreisen vor allem das Gemeinschaftsgefühl und das Zusammensein in einer Wohnung eine essentielle Rolle einnimmt, ist bei Reisen mit maximal zwei Personen meist die Lage einer der wichtigsten Hauptaspekt bei der Entscheidung.

5.2.4 Entscheidungsfaktoren Hotel

Zusätzlich wurden auch Fragen zu Hotelreisen gestellt, um eine Kontrollgruppe zu haben. Da sich einige der bereits analysierten Faktoren in Kapitel 3 überschneiden, stellte die Autorin folgende Arbeitshypothese auf: «Die entscheidenden Faktoren, warum ein Airbnb gewählt wurde, unterscheiden sich kaum von jenen, welche für Hotels gelten.» Diese wird in diesem Punkt der Masterarbeit geprüft. Es wird nun besprochen, wieso sich die Interviewten bei der Hotelreise für ein Hotel und gegen ein Airbnb entscheiden haben. Gründe dafür waren die Annehmlichkeiten des Hotels und die Unkompliziertheit, die Lage, der Preis, dass Alternativen, die Ansprüche der Reisenden nicht erfüllen konnten bzw. es keine passenden Alternativen gab und die Authentizität.

5.2.4.1 Annehmlichkeiten des Hotels und Unkompliziertheit

Der am häufigsten genannte Grund, wieso ein Hotel gewählt wurde, sind die Annehmlichkeiten eines Hotels. Zwölf Personen gaben an, dass sie sich unter anderem wegen des Services, des Frühstücks, der Sauberkeit und den Privilegien, wie direkte Standzugänge, für ein Hotel entscheiden. Oftmals handelte es sich hierbei auch um All-Inclusive-Reisen.

Interviewpartner 15 (00:07:31): «Das war ein Städtetrip, den wir da gemacht haben und da war Airbnb eigentlich nicht wirklich eine Option, weil wir doch ein Frühstück haben wollten bei dem Städtetrip und dann sind wir dementsprechend dann, ja, haben uns für ein Hotel mit Frühstücksoption entschieden.»

Interviewpartner 16 (00:13:52): «[...] also eine Poolanlage inkludiert, Restaurants und es war einfach alles da, was man brauchte für eine Woche, ohne selber gross einkaufen zu müssen.»

Eine Erklärung dafür ist, dass die Befragten es geniessen sich wegen der Annehmlichkeiten, um nichts kümmern zu müssen und auch einfach entspannen zu können ohne sich um die Verpflegung, die Reinigung der Unterkunft, das Mitbringen von Handtüchern oder sonstiges sorgen zu müssen. Ein Hotelaufenthalt wird daher in gewissen Aspekten als unkomplizierter und entspannter wahrgenommen.

Interviewpartner 9 (00:08:38): «Ja, man muss sich nicht grossartig um etwas kümmern, also je nachdem was man da gebucht hat. Frühstück und je nachdem Abendessen bzw. Abendessen kannst du ja so auch immer gehen. [...] Ja, glaub weniger Aufwand so, wenn man so ein bisschen das gerne gemütlicher haben möchte, dann kann man das im Hotel ganz gut.»

Interviewpartner 12 (00:05:09): «[...] das war eigentlich so eine Pauschal-Hotelreise mehr oder weniger. Also wir hatten da auch all-inclusive. Es war direkt am Meer und der Grund, wieso wir das oder ich das gemacht diese Reise gemacht habe, war eigentlich wie vorhin schon erwähnt zur eigenen Entspannung. Einfach mal abschalten und in einer wärmeren Umgebung zu sein.»

Eine weitere Begründung ist auch der preisliche Aspekt. Auf diesen wird aber bei Punkt 5.2.4.3 Preis näher eingegangen.

Mehrere Interviewpartner gaben auch an, dass sie explizit aufgrund des Wellness- und Thermenbereichs ein Hotel ausgewählt haben. Diese zählen auch zu den Annehmlichkeiten eines Hotels und sind in einem Airbnb nicht verfügbar. Auch hier spielt der Aspekt des entspannten und unkomplizierten Reisens eine grosse Rolle, da all diese gewählten Hotels selbst über einen solchen Bereich verfügen und die Unterkunft für beispielsweise Thermenbesuche nicht verlassen werden muss. Diese Wellnessreisen bilden in Bezug auf den Preis eine Ausnahme. Diesem wird oftmals keine grosse Beachtung geschenkt, weil die Entspannung und Unkompliziertheit als wichtiger eingestuft werden.

Interviewpartner 11 (00:07:20): «Weils ein Wellnessurlaub war und über Airbnb schwierig buchbar. Also da war dann wirklich das Hotel im Vordergrund und der Preis mehr oder weniger egal.»

5.2.4.2 Lage

Auch die Lage wird von fast der Hälfte der befragten Millennials als essentiell für die Wahl des Hotels angesehen. Dies lässt sich unter anderem auch durch die Erreichbarkeit bestimmter Zielorte, wie beispielsweise dem Stadtzentrum oder auch dem Strand, begründen – gleich wie bei Airbnb.

Interviewpartner 1 (00:18:23): «[...] und natürlich auf die Lage, die wir uns eigentlich auch sehr wichtig. Da gab's eben. Beim Hotel, das war natürlich nur 2 Minuten vom Strand entfernt. Das war ziemlich angenehm.»

Interviewpartner 14 (00:10:32): «Vier Tage, um London kennenzulernen, aber gleichzeitig auch um einen Kochkurs in der Jamie Oliver Cookery School zu machen. Und weil ich London nicht kannte, weil ich zwar wusste, wie gross London ist, aber das nicht kannte, wollte ich irgendwo in der Nähe von dieser Kochschule sein. Und dann fiel die die Wahl auch wieder über Google Maps, auf einen sehr interessanten Stadtteil, der recht ruhig, aber interessant ist.»

5.2.4.3 Preis

Etwa ein Drittel der Befragten gaben auch an, dass der Preis einen wesentlichen Einfluss auf die Entscheidung hat. Eine Begründung, warum der Preis als relevantes Element eingestuft wird, ist, dass auf den Reisen versucht wird, Geld zu sparen. Dies wird bereits im Punkt Entscheidungsfaktoren Airbnb Punkt Preis, aufgezeigt. Das heisst auch, dass die Wahl auf ein Hotel fällt, wenn die zur Verfügung stehenden Airbnbs zu teuer waren.

Interviewpartner 8 (00:07:50): «Und der Preis ist natürlich auch sehr wichtig.»

Interviewpartner 5 (Nachtrag): «Die Airbnbs waren alle zu teuer und in einer schlechten Lage.»

Wie bereits unter Punkt Annehmlichkeiten des Hotels und Unkompliziertheit erwähnt, spielt der Preis vor allem auch in Kombination mit den Annehmlichkeiten eine Rolle. Damit ist gemeint, dass die befragten Millennials diesen Faktor als entscheidender Punkt genannt haben, weil sie zusätzliche Annehmlichkeiten, wie beispielsweise ein Frühstück, zu einem gleichen oder sogar geringeren Preis als bei einem Airbnb ohne Frühstück bekommen. In einer Privatunterkunft hätten sie für das noch zusätzlich Geld bezahlen bzw. einkaufen gehen und selber kochen müssen. Somit bekommen sie in einem Hotel mehr Leistung für weniger Geld.

Interviewpartner 2 (00:14:52): «Und da war wirklich auch der Preis. Also ich fand dann die anderen Airbnbs, die ich gut fand, waren nicht billiger als das Hotel und dann bei dem Hotel war wirklich auch das Frühstück inbegriffen.»

Interviewpartner 1 (Nachtrag): «Und dann haben wir das tolle Hotel gefunden, bei welchem das Frühstück inkludiert war und bevor wir in ein teureres Airbnb gehen und noch das Essen zahlen müssen, gehen wir doch in ein Hotel.»

Zudem wurde auch von einigen angegeben, dass die Reise in Form eines Buchungspakets gebucht wurde. Das heisst, dass die Befragten beispielsweise Flug oder Busfahrt und Hotel in Einem gebucht haben, da es so günstiger ist, als alles einzeln zu buchen. Diese Möglichkeit besteht bei einem Airbnb nicht. Dieses vergünstigte Buchungspaket führt auch schlussendlich dazu, dass sie sich für das Hotel entscheiden.

Interviewpartner 3 (00:10:33): «Das war die Buchungspaket. Also es war... Es gibt in, in Kroatien immer so Angebote. Busreise plus Hotel und das war eben eins von denen. Also war nur so ein billige Reiseangebote.»

5.2.4.4 Keine passenden Alternativen, welche die Ansprüche erfüllten

Einige der Generation Y-Befragten gaben an, dass sie eigentlich vorab schon auf der Suche nach einem Airbnb waren und auch in eine Privatunterkunft wollten, aus den in Punkt 5.2.3 Einflussfaktoren Airbnb genannten Gründen.

Interviewpartner 4 (00:08:38): «Weil eigentlich wollten wir wirklich ein eigenes Appartement für gut gelegen, am besten mit einem guten Ausblick irgendwo, Balkon und so weiter.»

Die Beweggründe, wieso dann doch kein Airbnb gewählt wurde, lassen sich unter anderem aus den bereits genannten Faktoren erschliessen. Zusätzlich dazu wurde angegeben, dass in einer privaten Unterkunft zu viel Platz ist für die Anzahl an Personen, welche zusammen gereist sind.

Interviewpartner 12 (00:06:23): «Dass es meistens dann eher so Ferienhäuser sind, gerade in den touristischen Gebieten und zu zweit brauche ich kein ganzes Ferienhaus, sondern ja da reicht mir eigentlich ein Zimmer, in dem ich schlafen kann.»

Interviewpartner 15 (00:07:57): «Ja, es war mehr oder weniger das Zimmer an sich. Wenn man nur ein Zimmer braucht und dann noch ein Frühstück dazu hat, ein kleines Zimmer, ist es preiswerter, wie wenn man Airbnb meist eine ganze Wohnung oder dann bei jemand anderem ist, ist nicht so gut.»

Zudem spielten bei diesem Punkt auch die Reisepartner selbst eine Rolle. Drei der befragten Millennials sprachen über eine Familienreise und erwähnten dabei auch, dass Airbnb dabei keine Option ist. Das begründeten sie damit, dass gerade ältere Personen Wert auf einen Service legen und für Jüngere Annehmlichkeiten, wie ein Pool, wichtig sind. Ausserdem wurde auch angegeben, dass gerade bei einer Reise mit vielen Familienmitgliedern die Privatsphäre darunter leidet.

Interviewpartner 8 (00:06:34): «Weil halt für Personen dieses Alters das Frühstück wichtig ist und die Verpflegung. Ja, und für die Jüngeren in der Familie natürlich der Pool interessant war. Ja und bei einem Airbnb ist das ja nicht dabei. Meistens».

Interviewpartner 7 (00:14:28): «Ich glaube auch wegen den Platzgründen. Ja, Platzgründe... Na gut, es war... Ja, ja, eine Rückzugsmöglichkeit, da wir doch fünf Personen sind.»

In der weiteren Arbeit wird bei diesem Entscheidungsfaktor lediglich von «keine passenden Alternativen» gesprochen. Die Autorin geht davon aus, dass viele der Befragten nur deswegen explizit über Airbnb sprachen und Vergleiche zogen, da sie vorab informiert wurden, dass der Fokus dieser Masterarbeit das Unternehmen Airbnb sein wird.

5.2.4.5 Authentizität

Ein Interviewpartner legte bei der Entscheidung, ob ein Hotel oder ein Airbnb besucht wird, den Fokus auf die Authentizität. Das alte Hotel mit englischem Frühstück erscheint ihm dabei als bessere Alternative zu den teils sehr modernen Appartements. Dies lässt sich dadurch begründen, dass die befragte Person möglichst viel von der dortigen Kultur mitbekommen möchte.

Interviewpartner 14 (00:10:32): «Und da wollte ich ein authentisches, recht altes Hotel finden, wo man auch, dementsprechend fiel die Wahl auf ein Hotel, wo man auch Frühstück bekommt, Bed and Breakfast. Nämlich ein ruhiges, zum Teil authentisch englisches Breakfast, das ich dann dort bekam. Das war die Wahl, warum ich dort ein Hotel wollte und in diesem Stadtteil.»

Da lediglich eine Person über diesen Entscheidungsfaktor sprach und die restlichen Befragten diesen als irrelevant empfanden bzw. ihn nicht im Gespräch erwähnten, wird dieses Kriterium nicht weiter berücksichtigt.

5.2.4.6 Arbeitshypothese und erwartete Ergebnisse

In dieser Arbeitshypothese wurde davon ausgegangen, dass dieselben Faktoren entscheidend sind, ob in ein Hotel gegangen wird oder in ein Airbnb. Wie die nähere Analyse gezeigt hat, muss diese Hypothese abgelehnt werden. Die Entscheidungsfaktoren Preis, Lage, Annehmlichkeiten, keine passenden alternativen Unterkünfte überschneiden sich. Jedoch wurde in Bezug auf Airbnb auch Wert auf die Einfachheit, das Gemeinschaftsgefühl und bei wenigen Befragten auch auf den Host gelegt. Das Hotel wurde zusätzlich zu den genannten Faktoren auch wegen der Unkompliziertheit gewählt.

Die Autorin rechnete nicht mit einer solchen Antwortvielfalt und ging lediglich vom Preis und von der Lage als einzige relevante Faktoren bei der Wahl, ob ein Airbnb oder ein Hotel gewählt wird, aus.

5.3 Fazit

In folgendem Kapitel wird nun das Modell aufgestellt. Dieses wird mit jenem abgeglichen, welches basierend auf der Literaturanalyse erstellt wurde.

5.3.1 Modell

Basierend auf den gewonnenen Daten und Erkenntnissen wird ein neues Modell aufgestellt.

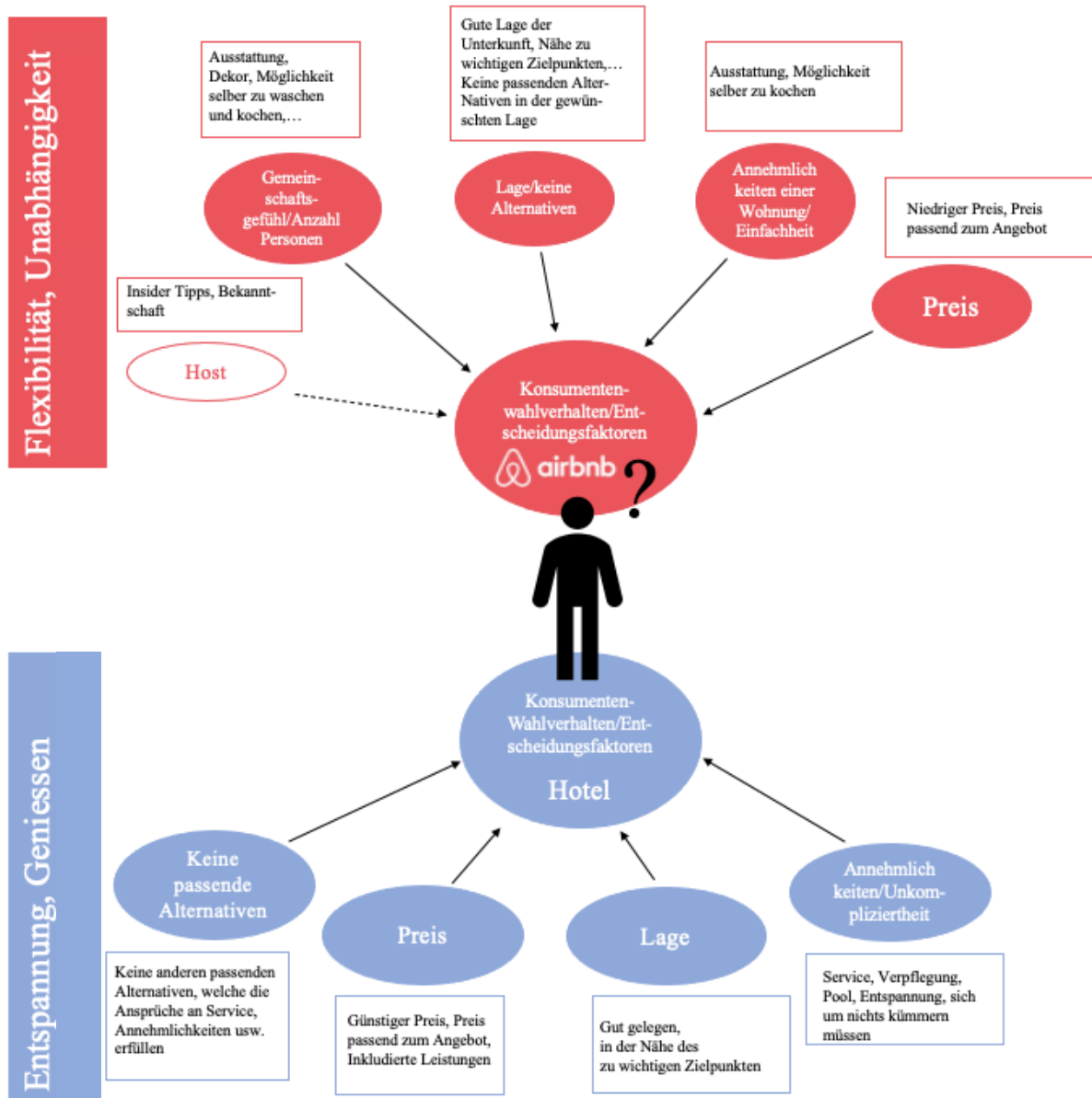


Abbildung 8: Übersicht über die verschiedenen Faktoren, welche einen Einfluss auf die Wahl des geeigneten Airbnbs bzw. Hotels haben (eigene Studie) - eigene Darstellung

Die Abbildung 8 zeigt die zentralen Ergebnisse, welche aus der Analyse der Daten gewonnen werden konnten. Wie aus dem Modell entnommen werden kann, wurde bei Airbnb «keine passende Alternative» gebündelt mit der Lage. Der Grund dafür ist, dass diese Aussage mehrheitlich in Zusammenhang mit der Lage der Unterkunft getätigt wurde. Bei den Entscheidungsfaktoren, welche dazu führen, dass ein Hotel bevorzugt wird, wurde dieser Punkt extra ausgewiesen. Wenn die Befragten über die fehlenden Alternativen sprachen, dann nicht nur im Zusammenhang mit der Lage, sondern auch mit fehlendem Service und nicht vorhandenen Annehmlichkeiten. Mit Letzterem ist gemeint, dass beispielsweise ein Airbnb keinen gewünschten Wellnessbereich und kein Frühstücksbuffet hat.

Mit Hilfe des qualitativen heuristischen Ansatzes konnten nicht nur die genannten Einflussvariablen aufgezeigt, sondern es konnten auch weitere Einblicke in diesen Bereich der Forschung generiert werden, wodurch induktive Schlüsse gezogen werden können. Es konnte gezeigt werden, dass sich die relevanten Einflussfaktoren grösstenteils überschneiden – beispielsweise Preis, Lage, die nicht verfügbaren Alternativen und die Annehmlichkeiten, eine Auswirkung auf die Entscheidung hatten. Wobei Letzteres, die Annehmlichkeiten, bei einem Airbnb beispielsweise die Küche und das selber Kochen ist und bei einem Hotel, das bekocht werden. Beim Airbnb konnte zudem auch noch das Gemeinschaftsgefühl und der Host als Einflussvariabel identifiziert werden. Wobei der Host dabei eher vernachlässigt werden kann, da sich keine Mehrheit dafür ausgesprochen hat. Wie bereits zu Beginn der Arbeit erwähnt wurde, wurde mit einem qualitativen, heuristischen Forschungsansatz gearbeitet. Dieser unterscheidet sich wesentlich von den Ansätzen, welche sonst für Studien zu dieser Thematik verwendet werden. Dank dieser Methode konnte verdeutlicht werden, dass zusätzlich zu den genannten Faktoren auch der Kontext einen essentiellen Einfluss auf die Entscheidung hat. Die Umfrage zeigte auf, dass ein Airbnb gerade dann von den befragten Millennials gewählt wurde, wenn es sich um grössere Gruppenreisen handelte oder die Unterkunft etwas Einfaches sein sollte, was Flexibilität und Unabhängigkeit bieten kann. Bei dem Hotel konnte das Gegenteil festgestellt werden. Hier spielten besonders der Entspannungsfaktor, das Geniessen und der Luxus, sich um nichts kümmern zu müssen, einen zusätzlichen Einfluss neben den bereits genannten grundlegenden Faktoren.

In Bezug auf das Alter, Ausbildungsgrad, Einkommen, Nationalität, Destination oder der Reishäufigkeit konnten weder bei Fragen zu Airbnb noch beim Hotel gravierende Unterschiede in den einzelnen Gruppen festgestellt werden – die Antworten der Millennials waren meist homogen. Es stellte sich heraus, dass das Alter bezüglich der Einflussfaktoren kaum eine Rolle spielt. Obwohl Wagner et al. (2015, S. 13) die jüngere Generation der Generation Y als die Hauptzielgruppe der webbasierten Plattformen identifizierten, konnte verdeutlicht werden, dass gar keine bis kaum Unterschiede bei der Entscheidungsfindung gefunden werden können. Es konnte zudem festgestellt werden, dass die Wahl zwischen Airbnb und Hotel unabhängig von der Art der Reise (Städtetrip, Strandurlaub,...) getroffen wird. Der kontextuelle Aspekt ist relevanter. Eine Ausnahme bilden Wellnessreisen. Hierbei spielen nur die Annehmlichkeiten eine Rolle und andere Faktoren sind irrelevant. Der Grund dafür ist, dass das Geniessen und Entspannen im Fokus stehen. Da die besuchten Hotels alle einen Wellnessbereich aufweisen konnten, musste das Hotel nicht verlassen werden um den Zweck der Reise erfüllen und die Ansprüche befriedigen zu können. Ein Grund, wieso der Preis nicht entscheidend war, könnte sein, dass diese Reisen grösstenteils mit der Familie stattfanden und daher auch die Möglichkeit besteht, dass die Kosten von einer dritten Person übernommen wurden. Bei dieser Begründung handelt es sich aber um eine Annahme.

Alle genauen Angaben von den befragten Personen können aus dem Anhang B entnommen werden.

5.3.2 Abgleich mit Literatur

Zusätzlich können deduktive Schlüsse gezogen werden. Die Literaturrecherche suggerierte, dass die Entscheidungsfaktoren viel vielfältiger und komplizierter sind. Gerade in Bezug auf Airbnb überschneiden sich die Ergebnisse der Literatur mit dem, was das Peer-to-Peer-Unternehmen angibt zu sein – eine Plattform zur Bildung von tieferen Verbindungen von unterschiedlichsten Menschen und Kulturen geschmückt mit einer persönlichen Erfahrung (Airbnb, 2021c). Laut Literatur spielen neben Preis und Lage vor allem der Host, die Einzigartigkeit der Unterkunft, die Personalisierung und die Authentizität eine bedeutende Rolle, wieso ein Airbnb gegenüber einem klassischen Hotel bevorzugt wird. Diese Faktoren wurden von den von der Autorin befragten Millennials gar nicht bis sehr selten erwähnt und wurden von der Mehrheit auch nicht als besonders essentiell bezeichnet. Rationale Einflüsse, wie der Preis, Annehmlichkeiten einer eigenen Wohnung und die Lage, hatten für die Interviewten weitaus mehr Relevanz. Genau zu diesem Ergebnis kamen auch Guttentag et al. (2017), welche ebenfalls Forschungen zur Frage anstellten, wieso ein Airbnb einem Hotel vorgezogen wird. Zudem wurde in der Literatur nur die Verbindung zwischen Host und Gast analysiert. Der Gemeinschaftsaspekt, also der Wunsch der Airbnb-User nach dem Zusammenleben in einer Wohnung, wurde dabei nicht betrachtet.

Auch die Entscheidungsfaktoren beim Wahlverhalten bei Hotels wurden in der Literatur als weitaus vielschichtiger dargestellt. Hierbei fanden die Forscher heraus, dass auch die Servicequalität des Personals, die Sicherheit, die Zimmerqualität und Erfahrungen von Freunden, Familienmitgliedern und Bekannten einen essentiellen Beitrag für die Entscheidung für ein Hotel spielen. In der Studie der Autorin wurde aufgezeigt, dass auch hier diese Faktoren kaum eine Rolle bei den Befragten spielten. Faktoren, wie Annehmlichkeiten wurden weitaus mehr Bedeutung zugemessen. Hierbei muss angemerkt werden, dass es sich bei den analysierten Studien um Forschungen handelte, welche sich mit der Wahl eines bestimmten Hotels beschäftigten und nicht mit der Fragestellung, wieso ein Hotel einem Airbnb bevorzugt wurde. Die Vergleichbarkeit dieser Ergebnisse ist daher diesbezüglich eingeschränkt.

Zusätzlich konnte die Autorin durch den heuristischen Ansatz auch kontextuelle Einflussfaktoren herausfiltern und neue Einblicke generieren. Diese wurden bei den analysierten Studien nicht in Betracht gezogen und somit auch nicht tiefer erforscht.

6 Konklusion und Ausblick

Die Sharing Economy ist ein weltweiter Trend, der weiter anhält. Gerade die jüngeren Generationen, wie unter anderem auch die Generation Y, präferieren in gewissen Situationen das Teilen von Gütern für einen gewissen Geldbetrag gegenüber dem Kauf eines Produkts. Die Digitalisierung treibt diesen Trend voran und technikaffine Millennials, welche mit der Technologie aufwuchsen, profitieren davon und schätzen diese Möglichkeiten. Bereits jetzt gibt es schon zahlreiche Plattformen, welche auf dem Konzept der Sharing Economy basieren und zu milliardenschweren Playern aufgestiegen sind – unter anderem auch Airbnb. Diese Plattformen wachsen seit Jahren kontinuierlich und stellen neuartige Wettbewerber in unterschiedlichsten Branchen dar. Der Aufstieg von Airbnb blieb auch in der Tourismus- und Unter­kunftsbranche nicht unbemerkt, weshalb die Evaluierung der Frage, wieso ein Airbnb gegenüber einem Hotel bevorzugt wird, essentiell ist.

Die vorliegende Masterarbeit beschäftigt sich näher mit diesem Phänomen. Es wurden die Faktoren untersucht, welche einen Einfluss auf die Unter­kunfts­auswahl bei Reisen haben. Dabei fokussiert sich diese Arbeit auf die Plattform Airbnb und auf Millennials, da diese auch als Hauptzielgruppe der sogenannten Peer-to-Peer-Plattformen angesehen werden.

Die zu dieser Thematik bereits bestehende Literatur verwendet mehrheitlich quantitative Ansätze und eruiert die in der Umfrage abzufragenden Faktoren basierend auf weiteren älteren Studien. Aufgrund dieses eingeschränkten Fokus konnte die gestellte Forschungsfrage nicht ausreichend beantwortet werden. Die für diese Masterarbeit durchgeführte explorative Studie hebt sich unter anderem durch ihren qualitativen und heuristischen Forschungsansatz basierend auf der Grounded Theory (Mayring, 1991) ab. Dadurch wird verhindert, dass die Antworten der Befragten durch die Autorin aufgrund von vorgefertigten Antwortmöglichkeiten beeinflusst werden. Zudem können die Situationen und Umstände, welche zu der Entscheidung beigetragen haben, besser nachvollzogen werden. Das trägt dazu bei, dass ein neuer Blickwinkel in die Thematik generiert wird und neue Forschungsansätze geschaffen werden können.

Die Analyse der Literatur zu dieser Thematik hat ergeben, dass neben Variablen, wie Preis, Annehmlichkeiten und Lage, vor allem auch zwischenmenschliche Faktoren einen essentiellen Einfluss haben. Damit sind der Host und die Kommunikation mit ihm, das Gefühl der Authentizität, welches vermittelt wird, aber auch das speziell auf den Gast zugeschnittene Angebot und die personalisierten Services gemeint. Bei Evaluierung der entscheidenden Faktoren in der Kontrollgruppe, den Hotels, musste auf Literatur zurückgegriffen werden, welche sich damit beschäftigt, warum ein bestimmtes Hotel gewählt wurde bzw. auf welche Kriterien Reisende bei einem Hotel achten. Der Grund dafür ist das Fehlen von Studien zur Fragestellung, wieso ein Hotel einem Airbnb oder einer anderen Alternative vorgezogen wird, und die vorher genannten Airbnb-Studien Hotels nicht als Kontrollgruppe heranzogen. Auch hierbei zeigte sich, dass die Lage, Annehmlichkeiten und der Preis wichtige Anhaltspunkte für die Entscheidung sind. Darüber hinaus konnte aufgezeigt werden, dass auch Faktoren, wie die

Qualität des Zimmers und des Personals, die Sicherheit aber auch Erfahrungen und Weiterempfehlungen relevant sind.

Basierend auf dem heuristischen Forschungsansatz (Beritelli et al., 2019) und der Literatur zur reflexiven Fragestellung nach Arsel (2017) wurde ein Interviewprotokoll ausgearbeitet. Anschliessend wurden siebzehn Millennials aus dem Umfeld der Autorin zu ihrem Reise-, Buchungs- und Wahlverhalten befragt, um herauszufinden, warum die jeweilige Unterkunft gewählt wurde. Eines dieser Interviews wurde jedoch nicht in die Analyse miteinbezogen, da ein Auswahlkriterium nicht erfüllt wurde.

Anschliessend wurde eine zusammenfassende Inhaltsanalyse angewendet, um die wesentlichen Inhalte mit Hilfe von Codierungen und Kategorisierungen zu eruieren. Es konnte aufgezeigt werden, dass Millennials ihre Entscheidung in ein Airbnb zu gehen, vor allem auf dem Preis, der Lage und nicht verfügbaren Alternativen, den Annehmlichkeiten und dem Gemeinschaftsgefühl basieren. Auch beim Hotel spielte der Preis, die Lage, die nicht verfügbaren Alternativen und die Annehmlichkeiten eine Rolle. Mit Hilfe des heuristischen Ansatzes, konnte zusätzlich ein essentieller kontextueller Unterschied festgestellt werden: Ein Airbnb kann vor allem dann bei der Zielgruppe – den Millennials – punkten, wenn es eine grössere Gruppe von Reisenden ist und Einfachheit und vor allem Flexibilität und Unabhängigkeit gewünscht sind. Beim Hotel liegt der Fokus auf der Entspannung und dem Genuss der Reise und dem Gefühl, sich um nichts kümmern zu müssen.

6.1 Implikationen für die Praxis

Aus oben genannten Ergebnissen können Massnahmen sowohl für Airbnb-Hosts als auch für Hotelbetreiber abgeleitet werden. Es konnte gezeigt werden, dass die Einflussvariablen sehr ähnlich sind, aber der kontextuelle Aspekt ein ganz anderer ist. Diese vorgeschlagenen Massnahmen basieren auf den Ergebnissen dieser Forschung. Die Wirksamkeit wäre in weiteren Studien zu prüfen.

6.1.1 Airbnb-Hosts

Die Befragung hat gezeigt, dass der Host eher eine untergeordnete Rolle dabei spielt, ob ein Airbnb gewählt wird. Folgende Massnahmen könnten jedoch eine bessere Bewertung auf der Plattform sowie eine allfällige erneute Buchung desselben Gastes zu einem späteren Zeitpunkt mit sich bringen:

Bei fast allen Befragten spielte gerade die Flexibilität und die Möglichkeit, wie zuhause ein und aus gehen zu können, eine wichtige Rolle. Dabei könnten die Hosts versuchen, den Gästen die Reise noch angenehmer zu gestalten, indem sie ihnen Restaurant-Insidertipps, Clubs in der Umgebung, Nummern von Taxiunternehmen oder auch landestypische Kochrezepte gut sichtbar in den Unterkünften zur Verfügung stellen. So könnten sie auch ein Stück weit das bieten, was ein Hotel hat – nämlich sich um einige Dinge nicht kümmern zu müssen und ein wenig im Urlaub entspannen zu können. Dies könnte auch dann hilfreich sein, wenn die Lage eines Airbnbs eher suboptimal ist.

Des Weiteren stellte sich auch das Gemeinschaftsgefühl als wichtig heraus. Personen der Generation Y mieten sich ein Airbnb, um gemeinsam Zeit verbringen zu können und nicht auf

einzelne Zimmer aufgeteilt zu sein. Die Hosts könnten bei der Einrichtung also darauf achten, dass ein Aufziehsofa vorhanden ist, damit noch mehr Personen in einer Wohnung schlafen können, und es genügend Platz im Wohnzimmer für gemeinsame Abende gibt.

Zudem wählten viele auch ein Airbnb wegen des Preises. Hierbei sollten die Vermieter darauf achten, dass dieser fair und angemessen – entsprechend der Lage – ist. Sollte dieser gleich hoch angesetzt werden wie bei einem Hotel oder teurer, so sollte Transparenz hinsichtlich der zusätzlichen Annehmlichkeiten, wie beispielsweise einer Küche, einem tollen Wohnraum oder auch der Lage geschaffen werden.

6.1.2 Hoteliers

Auch in Bezug auf die Hotels spielte bei den befragten Millennials der Preis eine grosse Rolle. Dabei empfiehlt sich, dass dieser transparent ist und durch die zusätzlichen Annehmlichkeiten und den Service begründet werden. Die Umfrage hat auch gezeigt, dass Millennials eher zu einem Hotel neigen, wenn dieses gleich teuer ist wie ein Airbnb und dann aber noch einen zusätzlichen Service oder Annehmlichkeiten, wie zum Beispiel ein Frühstück, bietet.

Gerade der Entspannungsfaktor spielte eine entscheidende Rolle. Basierend auf diesem Wissen, können Hoteliers damit werben, dass sich Gäste in ihrem Hotel um nichts kümmern müssen und alles vom Personal übernommen wird. Beispiele dafür wären, dass Ausflüge vor Ort organisiert werden, Hotel-Shuttles zum Strand oder Flughafen fahren und Mietautos praktisch beim Hotel kurzfristig ausgeliehen werden. Gerade auch wenn die Lage eines Hotels nicht besonders gut ist, könnte das dabei helfen trotzdem Gäste der Generation Y anzuziehen.

Viele der Befragten gaben an, dass sie sich für ein Airbnb entschieden haben, weil ihnen im Hotel die Flexibilität fehlt. Dies könnte durch länger geöffnete Buffets, einem 24-Stunden-Zimmerservice oder dem Anbieten von Appartements mit kleinen Küchen ausgeglichen werden.

Gerade der gemeinschaftliche Aspekt war für die Millennials besonders wichtig. Eine Möglichkeit wäre, dass Hotels auch grössere Appartements mit mehreren Schlafmöglichkeiten anbieten. Eine weitere wären zusätzliche Aufenthaltsräume, welche mit Fernsehgeräten oder ähnlichem ausgestattet sind und unkompliziert reserviert werden können.

Da bei der Studie gezeigt werden konnte, dass Hotels vor allem dann gewählt werden, wenn der Wunsch nach Entspannung vorhanden ist, wäre auch eine Spezialisierung darauf eine Möglichkeit, um sich von der Peer-to-Peer-Plattform abzuheben und gleichzeitig einen höheren Preis verlangen zu können. Dabei könnte mit einem ausgiebigen Spa- und Wellnessangebot geworben werden.

6.2 Limitationen und Implikationen für die weitere Forschung

Bei der gegenständlichen Masterarbeit ging es auch darum ein Modell zu erstellen, welches dabei helfen soll, die Forschungsfrage zu beantworten und die daraus resultierenden Ergebnisse mit der bereits bestehenden Literatur zu vergleichen. Dadurch soll eine neue Perspektive auf die Thematik generiert werden. In dieser Arbeit kam es auch zu Einschränkungen bezüglich der Methodik und des Samplings, was eine Abschwächung der Aussagekraft zur Folge hat. Jedoch kann diese Forschung als Basis und Anreiz für weitere Studien dienen.

Die Autorin wählte für die Datensammlung eine qualitative Methodik, weshalb sie sich auf ein kleines Sampling fokussieren musste, da eine Umfrage mit vielen weiteren Interviewpartnern über den Rahmen dieser Masterarbeit hinausgegangen wäre. Zudem wurden keine unbekannt Personen befragt, sondern es handelte sich dabei um Freunde, Familie und Bekannte der Autorin. Dabei versuchte sie darauf zu achten, dass das Alter und auch die Nationalitäten ausgeglichen sind. Die Mehrzahl der Interviewten wurde nach 1990 geboren und kommt aus Österreich. Auch dies könnte eine potenzielle Auswirkung auf das Ergebnis haben, wobei der Autorin bei der Analyse keine Unterschiede bei den Antworten je nach Alter oder Region aufgefallen sind. Des Weiteren stützen sich die genannten Feststellungen, das Modell und die Handlungsempfehlungen auf Aussagen und subjektive Reiseerfahrungen von Einzelpersonen, welche nicht durch ein statisch signifikantes Verfahren zusätzlich bewiesen wurden. Zudem hatte keiner der Befragten Kinder zum Zeitpunkt des Interviews und alle waren ledig.

Aus diesen Gründen sollte diese Arbeit als Grundstein für weitere Forschungen herangezogen werden, welche die Aussagekraft überprüfen und die Thematik weiter in die Tiefe erforschen. Zum einen könnte dies durch eine Umfrage mit einem grösseren Sampling gemacht werden, welches auch Personen enthält, die bereits Kinder haben. Ausserdem empfiehlt die Autorin die einzelnen Einflussfaktoren näher zu untersuchen und dabei den kontextuellen Aspekt weiter zu erforschen. So könnten weitere Informationen dazu gesammelt werden, in welcher Situation ein bestimmter Faktor besonders relevant ist. Eine weitere Möglichkeit wäre, dass weitere Peer-to-Peer-Plattformen analysiert und miteinander verglichen werden, um ein breiteres Forschungsergebnis zu erzielen.

7 Literaturverzeichnis

- Ady, M., & Quadri-Felitti, D. (2015). *Consumer Research Identifies Which Attributes Are Most Important to Travelers When Booking A Hotel*. Pennsylvania State University, Hospitality Management. TrustYou.
- Aghamanoukjan, A., Buber, R., & Meyer, M. (2009). Qualitative Interviews. In R. Buber, & H. H. Holzmüller, *Qualitative Marktforschung; Konzepte – Methoden – Analysen* (2. Auflage Ausg., S. 415-436). Wiesbaden: Gabler.
- Airbnb. (2016). *Airbnb and The Rise of Millennial Travel*.
- Amaro, S., Andreu, L., & Huang, S. (2019). Millennials' intentions to book on Airbnb. *Current Issues in Tourism*, 22(18), 2284-2298.
- Arsel, Z. (2017). Asking Questions with Reflexive Focus: A Tutorial on Designing and Conducting Interviews. *Journal of Consumer Research*, 44, 939-948.
- Barsky, J. (2013). *How Guests Select Hotels around the World – Global Results | Metrix Blog*. Abgerufen am 20. Februar 2021 von hospitalitynet.org: <https://www.hospitalitynet.org/news/4059056.html>
- Baruca, P. Z., & Civre, Z. (2012). How do guests choose a hotel? *Academica Turistica*(1), 75-84.
- Bedford, D. A., & Carayannis, E. G. (2018). ICIE 2018 6th International Conference on Innovation and Entrepreneurship. *International Conference on Innovation and Entrepreneurship* (S. 1-600). University of the District Columbia: Academic Conferences and publishing limited.
- Belk, R., Fischer, E., & Kozinets, R. V. (2012). *Qualitative Consumer and Marketing Research*. SAGE Publications.
- Benkler, Y. (2004). Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production. *The Yale Law Journal*, 114(2), 273-358.
- Beritelli, P., Reinhold, S., & Luo, J. (2019). "How come you are here?" – Considering the context in research on travel decisions. *Journal of Travel Research*, 58(2), 333-337.
- Birinci, H., Berezina, K., & Cobanoglu, C. (2018). Comparing customer perceptions of hotel and peer-to-peer accommodation advantages and disadvantages. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(2), 1190-1210.
- BizCommunity. (05. März 2018). *Airbnb global study reveals millennials as predominant travel consumers by 2025*. Abgerufen am 21. April 2021 von bizcommunity.com: <https://www.bizcommunity.com/Article/1/373/176376.html>
- Brinkmann, S. (2007). Could Interviews Be Epistemic? *Qualitative Inquiry*, 13(8), 1116-1138.
- Chan, E. S., & Wong, S. C. (2006). Hotel selection: When price is not the issue. *Journal of Vacation Marketing*, 12(2), 142-159.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing Grounded Theory* (2. Auflage Ausg.). SAGE Publications.
- Choosrichom, J. (2011). *Factors influencing the selection of hotel/resorts in Landa Yai Island, Krabi, Thailand by International Travelers*. Masterthesis, Silpakorn University, Programm in Hotel und Tourismus Management, Thailand.
- Connaway, L. S., Radford, M. L., Dickey, T. J., Williams, J. D., & Confer, P. (2008). Sense-Making and Synchronicity: Information-Seeking Behaviors of Millennials and Baby Boomers. *Libri*, 58, 123-135.
- Dolnicar, S., & Hajibaba, H. (2017). Chapter 6 - Airbnb and its Competitors. In S. Dolnicar, *Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries* (S. 63-76). Oxford: Goodfellow Publishers Ltd.

- Dolnicar, S., & Reinhold, S. (2017). Airbnb's Business Model. In S. Dolnicar, *Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries* (S. 27-38). Oxford: Goodfellow Publishers Ltd.
- Dresing, T., & Pehl, T. (2010). Transkription. In G. Mey, & K. Mruck, *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie* (S. 723-733). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Eshopworld. (2019). *GLOBAL ECOMMERCE MARKET RANKING 2019*. Abgerufen am 22. April 2021 von worldretailcongress.com: https://www.worldretailcongress.com/_media/Global_ecommerce_Market_Ranking_2019_001.pdf
- Fietkiewicz, K. J., Lins, E., Baran, K. S., & Stock, W. G. (2016). *Inter-generational Comparison of Social Media Use: Investigating the Online Behavior of Different Generational Cohorts*. Abgerufen am 28. Januar 2021 von phil-fak.uni-duesseldorf.de: https://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/Informationswissenschaft/sarah_hartmann/Lehre/Fietkiewicz_Lins_Baran_Stock_HICSS_2016_289.pdf
- Ghazi, K. M. (2017). Guests' Motives to Write Positive and Negative Hotel Reviews on Trip Advisor. *Journal of Tourism & Hospitality*, 6(3), 1-9.
- Gigerenzer, G., & Gaissmaier, W. (2011). Heuristic Decision Making. *Annual review of psychology*, 62(1), 451-482.
- Goffman, E. (1959). PRESENTATION OF SELF IN EVERYDAY LIFE.
- Google Travel Study. (2014). *The 2014 Traveller's Road to Decision*. Abgerufen am 23. April 2021 von thinkwithgoogle.com: <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/2014-travelers-road-to-decision/>
- Gouthro, M. B. (2011). Qualitative Method Research and the "tourism experience": a methodological perspective applied in a heritage setting. In R. Sharpley, & P. R. Stone, *Tourist Experience - Centemporary perspectives* (S. 201-214). London: Routledge.
- Guttentag, D. (2015a). Airbnb: Disruptive Innovation and the Rise of an Informal Tourism Accommodation Sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.
- Guttentag, D. (2015b). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.
- Guttentag, D. A., & Smith, S. L. (2017). Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. *International Journal of Hospitality Management*(64), 1-10.
- Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., & Havitz, M. (2017). Why Tourists Choose Airbnb: A Motivation-Based Segmentation Study. *Journal of Travel Research*, 57(3), 342-359.
- Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative Research Methodes* (2. Auflage Ausg.). SAGE Publications.
- Hernandez-Maskivker, G., & Rauch, A. (2017). The influence of hotels' online reputation on the millennials' booking behaviour. *ICFE, The 4th International Conference on Finance and Economics*, S. 1-8. Ho Chi Minh (Vietnam).
- Hohensee, M. (23. Dezember 2016). *Vom Zimmervermittler zum Städteführer*. Abgerufen am 22. Januar 2021 von wiwo.de: <https://www.wiwo.de/unternehmen/dienstleister/airbnb-eine-amerikanische-geschichte/14949408-2.html>
- Huber, T., & Rauch, C. (2013). *Generation Y. Das Selbstverständnis der Manager von morgen*. Zukunftsinstitut GmbH - Internationale Gesellschaft für Zukunfts- und Trendberatung. Düsseldorf: Signium International. Von www.zukunftsinstitut.de: https://www.zukunftsinstitut.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/Auftragsstudien/studie_generation_y_signium.pdf. abgerufen

- Hurrelmann, K., & Albrecht, E. (2014). *Die heimlichen Revolutionäre. Wie die Generation Y unsere Welt verändert*. Weinheim und Basel: Bertelsmann Verlag.
- Jiang, N., Law, R., & Li, L. (2020). Impacts of peer-to-peer accommodation on the hotel industry: Hoteliers' T perspectives. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 1-9.
- Junek, O., & Killion, L. (2012). Grounded Theory. In L. Dwyer, A. Gill, & N. Seetaram, *Handbook of Research Methods in Tourism: Quantitative and qualitative approaches* (S. 325-338). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Klimesch, K. (2015). *Werbung für die Generation Y*. Abgerufen am 28. Januar 2021 von othes.univie.ac.at: <http://othes.univie.ac.at/38327/>
- Kohli, M. (1978). „Offenes“ und „geschlossenes“ Interview: Neue Argumente zu einer alten Kontroverse. *Soziale Welt*, 29(1), 1-25.
- Kowisuth, P. (2015). *Factors influence hotel selection of tourists travelling with children in Phuket*. Masterarbeit, Prince of Songkla University, Business Administration in Hospitality and Tourism Management.
- Lamnek, S. (2010). *Qualitative Sozialforschung* (5. Auflage Ausg.). Weinheim: Beltz Verlag.
- Lane, J., & Woodworth, M. (Januar 2016). *The Sharing Economy Checks In: An Analysis of Airbnb in the United States*. Abgerufen am 12. Januar 2021 von [rss.hsnyndicate.com: http://rss.hsnyndicate.com/file/152006083.pdf](http://rss.hsnyndicate.com/file/152006083.pdf)
- Lee, C. K., Tse, Y. K., Zhang, M., & Ma, J. (2020). Analysing online reviews to investigate customer behaviour in the sharing economy: The case of Airbnb. *Information Technology & People*, 33(3), 945-961.
- Levy, S. L. (1959). SYMBOLS FOR SALE. *Harvard Business Review*, 117(24), 117-124.
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207.
- Mayring, P. (1991). Qualitative Inhaltsanalyse. In U. Flick, E. v. Kardoff, H. Keupp, L. v. Rosenstiel, & S. Wolff, *Handbuch qualitative Forschung : Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen* (S. 209-213). München: Beltz - Psychologie.
- Mayring, P. (2002). *Verfahren qualitativer Analyse* (5. Auflage Ausg.). Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- McCracken, G. (1988). *The Long Interview* (Bd. 13). Guelph, Ontario, Kanada: Sage Publications.
- McGehee, N. G. (2012). Interview techniques. In L. Dwyer, A. Gill, & N. Seetaram, *Handbook of Research Methods in Tourism: Quantitative and qualitative approaches* (S. 365-376). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Miller, D. (1995). Consumption as the Vanguard of History. In D. Miller, *Acknowledging Consumption* (S. 1-57). London: Routledge.
- Moore, K., Smallman, C., Wilson, J., & Simmons, D. (2021). Dynamic in-destination decision-making: An adjustment model. *Tourism Management*, 33(3), 635-645.
- Nowak, B., Allen, T., Rollo, J., Lewis, V., He, L., Chen, A., . . . Young, E. (2015). *Global insight: Who will Airbnb hurt more - hotels or OTAs?* Morgan Stanley Research .
- Parment, A. (2013). Generation Y vs. Baby Boomers: Shopping behavior, buyer involvement implications for retailing. *Journal of Retailing and Consumer Service*, 20, 189-199.
- Placzek, E. (2007). *Das Tiefeninterview am Beispiel der Studie 'Macht in der Ehe' von Marlene Bock (1987)*. Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Soziologie - Methodologie und Methoden. Ingolstadt: GRIN .
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On The Horizon*, 9(5), 1-6.

- PwC. (2011). *Millennials at work: Reshaping the workplace*. Abgerufen am 28. Januar 2021 von pwc.de: <https://www.pwc.de/de/prozessoptimierung/assets/millennials-at-work-2011.pdf>
- Qu, S. Q., & Dumay, J. (2011). The qualitative research interview. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 8(3), 238-264.
- Rabionet, S. E. (2011). How I Learned to Design and Conduct Semi-structured Interviews: An Ongoing and Continuous Journey. *The Qualitative Report*, 565-566.
- Raymond, K. S., & Chu, T. C. (2000). An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: a comparison of business and leisure travelers. *Tourism Management*, 21, 363-377.
- Ren, C. (2014). Qualitative Research, Tourism. In J. Jafari, & H. Xiao, *Encyclopedia of Tourism* (S. 1-4). Springer.
- Richard, A., & Masud, I. (2016). Factors influencing consumer choices in hotel selection in Ghana. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 4(11), 564-582.
- Rochet, J. -C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990-1029.
- Rumble, R., & Mangematin, V. (2015). Business model implementation: The antecedents of multi-sidedness. *Advances in Strategic Management*(33), 97-131.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (kein Datum). *Consumer Behavior: A European Perspective* (Bd. III). Harlow: Pearson Education.
- Soulidou, A. K., Karavasilis, G. I., Vrana, V. G., Kehris, E. C., Theocharidis, A.-I. T., & Azaria, A. H. (2018). *Factors affecting hotel selection: Greek customers' perception*. Rhodos, Griechenland: MPRA.
- Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy : The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*. MIT Press.
- Svennebye, L. (2008). *BIP pro Kopf, Konsum pro Kopf und Vergleich der Preisniveaus in Europa*. Abgerufen am 25. März 2021 von ec.europa.eu: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3433488/5580236/KS-SF-08-003-DE.PDF.pdf/892055d6-d55d-4388-9deb-d2d25c2ddf61?t=1414693433000>
- Thompson, C. J. (1997). Interpreting Consumers: A Hermeneutical Framework for Deriving Marketing Insights from the Texts of Consumers' Consumption Stories. *Journal of Marketing Research*, 34(4), 438- 455 .
- Tribe, J. (2006). The Truth about Tourism. *Annals of tourism research*, 33(2), 360-381.
- Tuan, L. A. (2019). Factors affecting the selection of domestic hotels with 3/4 star ratings: The case of Da Nang City, Vietnam. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1-13.
- Tussyadiah, I. P. (2016). Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 70-80.
- Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J. (2015). Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1022–1040.
- UNODC. (2013). *Global Study on Homicide*. Abgerufen am 25. März 2021 von unodc.org: https://www.unodc.org/documents/gsh/pdfs/2014_GLOBAL_HOMICIDE_BOOK_web.pdf
- Varma, A., Jukic, N., Pestek, A., Shultz, C. J., & Nestorov, S. (2016). Airbnb: Exciting innovation or passing fad? *Tourism Management Perspectives*, 20, 228-237.
- Wagner, T., Kuhndt, M., Lagomarsino, J., & Mattar, H. (2015). *Listening to Sharing Economy Initiatives*.
- Wang, C. R., & Jeong, M. (2018). What makes you choose Airbnb again? An examination of users' perceptions toward the website and their stay. *International Journal of Hospitality Management*, 74, 162-170.

- Wang, D., & Nicolau, J. N. (2017). Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb.com. *International Journal in Hospitality Management*, 120-131.
- Weaver, D., & Lawton, L. (2002). *Tourism Management*. Wiley.
- Weaver, D., & Lawton, L. (2014). *Tourism Management* (5. Edition Ausg.). Milton: Qld: John Wiley & Sons.
- Wiaastuti, R. D., & Lestari, N. S. (2020). The generation Z characteristics and hotel choices. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(1), 1-14.
- Wilson, E., & Hollinshead, K. (2015). Qualitative tourism research: Opportunities in the emergent soft sciences. *Annals of Tourism Research*, 54(C), 30-47.
- Witzel, A. (1982). *Verfahren der qualitativen Sozialforschung: Überblick und Alternativen*. Frankfurt: Campus.
- Witzel, A. (1985). Das problemzentrierte Interview. In G. Jüttemann, *Qualitative Forschung in der Psychologie* (S. 227-256). Weinheim: Beltz.
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (Oktober 2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*(54), 687-705.
- Zhang, G., Cui, R., Cheng, M., Zhang, Q., & Li, Z. (2020). A comparison of key attributes between peer-to-peer accommodations and hotels using online reviews. *Current Issues in Tourism*, 23(5), 530-537.

Internetquellenverzeichnis

- Airbnb. (September 2020a). *About Us*. Abgerufen am 12. Januar 2021 von news.airbnb.com: <https://news.airbnb.com/about-us/>
- Airbnb. (2021a). *Wie funktionieren Bewertungen von Aufenthalten?* Abgerufen am 23. April 2021 von airbnb.at: <https://www.airbnb.at/help/article/13/wie-funktionieren-bewertungen-von-aufenthalten>
- Airbnb. (2021b). *Wie funktionieren die Sterne-Bewertungen für Aufenthalte?* Abgerufen am 12. Februar 2021 von airbnb.ch: <https://www.airbnb.ch/help/article/1257/wie-funktionieren-die-sternebewertungen-für-aufenthalte>
- Airbnb. (22. Februar 2021c). *What makes Airbnb, Airbnb*. Abgerufen am 29. April 2021 von news.airbnb.com: <https://news.airbnb.com/what-makes-airbnb-airbnb/>
- BizCommunity. (05. März 2018). *Airbnb global study reveals millennials as predominant travel consumers by 2025*. Abgerufen am 21. April 2021 von bizcommunity.com: <https://www.bizcommunity.com/Article/1/373/176376.html>
- Dingman, S. (17. Dezember 2015). *A billionaire on paper, Airbnb co-founder feels 'great responsibility' to do good*. Abgerufen am 20. Januar 2021 von theglobeandmail.com: <https://www.theglobeandmail.com/report-on-business/careers/careers-leadership/a-billionaire-on-paper-airbnb-co-founder-feels-great-responsibility-to-do-good/article27825035/>
- Formplus Blog. (07. Dezember 2020). *Exploratory Research: What are its Method & Examples?* Abgerufen am 03. März 2021 von formpl.us: <https://www.formpl.us/blog/exploratory-research>
- Franklin, M. J. (1. Mai 2019). *Airbnb vs. Vrbo: Everything you need to know about both accommodation sites*. Abgerufen am 28. Januar 2021 von mashable.com: <https://mashable.com/article/airbnb-vs-vrbo-trip-booking/>
- Höhler, G., Louven, S., Streit, M., & Peer, M. (26. Juli 2019). *Tourismus-Metropolen gehen gegen Airbnb und Co. vor*. Abgerufen am 20. Januar 2021 von handelsblatt.com: <https://www.handelsblatt.com/finanzen/immobilien/sharing-plattformen-tourismus-metropolen-gehen-gegen-airbnb-und-co-vor/24696304.html?ticket=ST-8897918-DEo4zS2flnuz0m2INPUd-ap6>
- Hohensee, M. (23. Dezember 2016). *Vom Zimmervermittler zum Städteführer*. Abgerufen am 22. Januar 2021 von wiwo.de: <https://www.wiwo.de/unternehmen/dienstleister/airbnb-eine-amerikanische-geschichte/14949408-2.html>
- Jasper. (8. August 2019). *The Airbnb Founder Story: From Selling Cereals To A \$25B Company*. Abgerufen am 28. Januar 2021 von getpaidforyourpad.com: <https://getpaidforyourpad.com/blog/the-airbnb-founder-story/>
- Kantar. (Oktober 2020). *Anzahl der Internetnutzer nach Altersgruppen in Deutschland in den Jahren 2003 bis 2020*. Abgerufen am 19. Februar 2021 von de.statista.com: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36151/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-in-deutschland-nach-altersgruppen-seit-1997/>
- Laenderdaten.info. (2021). *Statistiken und Daten aller Länder in Europa*. Abgerufen am 25. März 2021 von laenderdaten.info: <https://www.laenderdaten.info/Europa/index.php>
- Mettler, J. (2019). *Airbnb geht an die Börse - und das Unbehagen wächst*. Abgerufen am 12. Januar 2021 von tagesanzeiger.ch: <https://www.tagesanzeiger.ch/wirtschaft/standardairbnb-geht-an-die-boerse-und-das-unbehagen-waechst/story/20315108>
- Statista. (2017). *Offline vs online retail: Development - Comparison - Consumer View*. Abgerufen am 22. April 2021 von statista.com: <https://www.statista.com/study/43414/offline-vs-online-retail-development-comparison-consumer-view/>

- Statista. (2019). *Europäische Union: Altersstruktur in den Mitgliedsstaaten im Jahr 2019*. Abgerufen am 25. März 2021 von de.statista.com: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/248981/umfrage/altersstruktur-in-den-eu-laendern/>
- Sterling, A. (1. August 2019). *Package design research, Part II of III: depth interviews*. Abgerufen am 10. März 2021 von packworld.cm: <https://www.packworld.com/home/blog/13378175/package-design-research-part-ii-of-iii-depth-interviews>
- The Forrest of Brocéliande. (n.A.). *Mode 2 knowledge production*. Abgerufen am 04. März 2021 von proxy.eplanete.net: <https://proxy.eplanete.net/galleries/broceliande7/mode-2-knowledge-production>
- Widmer, B. (09. März 2021). *75+ Millennials Travel Statistics & Trends for 2021*. Abgerufen am 23. April 2021 von thewanderingrv.com: <https://www.thewanderingrv.com/millennials-travel-statistics/>
- Winter, S. (15. Mai 2000). *Quantitative vs. Qualitative Methoden*. Abgerufen am 13. Februar 2021 von nosnos.synology.me: http://nosnos.synology.me/MethodenlisteUniKarlsruhe/imihome.imi.uni-karlsruhe.de/nquantitative_vs_qualitative_methoden_b.html

Anhang

A – Literatur	2
B – Umfrage	6
C – Transkription	12
D – Coding	96
E – Eigenständigkeitserklärung	101

A - Literaturübersicht

Literatur Einflussfaktoren Airbnb

Autor, Jahr	Thematik	Population	Erkenntnisse
Amaro et al. (2019)	Faktoren, wieso User auf Airbnb buchen	persönliche Kontakte in Deutschland und China	subjektive Norm, Einzigartigkeit der Unterkunft, Einstellung gegenüber online Shopping, Abwechslung, ökonomische Nutzen
Birinci, H., Berezina, K. & Cobanoglu, C. (2018)	Vor- & Nachteile Airbnb/Hotel	Internet User	Authentizität, Interaktion mit Host (+ Airbnb); kein Unterschied bei Sicherheitsempfinden, Produktleistungsrisiko, Zeit- und Bequemlichkeitsrisiko, Zufriedenheit, Wiederkaufsabsicht
Guttentag, D. (2015b)	disruptive Innovationstheorie	Airbnb	Interaktion mit Einheimische (Authentizität), Preis
Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L. & Havitz, M. (2017)	Warum wird Airbnb gegenüber Hotel bevorzugt?	Airbnb User aus Nordamerika (21-40 Jahre)	Preis, Annehmlichkeiten einer Wohnung, Lage
Lee, C., K., Tse, Y., K., Zhang, M. & Ma, J. (2020)	Einfluss auf die Customer Experience	online Reviews (170.000 Bewertungen) von Reisenden, welche in einem Londoner Airbnb waren	Kommunikation, Hilfsbereitschaft & Flexibilität on Host, Annehmlichkeiten Wohnung, Lage, Sauberkeit, Geräuschpegel
Nowak et al. (2015)	Einfluss Airbnbs auf Hotels und OTAs	4.000 Internetuser/Airbnb User aus 4 unterschiedlichen Ländern	Preis, Lage, Authentizität, Annehmlichkeiten einer eigenen Wohnung, Einzigartigkeit der Unterkunft

Tussyadiah, I. (2016)	wichtige Attribute von Peer-to-Peer Unterkünften, welche Zufriedenheit beeinflussen	online Bewertungen Airbnbs Portland	Lage, Host, Ausstattung und Atmosphäre
Tussyadiah, I. & Peterson, J. (2015)	Einfluss Peer-to-Peer Unterkünfte auf Verhalten von Reisenden	online Fragebogen, USA und Finnland Airbnb User	Preis, soziale Interaktion mit Host/Locals
Wang, C. & Jeong, M. (2018)	psychologisches Verhalten von Usern gegenüber Gesamterlebnis auf Airbnb = würde Airbnb buchen	Airbnb User	Räumlichkeiten, Host, Sauberkeit, leicht zugänglich, Personalisierter Service,
Zhang, G. Cui, R., Cheng, M. & Zhiyong, L.	Unterschiede Hotel & Airbnb	online Reviews	Authentizität, Preis/Preis-Leistungsverhältnis, Flexibilität (Check-In, Persönliche Gegenstände)

Literatur Einflussfaktoren Hotel

Autor, Jahr	Thematik	Population	Erkenntnisse
Ady, M & Quadri- Felitti, D. (2015)	Einfluss auf Bu- chungsentscheidung	570 Befragte mussten auf Basis von Hotelbewer- tungen ein pas- sendes Hotel wäh- len	Business: Wifi Freunde: Essen romantische & Fa- milien: Räumlich- keiten Gruppen: Komfort & Annehmlichkeiten
Barsky, J. (2013)	Faktoren Hotel- & Casinauswahl beein- flussen	40.000 europäi- sche, amerikani- sche und asiati- sche Reisende	Preis, Lage, Erfah- runge
Baruca, P. & Zabukovec, C. (2012)	wichtige Entschei- dungs-faktoren & Marktsegmentierung	1300 Befragte	Lage, Weiteremp- fehlung von Freun- den & Reisebüro, Preis
Chan, E. & Wong, S. (2006)	was ist neben dem Preis entscheidend	570 Frequent In- dividual Travelers in Hong Kong	Lage, Service Business: Weiter- empfehlungen
Choosrichom, J. (2011)	Faktoren Auswahl Hotel in Lanta Yai Island	230 internationale Reisende	Sicherheit, Preis- Leistungs- Verhältnis, Lage, Mitarbeiterqualität, Räumlichkeiten
Kowisuth, P. (2015)	wichtige Hotelattribute	Reisende mit Kinder	Sicherheit, Raum- qualität, Preis- Leistungs- Verhältnis/Preis, Mitarbeiter & Ser- vice, Lage, Image, Hotelservices
Raymond, K. & Chu, T. (2000)	Performance & Wich- tigkeit von 6 verschie- denen Hotelfaktoren	340 Reisende (Business und Freizeit)	Business: Zimmer & Rezeption Freizeit: Sicherheit

Soulidou et al. (2018)	Faktoren Auswahl passendes Hotel	Griechenland Reisende	Sauberkeit, Preis, Personal, Lage, Lage, Servicequalität, Sicherheit, Preis & Werbung (eher gering)
Tuan, L. (2019)	Faktoren bei Hotelwahl	einheimische Touristen	Diplom: Komfort, Sauberkeit, Sicherheit, Preis/Preis-Leistungs-Verhältnis Sauberkeit, Sicherheit, Lage, Komfort
Wiastuti, R. & Lestari, N. (2020)	favorisierte Hotelattribute	Generation Z	

B - Umfrage

Kurzumfrage

Kurzumfrage Tiefeninterview Airbnb

Vielen Dank für Ihre Teilnahme bei dem Tiefeninterview. Sie tragen damit einen grossen Teil zum Erfolg dieser Masterarbeit bei.

Alle gesammelten Daten werden von mir anonymisiert und streng vertraulich behandelt.

Im folgenden Kurzfragebogen bitte ich Sie, weitere soziodemografische Angaben zu machen, sowie Auskunft über Ihr Reiseverhalten zu geben.

Sollten Fragen aufkommen, so bitte ich Sie, mich zu kontaktieren.

Soziodemografische Fragen

Vor- und Nachname

Geschlecht

- männlich
- weiblich
- divers

In welchem Jahr wurden Sie geboren? (Bitte geben Sie das vierstellige Geburtsjahr an, z.B. 1996)

In welchem Land leben Sie?

- Österreich
- Schweiz
- Deutschland

Zivilstand

- Ledig
- Verheiratet
- Verwitwet
- Geschieden
- Eingetragene Partnerschaft
- Sonstiges

Haben Sie Kinder?

- Nein
- Ja, ein Kind
- Ja, zwei Kinder

Ja, drei oder mehrere Kinder

Bitte geben Sie Ihren höchsten Bildungsabschluss an.

- Allgemeinbildende Pflichtschule
- Lehre
- Maturität
- Bachelorstudium
- Masterstudium
- PhD

Was ist Ihr Beruf/Studienfachrichtung?

Nettoeinkommen in EUR oder CHF

- kein eigenes Einkommen
- weniger als 15.000
- 15.001-25.000
- 25.001-50.000
- 50.001-75.000
- 75.001-100.000
- 100.000 oder mehr
- keine Angaben

Reiseverhalten

Unter Reisen werden alle Aktivitäten verstanden, welche eine Person aus geschäftlichen Gründen, in ihrer Freizeit oder zu anderen Zwecken ausserhalb ihres gewohnten Umfelds unternimmt (UNTWO, 2001, S.1).

Wieviel mal im Jahr gingen Sie in den letzten 4 Jahren vor der Pandemie auf Reisen?

- 0
- 1x pro Jahr
- 2x pro Jahr
- 3x pro Jahr
- 4x oder mehr pro Jahr

Ergebnisse Kurzumfrage

	Interview-datum	Geschlecht	Geburts-jahr	Nationalität	Höchster Bildungsabschluss, Job/Studium (Netto Einkommens-kategorie)	Wie oft durchschnittlich verreist in den letzten vier Jahren vor der Pandemie?
1	29.03.2021	Weiblich	1999	Österreich	Bachelor, Studentin in Wirtschaftswissenschaften/Sportmanagement (kein eigenes Einkommen)	2-mal
2	31.03.2021	Weiblich	1995	Schweiz	Bachelor, Studentin in Marketing Manage-	3-mal

					ment (kein eigenes Einkommen)	
3	01.04.2021	Weiblich	1997	Österreich	Bachelor, Studentin in Economics & Management (kein eigenes Einkommen)	3-mal
4	02.04.2021	Männlich	1989	Österreich	Bachelor, Corporate Process Manager (keine Angaben)	4-mal
5	02.04.2021	Männlich	1994	Österreich	Master, Marketing (25.001-50.000)	2-mal
6	04.04.2021	Weiblich	1988	Deutschland	Master, Strategische Unternehmensberatung (25.001-50.000)	3-mal
7	05.04.2021	Weiblich	1994	Schweiz	Bachelor, Studentin in Marketing Management (kein eigenes Einkommen)	4-mal
8	05.04.2021	Männlich	1993	Österreich	Maturität, Steuerungstechniker (50.001-75.000)	3-mal
9	06.04.2021	Weiblich	1992	Deutschland	Lehre, E-Commerce & Marketing Services (25.001-50.000)	2-mal
10	08.04.2021	Weiblich	1995	Österreich	Master, Diplomierte Gesundheits- und Krankenpflegeperson (keine Angaben)	3-mal
11	08.04.2021	Männlich	1993	Österreich	Bachelor, Brand Manager (50.001-75.000)	4-mal
12	09.04.2021	Weiblich	1993	Österreich	Bachelor, Personalberaterin (25.001-50.000)	3-mal
13	10.04.2021	Männlich	1988	Österreich	Lehre, Produktionstechniker (25.001-50.000)	2-mal
14	10.04.2021	Männlich	1985	Österreich	Master, Architekt (50.001-75.000)	3-mal
15	10.04.2021	Männlich	1995	Österreich	Master, Stellvertretender Technischer Leiter (50.001-75.000)	4-mal
16	11.04.2021	Weiblich	1994	Schweiz	Bachelor, Studentin in Marketing Management (15.001-25.000)	3-mal
17	11.04.2021	Weiblich	1986	Schweiz	Bachelor, Wirtschaftsrecht (mehr als 100.000)	4-mal

Interviewprotokoll

INTERVIEWPROTKOLL TIEFENINTERVIEW

Vor- und Nachname:

Interview Datum:

Wird nicht mit dem Befragten geteilt:

Befragt werden:

- Millennials (zw. 1980-2000)
- Aus dem DACH-Raum
- Waren schon einmal in einem Airbnb in einem europäischen Land
- Waren schon einmal in einem Hotel in einem europäischen Land
- Haben diese Erinnerungen noch frisch im Kopf

Forschungsfrage:

Wie kommt es dazu, dass Sie sich für dieses Airbnb entschieden haben? – Eine Studie über das Wahlverhalten von Millennials in Zusammenhang mit Airbnb

Näheres herausfinden über:

- Internetaktivitäten/Einkauf über das Internet
- Wahlverhalten in Bezug auf Airbnb
- Wahlverhalten in Bezug auf Hotels

Wird dem Befragten mitgeteilt:

- Vielen Dank für die Teilnahme und dass Sie sich bereits Zeit genommen haben, um die Kurzumfrage aufzufüllen. Damit leisten Sie einen wesentlichen Beitrag zu meiner Forschungsarbeit.
- Ich bin derzeit Studentin an der Universität St. Gallen mit dem Schwerpunkt Marketing und arbeite an meiner Masterarbeit im Bereich Tourismus
- Ich interessiere mich für das Wahlverhalten von Millennials bei ihrer Unterkunftswahl bei Reisen
- Ein Millennial ist eine Person, welche zwischen 1980 und 2000 geboren wurde
- Zu Beginn werden wir über Ihr Reise- und ihr Buchungsverhalten sprechen, anschließend über Ihre Reise und Unterkunft in einem Airbnb und zum Schluss über Ihre Erfahrung mit einer Hotelreise
- Gibt es bereits Fragen?
- Sind Sie damit einverstanden, dass ich das Interview mit Ihnen durchführen darf und dass ich das Gespräch für analytische Zwecke aufzeichne?

Erzählen Sie mir etwas über sich?

Reiseverhalten

Sie haben mir in der Kurzumfrage gesagt, dass Sie x mal pro Jahr in den letzten 4 Jahren vor der Pandemie auf Reisen waren. Wohin ging es damals und wie lange blieben Sie meistens dort? (*mögliche Folgefragen: Waren das kleinere Reisen? Waren das meist längere Reisen? Reisen in weit entfernte Orte? Hauptsächlich Städtereisen?*)

Als welche Art Reisetyp würden Sie sich beschreiben? Durchstrukturiert oder spontaner Abenteurer? (*mögliche Folgefragen*: Wie sieht bei Ihnen der Planungsprozess aus bevor Sie eine Reise antreten? Informieren Sie sich zuvor über das Internet?)

Wieso reisen Sie? (Entspannung, Erlebnis, Neues entdecken,...)

Buchungsverhalten

Über welchen Weg buchen Sie meistens Reisen? (*mögliche Folgefragen*: Wieso so? Ist Airbnb ein Thema? Über welche Plattform? Vorteile? Vorteile gegenüber anderen Plattformen wie Booking.com?)

Reise Airbnb

Denken Sie an eine Reise zurück, in welcher Sie in einem Airbnb in einer europäischen Stadt genächtigt haben.

Wann war das, wo waren Sie und mit wem?

Wie kam es dazu, dass Sie sich für ein Airbnb entschieden haben? (*mögliche Folgefragen*: Gab es einen speziellen Anlass? Z.B. Festival, Studium,... Wie kam es dazu, dass Sie sich gegen ein Hotel entschieden haben? Hatte die Plattform auch einen Einfluss? (einfache Bedienung, übersichtlich),..., Vorteile an Airbnb?)

Reise Hotel

Denken Sie an eine Reise zurück, in welcher Sie in einem Hotel in einer europäischen Stadt genächtigt haben.

Wann war das, wo waren Sie und mit wem?

Wie kam es dazu, dass Sie sich für ein Hotel entschieden haben? (*mögliche Folgefragen*: Gab es einen speziellen Anlass? Z.B. Festival, Studium,... Wie kam es dazu, dass Sie sich gegen ein Airbnb entschieden haben?, Vorteile Hotel?)

Gibt es etwas was sie als wichtig empfinden und nicht gefragt wurde, aber Sie gerne noch anmerken würden? Gibt es sonst noch Fragen zur Studie oder ähnlichem?

Vielen Dank für Ihre Bereitschaft mit mir zu sprechen und Ihre Erfahrungen mit mir zu teilen!

Interview-partner	Entscheidungsfaktoren Airbnb	Entscheidungsfaktoren Hotel
1	Annehmlichkeiten Wohnung (Küche, Ruhe) keine Extras/kein professioneller Service, Einfachheit (Schlafplatz), Flexibilität, Preis, Lage, Gemeinschaft, Keine Alternative	Keine passende Alternative (vorab schon Airbnb gesucht), Annehmlichkeiten, Lage, Preis
2	Annehmlichkeiten Wohnung, Lage, Gemeinschaft, Host	Annehmlichkeiten (Privatsphäre), Preis
3	Annehmlichkeiten Wohnung (Ruhe), keine Extras, Flexibilität	Keine passende Alternative (vorab schon Airbnb gesucht), Preis
4	Annehmlichkeiten Wohnung (Ruhe, alleine, wie zuhause fühlen), Flexibilität, Preis, Lage, Gemeinschaft	Keine passende Alternative (vorab schon Airbnb gesucht), Lage
5	Annehmlichkeiten Wohnung, Preis, Lage, keine Alternativen	Keine passende Alternative (vorab schon Airbnb gesucht), Lage, Annehmlichkeit (Privatsphäre)
6	Flexibilität, Preis, Lage, Gemeinschaft, keine Alternative	Annehmlichkeiten (Wellness)
7	Keine Extras, Preis, (Authentizität), Host	Keine passende Alternative, Annehmlichkeiten (Wellness)
8	Annehmlichkeiten Wohnung, keine Extras, Flexibilität, Preis, Lage, Gemeinschaft, keine Alternative	Keine passende Alternative, Annehmlichkeiten
9	Annehmlichkeiten Wohnung, keine Extras, Preis, Gemeinschaft	Annehmlichkeiten (Wellness), keine passende Alternative
10	Annehmlichkeiten Wohnung (Ruhe, Küche, Platz für sich), Flexibilität, Preis, Lage	Annehmlichkeiten
11	Keine Extras, Flexibilität, Preis, Lage, Gemeinschaft	Annehmlichkeiten (Wellness), keine passende Alternative
12	Keine Extras, Flexibilität, Preis, Lage	Keine passende Alternative, Annehmlichkeiten, Lage, Preis
13	Annehmlichkeiten Wohnung, keine Extras, Preis	Annehmlichkeiten
14	Authentizität, Gemeinschaft, Host, Gemeinschaft,	Authentizität, Lage
15	Annehmlichkeiten Wohnung, keine Extras, Flexibilität, Lage, Preis, zuhause, Gemeinschaft	Annehmlichkeiten, Preis
16	Preis, Lage, Gemeinschaft, keine Alternative	Annehmlichkeiten, Lage

C - Transkription

Um die Transkriptionen schneller verschriftlichen zu können wurde teils die Diktierfunktion von Word verwendet. Anschliessend wurden die Transkripte nochmals mit den Tonaufnahmen gemeinsam durchgelesen und kontrolliert.

Interviewpartner 1

Datum: 29.03.2021

Uhrzeit: 17:20

(00:00:02) *Autorin*: Okay. Als Erstes erzähl mir einfach etwas über dich.

(00:00:07) *Interviewpartner 1*: Also, ich bin 21 Jahre alt, ich studiere Wirtschaft und Sport Management in Innsbruck. Ich habe gerade meinen Bachelor in Wirtschaft abgeschlossen. Ja, ich mache in meiner Freizeit gerne Sport. Ich lese gerne. Ich reise normalerweise sehr gerne, wenn nicht gerade ja, die Corona Pandemie wäre. Was noch? Was fehlt noch?

(00:00:38) *Autorin*: Auf jeden Fall schon ein paar Informationen, die ich gut gebrauchen kann. Sprechen wir nun über dein Reiseverhalten. Du hast in der Umfrage gesagt, dass du zweimal pro Jahr in den letzten vier Jahren, also durchschnittlich, also vor der Pandemie, auf Reisen warst. Ja, wohin ging es damals meistens? Wie lange bist du dort meistens geblieben? Also einfach so grundlegend.

(00:01:04) *Interviewpartner 1*: Also vor der Pandemie?

(00:01:06) *Autorin*: Mhm.

(00:01:07) *Interviewpartner 1*: Ja, ich bin meistens einmal im Jahr mit meiner Familie in den Urlaub gegangen. Das ging meistens circa eine Woche lang da. Der Umkreis war meistens Italien. Also immer innerhalb von Europa sind wir da meist geblieben. Am Anfang ging es ja auch nach Griechenland oder nach Portugal, eher in die südlichen Länder und meistens dann eben ans Meer irgendwo und der zweite Punkt war dann meistens immer mit einer Freundin oder wenn ich alleine irgendwo hin gereist bin, ein paar Tage, um mir eine Stadt anzuschauen. Einfach irgendwo hin mit einer Freundin gemeinsam. Das hat dann meistens ja variiert. Also wir sind dann auch wirklich mal weiter weg. Nach Amerika z.B. bin ich da auch hin gereist. Ich wollte dann eigentlich auch nach Asien. Dann kam die Corona Pandemie. Also das war so der Plan. Und ansonsten dann eben so gerne so Städtetrips. Also einfach mal die Stadt ein paar Tage anschauen, dann aber meistens nicht, also innerhalb von Europa, dann nicht eine Woche in einer Stadt sind wir dann nicht eine Woche dort geblieben, sondern eher nur ein paar Tage und dann entweder zu der nächsten Stadt oder gleich wieder nach Hause zurück.

(00:02:25) *Autorin*: Also ja, dann war das meistens aber eher eben eine Stadt und nicht so eine Meer-Reise bist du eher mit deiner Familie.

(00:02:35) *Interviewpartner 1*: Genau, also ans Meer bin ich wirklich eher mit der Familie und dann mit Freunden. Das war dann wirklich mehr denn kulturell oder einfach eine Stadt mal besichtigen und das Meer, das war dann meistens auch so fast schon zu weit weg. Also wenn wir mal ja wohin sind.

(00:02:55) *Autorin*: Okay. Als welche Art Reisetyp würdest du dich beschreiben?

(00:03:03) *Interviewpartner 1*: Also zum Beispiel Party-Urlaub oder gemütlich? Okay. Ich würde mich eher als... Ja, also gerade wenn man es so Familie Freunde vergleicht mit der Familie, war das meistens eher ein gemütlicher Urlaub, deswegen sind wir auch oft ans Meer. Einfach ein paar Tage komplett entspannen. Bücher lesen. Ja, in dem Pool herumschwimmen oder eben im Meer. Was gerade da war. Immer gut essen gehen und mit Freunden war das dann schon eher so also... Wir sind. Ich bin jetzt nicht so die Party, die irgendwo immer auf Feste geht. Also dafür gehe ich nicht irgendwo in den Urlaub, sondern dann schon wirklich kulturell geschichtlich dann weiterbilden. Also je nachdem, mit wem ich unterwegs war, war da auch immer sehr viel Museen anschauen. Meistens haben wir da geschaut gibt's da so einen Sightseeing Pass oder irgendetwas. Ja, eigentlich in die Richtung und dann schon zwischendurch wieder ein wenig entspannen, aber auch immer schauen, ich war da mal am Gardasee, dann Kajak ausleihen, wandern gehen. Also dass man sich schon aktiv im Urlaub etwas macht.

(00:04:12) *Autorin*: Okay. Und wenn du jetzt so eben an deine Reisen denkst, denkst du da auch eher daran... Bist du eher durchstrukturiert? Also du wusstest schon davor, dass ihr ein Kajak ausleihen werdet oder ist es eher so spontane Abenteuer, als wenn ich dir jetzt sagen würde „Komm, gehen wir morgen nach Amsterdam!“ dann wär das das, wie du in Urlaub gehst, oder...

(00:04:39) *Interviewpartner 1*: Also eigentlich schon eher so spontan. Also ich bin meistens nicht so durchgeplant. Ja, meistens bin ich dann auch mit Leuten unterwegs. Da gehen wir dann auch wirklich, das sagen wir ja, wir gehen in die Stadt und dann schauen wir halt dort. Okay, was gibt's. Sowas kann man machen. Ein wenig informiert man sich ja immer schon im Vorhinein. Also ich meine, ich weiss, wenn ich an den See gehe. Ich kann baden gehen, ich nehme einem Badeanzug mit.

(00:05:05) *Autorin*: Wie informierst du dich?

(00:05:05) *Interviewpartner 1*: Meistens ist das eigentlich eher so Mund zu Mund Propaganda, so dass irgendjemand erzählt, ja, hey, das ist ein mega schöner Ort. Ich gehe z.B. viel lieber an solche Orte wie als Orte, die ich irgendwo im Internet finde, weil ich dann immer ja da sind dann ganz viele Touristen. Da gehe ich dann wirklich lieber auf das, was Personen erzählen. Okay, das ist wirklich ein schöner Ort. Geht mal dorthin.

(00:05:40) *Autorin*: Und so dein Planungsprozess vor der Reise ist also wirklich spontan. Also rein eigentlich das, was du von anderen Personen hörst, ist so deine ganze Information und...

(00:05:55) *Interviewpartner 1*: Ja, das variiert schon. Innerhalb von Europa schon. Aber jetzt, wo ich damals, als ich mal in Amerika war, das war natürlich schon da reist man länger hin, dann überlegt man sich natürlich schon einen Plan. Also schon alleine mit den Flügen. Okay, wo bleibt man, wie lange. Aber dann war es ja auch wirklich so, dass wir... Wir haben dann, bevor wir überhaupt suchen mussten, haben wir uns einfach bei Freunden schon informiert und die haben uns so viele Informationen gegeben mit, da gibt es diesen Sightseeing Pass. Okay. Dieses Sightseeing ist cool, dass eben nicht so und wir sind dann wirklich, wir haben dann eher denen vertraut, wie dann so dem Internet, weil wir ja, wenn man Personen kennt, man kann diesen vertrauen, dann, ja, wird das meistens viel cooler und besser.

(00:06:46) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir über deinen Buchungsverhalten. Also wie kam es das erste Mal dazu, dass du eine Reise über Airbnb gebucht hast oder dass eine Freundin/Freund eine Reise über Airbnb, die gemeinsam mit dir gebucht hat?

(00:07:04) *Interviewpartner 1*: Ja, das erste Mal, da sind wir auf ein Festival gefahren in Graz. Und ja, eigentlich. Ich denke... Ich habe damals das Airbnb nicht gebucht. Das haben eben die Freunde gemacht, die mit mir mitgegangen sind. Ich denke, es war einfach, weil wir... Ja, also das Hotel. Ja, wir haben das doch gar nicht so gebraucht. Wir wollten da glaub eher selbstständig sein. Wir wollten in der Stadt essen, z.B. also Frühstück gehen, Mittagessen und Abendessen. Und in einem Hotel hat man meistens eigentlich immer auch ein Frühstück dabei. Das war uns eigentlich viel zu viel und wir haben auch das ganze ja, ja, Zimmerreinigungen, das haben wir einfach nicht benötigt, weil wir da einfach nur drei Tage waren. Und im Hotel ist es dann auch immer okay mit drei Personen, mit dem Zimmer, gibt's dann auch ein Zimmer, was geeignet ist für so viele Personen. Und dann sind wir eigentlich in ein Airbnb gegangen, weil uns das einfach unkomplizierter und einfach ein wenig freier in der Planung erschien.

(00:08:18) *Autorin*: Und wenn du jetzt an die Plattform denkst, fallen dir spontan irgendwelche Vorteile ein, welche die Plattform Airbnb hat, gegenüber beispielsweise auch Booking?

(00:08:33) *Interviewpartner 1*: ... Muss ich mal nachdenken. Ja, ich finde ganz fein, dass man je nachdem, wie viele Personen man ist, bekommt man auch andere Apartments zur Verfügung gestellt, als in einem Hotel, ist ja meistens okay. Zwei Zimmer, weil man vier Personen ist, hat man einfach zwei Zimmer dort und beim Airbnb da bekommt man dann einfach auch andere Unterkünfte, in der einfach auch mehrere Personen Platz haben. Und das finde ich ja eigentlich ganz angenehm. Ja, dass man da dann auch vieles sieht.

(00:09:09) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir jetzt über die Airbnb-Reise. Also du musst nicht die nehmen, über die du vorher gesprochen hast, sondern kannst eine andere Airbnb-Reise nehmen, wo du in einer europäischen Stadt genächtigt hast. Kannst du mir einfach mal ein paar Grunddaten geben? Wann warst du dort? Wo war das? Mit wem? Und einfach...

(00:09:33) *Interviewpartner 1*: Also ich war da am Gardasee. Also, weil die Buchung habe ich gemacht. Deswegen denke ich ist das so am besten, wenn ich darüber spreche. Also das war eben am Gardasee in Porto, also ganz unten im Süden und wir waren da 5 Personen. Ja, 5 Personen, genau 5 Mädchen. Und ja, wir hatten eben den Plan im Sommer, das war sogar jetzt während der Corona Pandemie aber im Sommer, der ging ja eigentlich alles gut und wir

wollten einfach ein wenig irgendwo hin und ein wenig in den Urlaub gehen. Und dann hatten wir eben die Idee, okay, gehen wir doch wieder an den Gardasee, weil wir im Jahr davor auch schon dort waren. Und beim Buchungsprozess, wir haben da eine WhatsApp-Gruppe gebildet und wir haben dann eigentlich alle mal gesucht. Und interessanterweise habe ich dann irgendwie, also wir haben gesucht und gesucht und es hat uns irgendwie nicht so gefesselt. Und interessanterweise habe ich dann ein paar Tage später auf einmal so die ziemlich perfekte, das perfekte Appartement gefunden. Also vielleicht hat deswegen jemand wieder storniert oder abgebrochen. Wir wissen es nicht. Auf jeden Fall war das auf einmal frei. Eigentlich relativ spontan. Und ja, das hat uns natürlich sehr gefreut, weil das war halt auch es was ja, zentral gelegen, also wirklich mitten in der Stadt. Und ich denke, ich würde jetzt wahrscheinlich mit meiner Familie jetzt da nicht hingehen. Es war z.B. wirklich neben dem Kirchturm. Die Glocke hat laut geläutet, aber uns war das ziemlich egal, weil wir sind dann doch am Abend länger weg und... Ja, dann sonst noch was wichtig war bei der Buchung, oder...?

(00:11:37) *Autorin:* Du hast gesagt relativ spontan, meinst du damit, also ihr seid im Sommer gegangen, also schätze ich Juli August so etwas. Was war's? Juli oder August? Weisst du das zufällig?

(00:11:51) *Interviewpartner 1:* Es war eben. Musste ich nachschauen. Da muss ich jetzt. Ja, es war im August und spontan, also wir haben... Ich weiss es nicht mehr genau, wann ich das gebucht habe, aber ich denke, im Juli. Also ich denke ja. Also für uns war es schon eher spontan, weil der ganze Urlaub war schon eher eine spontane Aktion. Ich glaube, da waren auch die Prüfungen schon vorbei. Also wirklich nicht so, ja. Mitte. Ende Juli. Ja.

(00:12:28) *Autorin:* Okay. Und wie kam es dazu, dass ihr euch für ein Airbnb entschieden habt?

(00:12:37) *Interviewpartner 1:* Ja, eigentlich, weil wir alle in der gesamten Gruppe. Wir haben alle schon sehr gute Erfahrungen mit Airbnb gemacht und für uns kam es auch einfach nicht in Frage, in ein Hotel zu gehen, auch aus Kostengründen. Und wir wollten halt das Mit-einander erleben. Also wir sind noch alles, also es waren glaub eh alle Studenten und in Innsbruck ist man auch gemeinsam in der Wohnung und wir wollten das auch einfach so haben. Eben appartement-mässig. Wir wollten gemeinsam kochen, gemeinsam spielen und das fällt natürlich in einem Hotel, finde ich persönlich sehr weg, weil also kochen kann man, denke ich mal, fast nie oder gar nicht in einem Hotel und gemeinsam spielen, ja, natürlich geht das ja, aber halt immer, ja okay, wo gibt's da einen Aufenthaltsraum? Sind da wieder andere Leute? In einem Zimmer ist vielleicht zu wenig Platz und für uns war da einfach im Vorhinein schon ganz klar, hey, wir gehen einfach in ein Airbnb. Wir möchten gemeinsam kochen, wir möchten gemeinsam den Tag geniessen. Und ja.

(00:13:46) *Autorin:* Also was würdest du sagen? Konkret war so der Hauptgrund, warum ihr ein Airbnb dann gewählt habt schlussendlich.

(00:13:54) *Interviewpartner 1*: Ich würde sagen Kostengründen auf jeden Fall ein grosser Punkt und eben das Gemeinsam sein. Also, dass fünf Personen in einem ja blöd gesagt Raum Platz haben.

(00:14:11) *Autorin*: Und würdest du sagen, hatte die Plattform auch einen Einfluss darauf, dass ihr ein Airbnb gewählt habt?

(00:14:21) *Interviewpartner 1*: Wie meinst du das genau?

(00:14:22) *Autorin*: Also die Plattform Airbnb selber, die Seite. Eventuell die Bedienung, dass die super einfach ging? Oder war das...

(00:14:32) *Interviewpartner 1*: Nein, eigentlich. Also es war wirklich. Also ich kenne jetzt nur Airbnb, um so einen Airbnb oder so zu buchen. Und eigentlich war das wirklich mehr okay Hotel oder Airbnb, sodass man für die ausschlaggebenden Punkte. Und ja, Hotel kam für uns einfach in der Relation nicht in Frage deswegen. Ja, also die Bedienung hatte eigentlich keinen Einfluss.

(00:14:56) *Autorin*: Okay. Dann sprechen wir doch einmal über deine Hotelreise. Kannst du mir da auch einfach wieder ein paar Basisinformationen dazugeben, die vorher bei Airbnb?

(00:15:14) *Interviewpartner 1*: Ja, natürlich. Also ich war da in Holland auch gerade letzten Sommer eben auch wieder... Im September war das. Ja, genau. Das war im Noordwiek so geschrieben wird es N-O-O-R-D und dann WIEK oder so ungefähr. Und das war am Meer und wir wollten da auch eigentlich in ein Airbnb. Und ja, ich bin bisher in Airbnbs meistens nur mit mehreren Personen gegangen und uns war da das Airbnb einfach zu teuer. Also für 2 Personen. Wir haben uns dann ein wenig ausgerechnet und wir haben dann gewusst, okay, im Hotel, wir bekommen ein Frühstück dazu. Wir bekommen eben den Service dazu und für uns zwei war das einfach dort billiger. Wenn wir in ein Hotel gingen und wir waren... Ja, wir waren nicht extrem spät dran, aber doch eher, weil wir lange warteten mit dem Buchen. Und nein, umgekehrt. Da waren wir eigentlich früh dran. Aber beim Airbnb war das wieder mit dem Stornieren relativ schwierig und bei Booking.com, also wir haben hier über Booking.com habe ich gebucht. Dort konnte man halt, ich glaube echt bis zum Vortag noch stornieren. Und das war uns extrem wichtig, weil wir ein weiteres Airbnb eigentlich in Brüssel gebucht hatten ohne Stornierungsgebühren. Also wir haben nichts zurückbekommen und das mussten wir dann einfach auslassen. Das war halt dort schade, aber da war es nur eine Nacht und in Holland sind wir eben 7 Tage geblieben. Und wir wollten da einfach eine Sicherheit haben, dass man, okay entweder es geht oder es geht nicht. Und wir können halt noch ein bisschen so [unverständlich], weil das noch stornieren können.

(00:17:15) *Autorin*: Also wenn ihr mehrere Personen gewesen wärt, dann wäre das auch wieder anders gewesen? Oder denkst du, dass die ihr trotzdem in ein Hotel gegangen wären?

(00:17:25) *Interviewpartner 1*: Also in dieser Lage dort, bin ich mir gar nicht sicher, weil wir da wirklich sieben Tage geblieben sind und ich da... Das war halt je nach Airbnb, weil manche, die bieten das ja an, man kann es noch stornieren, aber man hielt es halt einfach klipp

und klar, okay, nein Stornieren geht nicht mehr. Was gebucht wird das ist gebucht. Und das wäre wahrscheinlich zu riskant gewesen, aber natürlich, ich habe jetzt auch da gar nicht geschaut, wie welche Airbnbs gibt's für mehrere Personen. Wir haben dann nur einmal eine Jugendgruppe irgendwo gesehen und wir haben uns schon gedacht, okay, die sind bestimmt in einem Airbnb. Wahrscheinlich hätten wir dann schon auch ein Airbnb genommen. Aber für die sieben Tage war's uns mit der Stornierung, das war uns extrem wichtig.

(00:18:11) *Autorin*: Also aus Kostengründen und Stornierung.

(00:18:14) *Interviewpartner 1*: Genau. Und das ist eigentlich hauptsächlich dann.

(00:18:18) *Autorin*: Wie kam es dazu, dass ihr euch für ein Hotel entschieden habt?

(00:18:23) *Interviewpartner 1*: Ja, eigentlich das, was ich bisher erwähnt habe. Weil das Airbnb eben nicht in Frage kam. Aus Kostengründen und eben auch aus den Stornier-Gründen. Weil es gab eigentlich richtig schöne, aber es war einfach ja für uns nicht so super für ein paar Tage natürlich. Aber für diese Zeitspanne nicht. Und ja, dann haben wir halt weitergesucht natürlich. Traditioneller, eigentlich ja ein Hotel und... Wir haben dann eigentlich bei der Hotelbuchung selbst, wir haben natürlich auf Bewertungen geschaut. Wir haben darauf geschaut, wir brauchen kein 5-Sterne-Hotel. Ich glaube, es waren ca. drei Sterne, aber das hat uns eigentlich vollkommen ausgereicht. Also wir haben einfach ein Zimmer gebraucht mit einer Dusche, WC und halt das Frühstück war halt dabei. Das war wirklich sehr angenehm. Ja, da haben wir die Bewertungen geschaut und natürlich auf die Lage, die wir uns eigentlich auch sehr wichtig. Da gab's eben. Beim Hotel, das war natürlich nur 2 Minuten vom Strand entfernt. Das war ziemlich angenehm.

(00:19:44) *Autorin*: Jetzt würde ich gerne kurz einen Sprung zurück machen, weil du die Lage erwähnt hast. Wenn du jetzt da an den Gardasee denkst, wie war das dort mit der Lage?

(00:19:55) *Interviewpartner 1*: Ja, dort haben wir ja wirklich mitten in der Stadt gewohnt. Ich glaube, die haben dort gar keine Hotels gehabt. Weil das war wirklich also mitten in der Stadt. Da waren nur so eher Wohnungen und das war für uns natürlich, also wirklich spitze. Also. Das war halt so ein Pluspunkt. Also ich bin auch schon öfters den anderen Airbnbs gewesen, wo halt die Lage jetzt nicht perfekt war. Es ging aber trotzdem, aber wir haben da echt ein Glücksgriff einfach wirklich gerade irgendwie gefunden.

(00:20:35) *Autorin*: Das war halt auch einfach, weil ihr eben die Stadt dann auch erkunden wolltet und wirklich die Stadt für euch wichtig war.

(00:20:44) *Interviewpartner 1*: Ja, genau. Also wir sind zwar mit dem Auto zum Beispiel hingefahren und das war auch sehr wichtig, ein Parkplatz musste immer vorhanden sein. Und wir wollten dann aber natürlich nicht mit dem Auto immer herumfahren. Also uns war wirklich wichtig, dass man überall zu Fuss hin kann. Weil das einfach auch super anstrengend ist. Also wir waren 5 Leute. Passen zwar alle in ein Auto, aber da immer Parkplatz suchen mit dem danach immer ausparken. Und das war für uns einfach, ja, das wollten wir auch gar nicht. Wir

wollten einfach wirklich eine schöne Lage. Die Stadt eben gleich dort und Supermarkt auch gleich in der Nähe. Also in so einer Stadt ist meistens immer alles ganz nah. Das hat für uns wirklich perfekt gepasst.

(00:21:38) *Autorin*: Okay. Gibt es sonst noch etwas, was du als wichtig empfindest? Was jetzt für meine Studie interessant sein könnte, was ich jetzt nicht gefragt habe, was nicht erwähnt wurde?

(00:22:01) *Interviewpartner 1*: Ja, bei der Entscheidung dafür. Für die Airbnbs?

(00:22:07) *Autorin*: Ja.

(00:22:07) *Interviewpartner 1*: Also ich finde immer mal ganz wichtiger wie viele Personen ist man. Dann muss man natürlich abschätzen, wie kommt man zu dem Ort hin. Also braucht man einen Parkplatz, braucht man eine Busverbindung und das Ganze dann die Schlüsselübergabe ist meist auch ganz interessant. Das ist auch immer so ein Knackpunkt. Okay, wo holt man den Schlüssel ab, wo nicht? Bei einem Hotel ist das natürlich sehr angenehm, weil da kann man natürlich zu jederzeit hin. Man bekommt dann gleich vor Ort Hilfe, okay. Zum Beispiel da in Holland, da konnte man zum Ausladen vor dem Hotel parken. Nachher muss man auf einem Parkplatz ein wenig weiter weg stehen. Aber das haben die einem alles erklärt. Und man hat ja auch gleich eine Parkscheibe, damit man dort auch bleiben darf. Für die Woche. Das war natürlich alles sehr angenehm. ... Ich muss gerade überlegen... Mir fällt gerade irgendwie nichts mehr ein.

(00:23:19) *Autorin*: Okay

(00:23:20) *Interviewpartner 1*: Also was ist noch einmal genau, also...

(00:23:23) *Autorin*: Also mich interessier eher das Wahlverhalten.

(00:23:28) *Interviewpartner 1*: Das Wahlverhalten? Ja, ja, eben, also so die Entscheidung. Ja, also eben das mit den Personen, dann das mit dem wie kommt man hin. Dann ja, ich finde auch noch ganz wichtig, okay, möchte man eben selber kochen oder möchte man essen gehen? Weil da könnte ich mir natürlich vorstellen, wenn welche sagen, ja, das Hotel hat super Essen, dann geht man dort essen. Aber wenn man in einem Airbnb, oder halt das kommt dann auch drauf an, zahlt man eben Halbpension oder Vollpension. Oder wir hatten eine Übernachtung mit Frühstück, je nachdem, was möchte man machen, wo möchte man hin? Dann eben das mit dem Stornieren ist natürlich auch immer sehr wichtig bei der Entscheidung. Kann ich stornieren, kann ich nicht stornieren.

(00:24:23) *Autorin*: Ist es auch wichtig, wenn kein Corona ist?

(00:24:26) *Interviewpartner 1*: Ja, das ist natürlich schwierig. Ich denke, in gewisser Weise schon. Also ich habe auch schon öfters einfach etwas gebucht, nur um sicher zu gehen, ich hätte etwas und wollte dann aber noch weitersuchen. Ob ich etwas Besseres finde. Also ich

denke, bis zu einem gewissen Zeitpunkt schon. Ich glaube, es ist jetzt nicht nötig, dass man wirklich bis zum Vortag noch stornieren kann. Da reicht es dann schon, okay, einen Monat davor. Aber ich finde es immer ganz angenehm, gerade wenn viele Plätze schon weg sind, dass man was buchen kann und vielleicht findet man spontan noch irgendetwas anderes. Also wie bei uns. Das war ja wirklich. Da gab's nichts und ein paar Tage später schon. Und wenn wir halt schon etwas gebucht gehabt hätten, dann wäre es angenehm gewesen, wenn wir das dann auch wieder stornieren können und dann das andere buchen.

(00:25:19) *Autorin*: Okay.

(00:25:25) *Interviewpartner 1*: Ich glaube, das habe ich... Ah ja, und was mir noch eingefallen ist. Wir haben da Airbnb eben das war so ein super super Host oder wie das hiess. Also eben sehr gut bewertet. Und das war dann auch sehr ausschlaggebend dafür, dass wir das gebucht haben und ansonsten was natürlich auch immer sehr wichtig ist, sind die Bewertungen. Also die hab ich jetzt irgendwie ganz vergessen. Wir ja, wir haben uns das schon. Also meistens, wenn wir irgendwo gebucht haben. Wir haben dann wirklich sehr darauf geschaut, okay, wie schauen die Fotos auch aus? Ist das sauber? Das war auch immer sehr wichtig. Und dann. Ja, haben wir halt einfach alles durchgeschaut, meistens steht dann ja mit Haustieren, das war uns egal. Waschmaschine ja, auch, weil so lange sind wir nie geblieben, aber wir haben dann auch einfach die Bewertungen überflogen. Also wir haben dann auch geschaut, weil ja, ich studiere ja Wirtschaft und da erfährt man auch viel über die falschen Rezensionen. Und ja, da bin ich meistens sehr vorsichtig, deswegen gehe ich auch sehr auf das, okay, was zählen Freunde, wie fanden die das? Und weniger auf das, was das Internet. Aber wir haben da natürlich immer geschaut, okay, wie ausführlich sind die Rezensionen? Weil da einfach nur 5 Sterne war toll. Okay, gehen wir da nicht hin. Also das war jetzt nicht ausschlaggebend. Eher so die längeren Rezensionen, weil wir dann selber, auch wenn wir in einem Airbnb waren, wir haben dann auch eine Bewertung geschrieben, einfach, wenn es uns sehr gut gefallen hat, weil wir einfach dachten, hey, das sollen andere Leute auch hingehen, das war ein tolles Airbnb und die Vermieter haben sich wirklich sehr viel Mühe gegeben. Und dann schauen wir natürlich auch, okay, ist das wirklich so sauber? Was gibt es? Und das ist natürlich längere Rezensionen immer sehr hilfreich. Und beim Hotel läuft es eigentlich auch ähnlich ab. Also ich bin da zwar meistens sogar eher, da denke ich mir eher ein Airbnb da die Bewertungen sind eher real als bei einem Hotel. Ich weiss gar nicht warum, aber das ist einfach so meine Intuition. Und bei dem Hotel da schauen wir natürlich. Da hat es auch ganz viele falsche. Also wir haben da echt Sachen gelesen, auch bei dem Hotel in Holland, wo wir uns halt echt so dachten ja, halt, wer kommt da überhaupt auf so eine Idee? Und ja, uns war das dann entweder egal oder es war halt gar nicht vorhanden. Und da ist dann schon echt schwierig, okay, was stimmt jetzt und was stimmt nicht? Aber man muss sich da einfach vieles durchlesen und dann so irgendwo in der Mitte, so der Durchschnitt, der wird dann ungefähr stimmen. Und unser Hotel hatte z.B. gar nicht so die super Bewertungen, aber es hat da einfach eine tolle Lage. Wir haben. Wir haben uns das dann auch angeschaut und als wir dort vor Ort waren, das war auch sehr familiär. Also super nettes Personal.

(00:28:42) *Autorin*: Okay, dann noch ganz kurz eine abschliessende Frage, welche ich nicht gefragt habe zum Buchungsverhalten. Generell. Wie buchst du Reisen? Meistens online oder über ein Reisebüro?

(00:28:59) *Interviewpartner 1*: Eigentlich immer nur online. Also das Reisebüro ist vielleicht auch in meiner Generation nicht mehr so üblich irgendwie. Also ich kann mich gar nicht erinnern, dass ich jemals, also ich habe glaube wirklich noch nie eine Reise über das Reisebüro gebucht. Ausgenommen mit der Klasse damals. Aber das habe ich damals nicht gebucht. Das waren andere. Ja.

(00:29:27) *Autorin*: Okay. Hast du sonst noch irgendwelche Fragen zur Studie, welche gerade während dem Gespräch aufgekommen sind?

(00:29:37) *Interviewpartner 1*: Nein, fällt mir eigentlich nichts ein. Nein.

(00:29:40) *Autorin*: Super. Dann bedanke ich mich bei dir für deine Bereitschaft, mit mir über deine Erfahrungen zu sprechen. Vielen Dank!

(00:29:48) *Autorin*: Natürlich. Gern geschehen.

NACHTRAG ZUM INTERVIEW:

Da die Autorin während des Interviews eine wichtige Frage vergessen hat, wurde der Befragte im Nachgang gebeten diese zu beantworten. Die befragte Person wurde etwa einen Tag nach dem Interview um ein kurzes Statement gebeten zur Aussage „[...] und wir wollten da auch eigentlich in ein Airbnb.“. Die Frage, welche die Autorin diesbezüglich noch stellte war:

„Wie kam es dazu, dass ihr im Vorhinein schon gesagt habt, dass ihr in ein Airbnb möchtet?“

(00:15:24)

Statement Interviewpartner 1:

„Das mit dem Airbnb war eigentlich so, weil wir in Brüssel schon ein Airbnb genommen haben und wir beide schon gute Erfahrungen mit einem Airbnb gemacht haben. Wir waren schon zusammen in Amerika und jetzt wollten wir auch gemeinsam kochen, halt weisst du, eine Küche haben und im Hotel haben wir gewusst, dass wir zweimal Essen gehen müssen. Oder eben einmal Essen gehen und einmal können wir nur ein Brot essen. Und darum haben wir zuerst für ein Airbnb geschaut. Wir wollten eine Ruhe haben. Es gehen keine Leute ein und aus. Du hast dein Appartement an einem schönen Ort. Wir wussten, dass normalerweise Airbnb fast billiger ist, als ein Hotel und deshalb wollten wir eigentlich in ein Airbnb gehen, auch aus dem Grund, weil da eine Küche dabei ist und man sich da selbst etwas Richtiges zu Essen machen kann. Man ist selbstständig. Es ist was feines einfach zusammen in einem Appartement zusammen zu wohnen. Den Luxus mit Handtücher waschen oder Zimmerservice brauchen wir einfach nicht. Gerade in unserem Alter ist es unnötig, dass da jemand kommt und das Zimmer aufräumt. Das schaffen wir selbst auch noch ganz gut. Wir haben gesagt, dass wir einfach nur einen Platz zum Schlafen brauchen und bei Airbnb wäre dann halt sogar noch eine Küche dabei gewesen. Aber leider waren die Airbnbs doch relativ teuer und dann musste man noch Essen gehen und kaufen. Ein Hotel mit Vollpension wäre nie in Frage ge-

kommen, weil wir einfach flexibel sein wollten. Und dann haben wir das tolle Hotel gefunden, bei welchem das Frühstück inkludiert war und bevor wir in ein teureres Airbnb gehen und noch das Essen zahlen müssen, gehen wir doch in ein Hotel. Es war kein Luxushotel, aber gut genug zum Schlafen. Also der Grund war einfach, das ganze Know-How über Airbnb, welches wir schon vor der Buchung hatten.“

Interviewpartner 2

Datum: 31.03.2021

Zeit: 16:05

(00:00:00) *Autorin:* Vielen Dank, dass du bei meiner Umfrage teilnimmst und zu Beginn würde ich mir wünschen, dass du mir einfach kurz etwas über dich erzählst.

(00:00:10) *Interviewpartner 2:* Okay, also mich vorstellen?

(00:00:13) *Autorin:* Ja, genau, okay.

(00:00:14) *Interviewpartner 2:* Mein Name ist X. Ich komme ursprünglich aus Bern, habe aber in den letzten Jahren in Sankt Gallen gewohnt, wegen meinem Studium. Momentan studiere ich im Master Marketing Management. Ich bin 25 Jahre alt und das letzte Mal in einem Airbnb war ich im Oktober letztes Jahr also 2020.

(00:00:42) *Autorin:* Okay. Vielen Dank. Und dann sprechen wir kurz über deinen Reiseverhalten. Also du hast in der Kurzumfrage angegeben, dass du vor der Pandemie jetzt etwa drei Mal pro Jahr in den letzten vier Jahren vor der Pandemie gereist bist. Ja, wohin ging es damals? Wie lange bist du dort immer geblieben? Also eher kleinere Reisen? Längere Reisen? Städtereisen?

(00:01:09) *Interviewpartner 2:* Also wir gehen in jedem Jahr eine Woche in die Skiferien im Winter, im Februar gehen wir jedes Jahr in die gleiche Ferienwohnung auf der Bettmeralp. Genau. Und dann normalerweise mach ich im Sommer eine längere oder längere Ferien ungefähr zwei Wochen. Am liebsten am Strand. [unverständlich] irgendwo an der Wärme und das variiert auch. Also dort sind wir nicht immer am gleichen Ort und auch mit wem ich gehe, hat variiert. Und oftmals war ich entweder noch im Frühling oder im Herbst auf einem Städtetrip.

(00:01:54) *Autorin:* In die Skiferien, gehst du einfach immer mit deiner Familie?

(00:02:00) *Interviewpartner 2:* Ja genau.

(00:02:01) *Autorin:* Okay, und dort auch in etwa gleich lange? Eine Woche oder so etwas?

(00:02:02) *Interviewpartner 2:* Ja, Skiferien ist immer eine Woche.

(00:02:07) *Autorin:* Wie würdest du dich selber so als Reisetyp beschreiben? Bist du eher durchstrukturiert oder so ein spontaner Abenteurer? Wie sehen so deine Reisen aus?

(00:02:17) *Interviewpartner 2:* Bei mir kommt es eher darauf an, mit wem ich gehe. Ich habe auch eine Kollegin, mit der ich mehrere Reisen gemacht habe und sie ist super organisiert. Dann ist es immer so, dass sie alles organisiert und ich komme einfach mit mehr oder weniger und mit anderen Kolleginnen oder Freunde oder so war es mehr ausgeglichen oder dass ich vielleicht auch mal organisiert habe, aber ich bin meistens nicht die, die bevor man geht, jede

Sehenswürdigkeit plant vielleicht mehr die Reise hin und das Hotel und dann schaue ich mal meistens vor Ort, was man machen kann.

(00:02:58) *Autorin*: Und wie sieht so der Planungsprozesse aus? Also suchst du dort auch Informationen oder ist es schon eher so, also du hast ja gesagt, dass du eher dann vor Ort die Sehenswürdigkeiten schaust. Aber würde es bei dir beispielsweise auch vorkommen, dass du irgendwo hinreist und dann spontan irgendwo ein Hotel, ein Hostel suchst oder eher nicht?

(00:03:27) *Interviewpartner 2*: Ich glaube also, ich habe oder hab ich da, nein, ich glaube, ich hatte bisher jetzt auf jeder Reise, war immer jede Unterkunft geplant, genau im Vorhinein.

(00:03:37) *Autorin*: Okay. Und wenn du dich da ein wenig informierst eben über Unterkunft oder auch Orte, die man besuchen kann. Wie informierst du dich dort? Über welche Quellen?

(00:03:49) *Interviewpartner 2*: Also meistens habe ich oder haben wir eine Destination schon im Kopf oder eine Idee und dann wird die Unterkunft dann oftmals dann über Booking, also es kommt drauf an mit wem ich gehe. Wenn mir wirklich Hotelferien, dann meistens schon über Booking, wenn wir eine vielleicht grössere Freundesgruppe sind dann Airbnb. Genau.

(00:04:14) *Autorin*: Okay. Aber dann schaust du da hauptsächlich übers Internet oder Freunde. Also Mund zu Mund Propaganda oder...

(00:04:25) *Interviewpartner 2*: Meist Internet und auch nicht auf dem Handy so wirklich am Laptop.

(00:04:31) *Autorin*: Okay. Und was würdest du sagen? Wieso reist du?

(00:04:36) *Interviewpartner 2*: Wieso? Zum wirklich neue Kulturen sehen auch etwas eine Auszeit von Zuhause sein. Kulissenwechseln auf eine Art, Zeit mit Freunden, Familie, Bekannte verbringen. Und ja, auch [unverständlich] Manchmal kennt man z.B. den Eiffelturm, den mal in Wirklichkeit zu sehen. Und genau.

(00:05:04) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun über dein Buchungsverhalten. Wie buchst du die meisten Reisen? Wie läuft das bei dir?

(00:05:16) *Interviewpartner 2*: Also meistens beginne ich glaub ich mit der Anreise. Dass ich schaue, an welchen Tagen es vielleicht gute Flüge gibt oder ein Zugverbindung. Und danach kümmere ich mich erst um die Unterkunft und dann meistens, wenn ich die Reise schon gebucht habe und ja meistens gehe ich wirklich dann direkt auf Booking.com und schaue, welche Unterkunft eine gute Bewertung hat, was ich auch noch gerne habe, wenn man es wieder stornieren kann, das ist ja bei Booking.com auch viel der Fall. Genau. Und ja.

(00:05:56) *Autorin*: Genau. Und dann findet das alles eigentlich meistens online statt oder gehst du da auch mal in ein Reisebüro?

(00:06:04) *Interviewpartner 2*: Nein, ich war in den letzten Jahren, das war während dem Bachelor war ich mit einer Kollegin auf Hawaii in den Ferien und dort sind wir in ein Reisebüro gegangen, aber eher wegen dem Flug, weil wir haben nur irgendwie, alle Flüge waren über 2000 und wir unser Limit war 2000 und dann sind wir wirklich mit dieser Angabe ins Reisebüro gegangen und sie hat uns dann einen Flug gefunden, wo auch die Zeiten passen. Genau dann haben wir über das Reisebüro dann auch gerade Mietautos gemietet. Aber die Unterkunft haben wir alleine gemietet.

(00:06:38) *Autorin*: Okay. Und du hast jetzt gesagt, hauptsächlich Plattformen wie Booking. Wieso Booking? Also rein eben wegen dem Stornieren, wie du gesagt hast, oder gibt's da noch andere Gründe?

(00:06:51) *Interviewpartner 2*: Ja. Ich finde es auch relativ simpel. Also man weiss mittlerweile, wie die Plattform funktioniert, sie ist einfach aufgebaut. Man sieht direkt auf der Startseite, ob z.B. das Frühstück inbegriffen ist. Und genau. Und ja, ja und es hat sehr ein grosses Angebot. Also ich glaube man findet für jeden Ort mehrere Hotels. Also ich habe mir noch nie alle Angebote angeschaut, weil es einfach so viele hat.

(00:07:26) *Autorin*: Und wenn du jetzt Booking.com mit Airbnb vergleichen würdest, also mit der Plattform, welche findest du da besser oder was sind die Vor- und Nachteile, die du da sehen würdest?

(00:07:38) *Interviewpartner 2*: Ja, also visuell gefällt sicher Airbnb besser, weil es etwas, weiss nicht... Ja, ich finde Booking.com ist schon etwas überladen, weil es auch immer noch da diese Messages immer wieder kommen, so nur noch 5 Zimmer verfügbar und dann ist irgendwie rot. Das Angebot wurde zuletzt vor irgendwie 5 Minuten gebucht. und das sind wirklich etwas, sie bauen etwas Druck auf, finde ich, manchmal bei der Entscheidung und das ist bei Airbnb weniger. Ja, aber irgendwie denke ich, lege ich viel mehr Wert auch auf die Bewertung vom Gastgeber. Also ich finde dort ist es noch wichtiger, dass man so dem Gastgeber auch vertraut. Also bei Booking.com ist es vielleicht mehr auch die Lage etwas von der Unterkunft. Genau.

(00:08:27) *Autorin*: Okay und so grundlegend, an was denkst du, wenn du Airbnb hörst?

(00:08:34) *Interviewpartner 2*: Eigentlich wirklich so Appartementwohnungen, die von Privaten vermietet werden. Und genau ja.

(00:08:44) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir doch über deine Reise, in welcher du in einem Airbnb in einer europäischen Stadt genächtigt hast... eine Sekunde... Okay. Sorry, kannst du mir ein paar grundlegende Daten dazu geben? Als wann warst du dort, mit wem, wo war das und ja?

(00:09:13) *Interviewpartner 2*: Ja, also ich nehme meine letzte Reise. Das war, weil es am nächsten war und ich deshalb die besten Erinnerungen noch habe. Das war Anfang Oktober 2020 in Düsseldorf. Ich war dort für mein Praktikum beim Handelsblatt. Das ging drei Wochen. Aber ich habe die Unterkunft nur mal eine Woche gemietet und dachte, weil eh durch

Corona hat es nicht so viele Leute und ich dachte, okay, wenn es mir gefällt, kann ich dann verlängern. Und ja, ich habe die Unterkunft auch gebucht, weil die Vermieterin auch in der Wohnung war und ich dachte, okay, wegen Corona und ich eh niemand in der Stadt kenne, ist das vielleicht noch gut. Und sie hatte zwei Katzen. Das war noch ein Grund. Und sie war sehr nahe vom Handelsblatt. Genau. Die Bewertungen waren gut. Das waren nicht allzu viele, aber die haben sehr gut geklungen. Und ja. Und dann hat es auch alles sehr gut geklappt. Eigentlich mit Kontakt und auch Ankommen, auch die Vermieterin war sehr nett. Die Wohnung war auch schön und alles. Also es war eigentlich wirklich sehr schön. Das Einzige, was mich etwas gestört hat sie hatte wie ihr Schlafzimmer vermietet und sie hat dann im Wohnzimmer auf dem Sofa übernachtet. Und das stand halt nirgends auf Airbnb und ich fand es so wie etwas komisch, dass ich sozusagen ihr privates Zimmer übernommen habe und sie ist jetzt auf diesem kleinen Sofa am Übernachten. Und deshalb, ich weiss es nicht, aber ich denke sie musste ja auch in ihr Schlafzimmer immer wieder gehen, um ihre Kleider oder so zu holen. Also ich habe das nie gesehen, weil ich ja auch immer den ganzen Tag bei der Arbeit war. Aber ich denke, es ging nur so. Genau, und deshalb und auch am Morgen, als ich arbeiten musste die Küche hatte keine Türe und sie hat halt immer noch geschlafen am Morgen und deshalb konnte ich nicht gut in der Küche etwas machen. Und auch am Abend war meistens die Küche durch sie belegt. Und das war auch ein Grund, weshalb ich das Airbnb gemietet habe, dass ich eine Küche hätte für drei Wochen und nicht immer halt auswärts kochen müsste. Und ja, und deshalb hab ich dann nach der Woche hab ich ein paar Hotels angeschrieben, ob sie mir ein gutes Angebot für ein Langzeitaufenthalt machen. Und da, ja, und das war dann auch nicht viel teurer als das Airbnb halt ohne Küche dafür war das Frühstück inbegriffen. Und ich hatte etwas mehr Privatsphäre und nicht so sie wie ausquartiert. Obwohl sie waren wirklich eigentlich sehr nett. Ich hatte auch mal, durfte auch mal mit ihr mit und mit den Nachbarn so zum Wein und Apéro trinken. Die Katzen waren sehr süß aber ja.

(00:12:11) *Autorin*: Also, wenn ich dich jetzt Frage, wie kam es dazu, dass du dich eben für ein Airbnb entschieden hast? Ja, dem würdest du eben sagen hauptsächlich Küche. Oder was würdest du sagen?

(00:12:24) *Interviewpartner 2*: Ja, es ist eine Küche. Und weil wirklich dann bei dem Trip ich alleine gereist war, schon, dass es noch eine Mitbewohnerin hat und die Katzenbilder und die Lage auch. Also ich konnte zu Fuss zum Handelsblatt gehen

(00:12:38) *Autorin*: Okay, hat Preis auch eine Rolle gespielt? Oder war das...

(00:12:42) *Interviewpartner 2*: Ja eigentlich, doch das war auch auf das habe ich schon auch geachtet genau. Aber mir ist auch aufgefallen, dass ich weiss nicht, ob es immer so ist oder einfach während Corona, dass manchmal ein Hotel, fast billiger als eine Airbnb Wohnung war. Halt auch weil das Zimmer kleiner war, ja.

(00:13:00) *Autorin*: Okay, das wusste ich gar nicht. Hatte die Plattformen selbst, also Airbnb selbst auch einen Einfluss? Also jetzt beispielsweise, eben weil die Bedienung so übersichtlich war oder nicht wirklich.

(00:13:16) *Interviewpartner 2*: Also ich kannte die Plattform bereits und... Ich wusste, dass man eigentlich fast immer gute Erfahrungen macht oder auf jeden Fall ich habe auch von mir und von meinem Freundeskreis auch von niemanden gehört, dass irgendetwas unseriös wäre oder irgendwie dreckig, das finde ich jetzt mit Corona schon auch noch wichtig, dass auch alles etwas gut gereinigt ist und ja. Aber ja, die Plattform war gut im Buchen, weil mit der Karte, ich konnte dann direkt schauen, okay, da ist das Handelsblatt und dann zuerst nur die alle Airbnbs in der Nähe anschauen und so hab ich das auch gefunden.

(00:14:08) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir kurz über deine Reise, wo du in einem Hotel in einer europäischen Stadt genächtigt hast. Also einfach wieder kurz mit wem warst du? Wo war das und wann war das?

(00:14:23) *Interviewpartner 2*: Hotel oder Hostel?

(00:14:30) *Autorin*: Hotel.

(00:14:31) *Interviewpartner 2*: Okay, ja, so mache ich wie auch das in Düsseldorf direkt. Das war dann in Düsseldorf für zwei Wochen. Ich war mehrheitlich alleine, hatte aber am Wochenende Besuch von Kolleginnen und meiner Familie einmal, genau.

(00:14:45) *Autorin*: Und wie kam es dazu, dass du dich für ein Hotel dann entschieden hast?

(00:14:52) *Interviewpartner 2*: Das war dann auch die mehr Privatsphäre sozusagen. Und da war wirklich auch der Preis. Also ich fand dann die anderen Airbnbs, die ich gut fand, waren nicht billiger als das Hotel und dann bei dem Hotel war wirklich auch das Frühstück inbegriffen. Und genau. Und man weiss vielleicht etwas mehr, was einen erwartet. Ich hatte dann auch nicht mehr Lust, noch einmal zu wechseln und mein ganzes Gepäck nochmal durch die Stadt sozusagen zu schleppen und ja.

(00:15:32) *Autorin*: Okay. Genau. Gibt es noch irgendetwas, was du als wichtig empfindest, was ich jetzt nicht gefragt habe, was du noch gerne anmerken würdest?

(00:15:50) *Interviewpartner 2*: Beim. Nein. Ja. Nein, ich denke, was beim Hotel auch ein Vorteil ist, dass man halt trotzdem die Rezeption auch noch immer hat und mit ihnen auch sprechen kann. Also. Und ja, fragen kann und man hat deshalb trotzdem auch man ist wie nicht trotzdem nicht, dass man komplett alleine in eine Wohnung alleine geht in einer fremden Stadt. Es sind trotzdem irgendwie wie immer Leute da. Und ich glaube, das hat also für mich auch noch einen Vorteil, wenn ich in eine Stadt bin, wo ich niemand kennen und vielleicht auch die Geg[en]d ja nicht weiss, wie das Viertel ist und dann kommt man nicht so direkt an einen dunklen Ort am Abend. Ja, das Frühstück/Buffer finde ich auch gut.

(00:16:40) *Autorin*: Genau. Sonst noch irgendetwas generell zu Airbnb oder auch ja, was du anmerken würdest? Falls dir noch was einfällt.

(00:16:57) *Interviewpartner 2*: Nein, ich glaube, allgemein würde ich sagen, dass man bei Airbnb ein grösserer Überraschungseffekt manchmal hat. Aber ich finde vor allem, wenn man

mit irgendwie vier Kollegen und noch mehr reist, dann ist es auch cool, weil man alle zusammen kochen kann und wird in Sachen sich nicht auf mehrere Hotelzimmer aufteilen muss.

(00:17:16) *Autorin*: Okay. Weil du das gerade gesagt hast, wenn ihr jetzt zu zweit reisen würdet, also du und eine Kollegin, wäre dann auch eher Airbnb eine Möglichkeit oder würdet ihr dann auch eher ein Hotel nehmen, da man da ja eh zu zweit in einem Zimmer ist?

(00:17:37) *Interviewpartner 2*: In der Vergangenheit haben wir meistens beides angeschaut. Auch und... was vielleicht noch eine spannende also was ich noch eine spannende Plattform fand, war Voyage Prive. Und dann hat man ja immer die 4 oder 5 Sterne Hotels. Wie so gute. Da waren wir einmal ich war mit vier Kollegen von der HSG dort und dann hatten wir wirklich in Berlin ein sehr gutes Angebot von einem 4 Sterne Hotel und es gab Macarons zum Frühstück und irgendwie Champagner. Genau das. Aber dort mit Kollegen [unverständlich]

(00:18:13) *Autorin*: Das war jetzt gerade ein bisschen leise, das letzte nach «Mit Kollegen schaue ich...».

(00:18:19) *Interviewpartner 2*: Meistens alles an. Also mehrere Plattformen. Und dann schaue ich, schicken wir das auch hin und her, was wer möchte.

(00:18:33) *Autorin*: Perfekt. Hast du sonst noch Fragen zur Studie?

(00:18:38) *Interviewpartner 2*: Nein, ich glaub ist gut.

(00:18:41) *Autorin*: Dann bedanke ich mich bei dir für deine Bereitschaft, mit mir über deine Erfahrungen zu sprechen. Vielen Dank.

Interviewpartner 3

Datum: 01.04.2021

Uhrzeit: 08:00

(00:00:00) *Autorin*: Erzähl mir bitte etwas über dich.

(00:00:03) *Interviewpartner 3*: Ich über mich. Ich bin 23 Jahre alt. Ich zähle immer noch als Studentin, als Economics Management Studentinnen und ich wohne in Zagreb und ich reise gerne. Auch wenn die finanziellen Mittel manchmal dafür nicht reichen. Dann überstrapaziere ich gerne mal mein Konto. Aber ich bereise gerne fremde Länder, aber auch mein eigenes Land und bin ein Standard-Millennial.

(00:00:39) *Autorin*: Okay, du hast in der Kurzumfrage gesagt, dass du etwa dreimal pro Jahr in den letzten vier Jahren vor der Pandemie gereist bist. Wohin ging es damals? Wie lang bist meistens dort geblieben? Also waren das eher kleinere Reisen oder längere Reisen in ein fernes Land.

(00:00:59) *Interviewpartner 3*: Das waren eher kürzere Reisen, also drei bis vier Tage in Österreich, Slowenien und Kroatien.

(00:01:11) *Autorin*: Okay, wenn du jetzt so darüber nachdenkst als welchen Reisetyp, würdest du dich beschreiben eher als durchstrukturiert oder würdest du sagen, du bist sehr spontan?

(00:01:23) *Interviewpartner 3*: Ich bin 0 durchstrukturiert. Ich bin sehr spontan. Ich buche nur meine Unterkunft. Manchmal nicht mal das.

(00:01:34) *Autorin*: Okay, also wie sieht dein Planungsprozess vor der Reise aus?

(00:01:43) *Interviewpartner 3*: Meistens gehe ich nicht alleine reisen, sondern mit einer Person. Und dann schauen wir uns meistens schöne Locations an, was wir gerne anschauen würden. Ob es vielleicht eben in der Nähe ein Konzert gibt oder so irgendwas. Das man halt das total ausnützt, wenn man schon einmal dort ist oder eben ein Fussballmatch oder so kommt drauf mit wem ich gehe. Und dann... buchen wir auch meistens schon das Transportmittel, wenn es nicht mit dem Auto hingehet und auch die Unterkunft. Aber mehr machen wir dann auch nicht. Wir haben nur ungefähr einen groben Plan. Was gibt es an der Destination. Das kann man so machen. Was kann man tun. Wo kann man essen. Aber genau planen tun wir nichts.

(00:02:33) *Autorin*: Und über welche Quelle holst du dir die gesamten Informationen?

(00:02:40) *Interviewpartner 3*: Instagram. Also meistens über Instagram. Manchmal auch, das hab ich auch schon gemacht, dass ich über YouTube irgendwas angeschaut habe. Irgendwelche Blogs, von irgendwelchen anderen Menschen, die schon mal dort waren. Und Google natürlich, aber schon hauptsächlich Instagram, also ich schaue, was andere Leute da gemacht haben und dann schau ich, was mir gefällt.

(00:03:06) *Autorin*: Also hauptsächlich online?

(00:03:07) *Interviewpartner 3*: Ja.

(00:03:11) *Autorin*: Okay, und wieso reist du?

(00:03:19) *Interviewpartner 3*: Weil es Spass macht, wo zu sein... So in einer Umgebung zu sein, die man nicht kennt. Einfach aus der, aus dem Alltag rauszukommen.

(00:03:31) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun noch kurz über deinen Buchungsverhalten. Über welchen Weg buchst du meistens deine Reisen?

(00:03:42) *Interviewpartner 3*: Also Unterkunft buche ich meistens über Airbnb, fast ausschliesslich sogar.

(00:03:52) *Autorin*: Okay.. Was findest du, sind die Vorteile daran?

(00:04:01) *Interviewpartner 3*: Allgemeinen beim Airbnb bei der Airbnb Website, oder...

(00:04:05) *Autorin*: Ja, genau.

(00:04:07) *Interviewpartner 3*: Beim Buchungsprozess. Also ich finde den Buchungsprozess bei Airbnb sehr intuitiv. Ich mag, dass es, glaube ich, mit meinem Google-Konto verbunden ist und ich mich nicht täusche. Voll der random fact. Und ich finde die Vorschläge auch super. Also die Kategorien, die Airbnb hat, das finde ich super. Und was noch? Natürlich die Kundenrezensionen auch und dass es sehr übersichtlich ist. Und, ja, also z.B. im Vergleich zu Booking.com hab ich nicht das Gefühl, dass mich die Website so stresst. Und ich hab das Gefühl, dass die Preise irgendwie ehrlicher sind oder fix fixierter auf irgendeine Art. Also weiss nicht, ob das der Fall ist. Aber so wirkt es zumindest. Was gefällt mir noch bei Airbnb? Die App.. Bis gestern hatte ich sie noch.

(00:05:23) *Autorin*: Okay. Aber dann findet das alles eigentlich auch online statt und nicht über ein Reisebüro.

(00:05:29) *Interviewpartner 3*: Nein, nie.

(00:05:33) *Autorin*: Okay, passt. Dann sprechen wir nun über deine Reise mit Airbnb in einer europäischen Stadt. Wo bist du da hingegangen?

(00:05:43) *Interviewpartner 3*: Jetzt muss ich eine auswählen. Nehmen wir z.B. letzten Sommer Split.

(00:05:52) *Autorin*: Und mit wem warst du dort?

(00:05:54) *Interviewpartner 3*: Mit einer Freundin.

(00:05:59) *Autorin*: Okay. Und wie kam es dazu, dass ihr euch für einen Airbnb entschieden habt?

(00:06:06) *Interviewpartner 3*: Wir haben einen spontanen Trip entlang der Küste gemacht und irgendwie fanden wir es am leichtesten, unsere Unterkunft immer über Airbnb zu buchen. Einfach am Vortag oder am Tag der Anreise sogar, weil wir wussten, dass über Airbnb die Leute meistens am gleichen Tag antworten und wir dann nicht irgendwie länger warten müssen auf eine Antwort. Und wir wollten auch irgendwie unsere Privatsphäre haben. Also du musst, wir wollten nicht in ein Hotel gehen. Wir wollten einfach nun ein Appartement irgendwo.

(00:06:47) *Autorin*: Okay. Und. Genau hatte die Plattform selbst da auch einen Einfluss darauf, dass ihr Airbnb gewählt habt?

(00:07:00) *Interviewpartner 3*: Ja, wie gesagt, eben die Kundenrezensionen haben eine grosse Rolle gespielt, weil uns war das zum Beispiel wichtig, dass es sauber ist und dass man eben flexibel sein kann, auch mit dem Auschecken. Das wir z.B. den Koffer am Tag danach immer noch irgendwo abstellen können oder so und eben auch, dass die Leute schnell antworten, weil ich glaube, das steht meistens auch da, wie schnell der Host antwortet. Also allgemein es ist einfach mega übersichtlich. Finde ich. Da hatten wir irgendwie nicht schwer, uns für eine Unterkunft zu entscheiden.

(00:07:42) *Autorin*: Okay. Und du hast vorher eben gesagt, dass du eigentlich Unterkünfte immer auf Airbnb buchst. Hat es eigentlich eben damit zu tun? Ja, kannst du nochmal kurz sagen, mit was das zu tun hat?

(00:07:59) *Interviewpartner 3*: Eben mit der Übersichtlichkeit der Plattform, in dem strahlt irgendein Vertrauen aus im Gegensatz zu Booking.com. Also meine Eltern buchen immer über Booking, weil sie das Gefühl haben, es sei seriöser. Also in ihrem Kopf ist immer noch das Airbnb ja für private Unterkünfte. Aber ich habe die Erfahrung gemacht, dass.. Ja, dass die Hosts meistens sehr seriös sind. Also und in manchen Situationen sieht man ja nicht mal den Host, weil die so Key Boxes haben. Also so persönlich, so privat ist es nicht. Also habe ich das Gefühl, dass ich hier in Split z.B. in einem Privatapartment war, das war einfach nur ein Hotel Appartement quasi. Und da haben wir halt für paar Nächte gewohnt, aber ich hatte nicht das Gefühl, dass es... Dass ich in die persönliche Wohnung von jemandem komme. Das habe ich so gesagt, weil meine Eltern das so wahrnehmen.

(00:09:03) *Autorin*: Und du hast vorher noch gesagt, ihr wolltet eben nicht in ein Hotel gehen, weil ihr einfach eben Privatsphäre haben wolltet. Was meinst du damit?

(00:09:16) *Interviewpartner 3*: Wir hatten das Gefühl, dass wir flexibel sein wollten und z.B. das ganze Zeug, das mit einem Hotel dazu kommt, das Frühstück und so weiter, für das wollten wir nicht extra zahlen. Also. Weil wir auch die Stadt schon kannten und da hatten wir nicht das Gefühl, dass wir diesen Komfort brauchten, also... Wir haben eh den meisten Tag

draussen verbracht. Und da wollten wir nicht extra mehr für ein Hotelzimmer zahlen. Ja, wenn wir eh nur da schlafen.

(00:09:57) *Autorin*: Dann sprechen wir nun über deine Hotelreise. Wo warst du damals?

(00:10:02) *Interviewpartner 3*: In Wien.

(00:10:05) *Autorin*: Wann war das?

(00:10:08) *Interviewpartner 3*: Ich glaube vor der Pandemie im Oktober oder so.

(00:10:15) *Autorin*: Also Oktober 2019. Und mit wem warst du dort?

(00:10:21) *Interviewpartner 3*: Ebenfalls mit der Freundin.

(00:10:26) *Autorin*: Und wie kam es dazu, dass ihr euch für ein Hotel entschieden habt?

(00:10:33) *Interviewpartner 3*: Das war die Buchungspaket. Also es war... Es gibt in, in Kroatien immer so Angebote. Busreise plus Hotel und das war eben eins von denen. Also war nur so ein billiges Reiseangebot.

(00:10:54) *Autorin*: Okay, dann könnte man aber sagen, dass, ja, Airbnb ein Thema gewesen wäre, wenn es keine Busreise gewesen wäre, also wenn es kein Paket gewesen wäre?

(00:11:06) *Interviewpartner 3*: Genau.

(00:11:15) *Autorin*: Okay, gibt es sonst noch irgendetwas Wichtiges? Also was du als wichtig empfindest und ich noch nicht gefragt habe?

(00:11:20) *Interviewpartner 3*: Nein, ich glaube nicht... Ich glaube, das Video steckt... die Verbindung ist gerade sehr schlecht.

(00:11:49) *Autorin*: Okay.

(00:11:50) *Interviewpartner 3*: Sorry, also das Bild ist war vorher ganz verzerrt gerade.

(00:12:01) *Autorin*: Okay, ja. Dann fällt dir da nichts mehr ein, was du erwähnen würdest.

(00:12:09) *Interviewpartner 3*: Also mit Airbnb hatte ich noch keine schlechten Erfahrungen, glaube ich. Und die Preise waren auch immer ganz okay. Ich fand sie immer sehr fair und... Ich hatte aber auch paarmal die Erfahrung, dass Privatleute uns nach der nach dem Aufenthalt ihre persönliche private Telefonnummer gegeben haben, damit wir nächstes Mal bei ihnen persönlich anrufen und nicht durch die Webseite buchen. Also weiss ich nicht, ob Preise für die Hosts... extrem niedrig sind oder nicht. Ich weiss nicht, wie viel Aufschlag sie zahlen müssen, um ihr Service doch Airbnb anbieten zu können. Aber für mich als Verbraucher wirken sie sehr fair und es gibt fast in allen Preisklassen.

(00:13:09) *Autorin*: Das stimmt. Hast du sonst noch Fragen zur Studie oder ähnlichem?

(00:13:15) *Interviewpartner 3*: Nein.

(00:13:17) *Autorin*: Passt. Dann sage ich vielen Dank für deine Bereitschaft, an dem Interview teilzunehmen und deine Erfahrungen mit mir zu teilen.

(00:13:27) *Interviewpartner 3*: Gerne.

NACHTRAG

Die Autorin hat zwei Tage nach dem Interview das Gespräch transkribiert und dabei viel auf, dass eine interessante Frage zum Thema «Standard Millennial» (00:00:37) nicht gestellt wurde. Diese wäre: «Was ist für dich ein Standard Millennial?» Diese Frage wurde anschliessend via Whatsapp Sprachnachricht beantwortet.

«Ich finde, dass man schon sagen kann, dass Millennials allgemein schon gerne reisen. Bzw. habe ich das Gefühl, dass für sie die Work-Life-Balance wichtiger ist, als für die Generation davor und dass sie auch gerne einmal das Leben geniessen und sich etwas gönnen. Ich finde auch, dass sie aufgeschlossener sind gegenüber anderen Kulturen.»

Interviewpartner 4

Datum: 02.04.2021

Uhrzeit: 14:00

(00:00:01) *Autorin:* Gut, dann erzähl mir bitte etwas über dich.

(00:00:06) *Interviewpartner 4:* Mein Name ist X. Ich bin sehr viel am Reisen. Bin begeisterter eigentlich Traveler, wenn man so sagt. Bin eigentlich auch sehr sportlich und das kann man gut mit Reisen verbinden, denke ich, man kann sowohl für Sportveranstaltungen reisen. Man kann zum Sport machen selber reisen, also wenn man Strandsport mag, beispielsweise Volleyballspielen und ich denke, dass jetzt mit Bezug auf Reisen oder nehme ich an... Und ja, ich habe auch sehr, sehr viele Kollegen, die die Reisen mögen und lieben und auch entweder auch aus anderen Ländern stammen und somit auch sehr begeisterte internationale Leute sind, die das Reisen sehr gerne mögen. Und ist eigentlich so der Hintergrund, wieso ich gerne reise und wieso ich sehr, sehr viele, ja, Trips schon gemacht habe. Kurztrips oder auch längere Trips und da kann man wirklich viel Erfahrungen sammeln von Kulturen als auch Spass haben mit Kollegen und international was kennenlernen.

(00:01:02) *Autorin:* Super! Vielen Dank! Du hast dir in der Kurzumfrage gesagt, dass du eben 4 mal oder sogar mehrmals pro Jahr die letzten... pro Jahr in den letzten 4 Jahren vor der Pandemie auf Reisen warst. Wohin ging es da die meiste Zeit? Du hast ja gesagt, Kurzreisen sind es dann einfach immer 4 Tage gewesen? Also wie hat es hauptsächlich ausgesehen? Waren das Städtereisen oder ja...

(00:01:29) *Interviewpartner 4:* Ja, das waren meistens waren das Städtereisen. Also ein- zweimal war ein Strandurlaub dabei. Aber grundsätzlich waren sehr, sehr viele Städtereisen, die, sagen wir von der Dauer 3 bis 4 Tage war. Und das war meistens verlängerte Wochenenden oder wirklich im Sommer verschiedene Städte auf einmal. Also das man wirklich innerhalb von 12 Tagen, da war einmal knapp 12 Tage 5 Städte dabei. Das war sehr stressig vom Reiseaufwand, aber man hat sehr viel gesehen von der Stadt und das hat halt viel erlebt.

(00:01:54) *Autorin:* Das glaube ich. Das hört sich ja cool an. Als welche Art Reisetyp würdest du dich beschreiben? Also eher als durchstrukturiert oder eher sagen wir spontaner Abenteuerer?

(00:02:07) *Interviewpartner 4:* Sehr spontaner Abenteuerer. Also unsere Reisen, die waren sehr selten vorab organisiert. Sie waren eigentlich hauptsächlich, ja, 2 Wochen davor oder eine Woche davor ne Idee gehabt, dann geschaut, ob gutes Wetter ist und überlegt ob's ein gutes Angebot gibt und dann, dann waren wir schon im Flugzeug.

(00:02:25) *Autorin:* Das heisst, du informierst dich vor einer Reise nicht wirklich darüber über Destination oder ähnliches.

(00:02:33) *Interviewpartner 4:* Ja, ich sag man recherchiert dann nebenher. Man kennt so Blogs, man kennt Internetseiten, wo coole Bilder drauf sind und dann kommt man auf Ideen,

sammelt die so an im Kopf oder bespricht sie dann auch mit Kollegen und Freunden. Und wenn sich die Möglichkeit ergibt, dann schaut man, ob es irgendwie möglich ist vom Angebot her und preislich passt. Dann nutzt man die Chance und sieht das mal.

(00:02:54) *Autorin*: Perfekt, aber, also du hast gesagt eben Blogs und so weiter, dann findet das Informieren hauptsächlich online statt.

(00:03:03) *Interviewpartner 4*: Genau. Also eigentlich nur online. Okay.

(00:03:07) *Autorin*: Okay. Über welchen Weg buchst du am meisten eine Reise?

(00:03:12) *Interviewpartner 4*: Also die Website bezogen oder allgemein?

(00:03:14) *Autorin*: Allgemein, ob es eher online ist oder ob auch ins Reisebüro geht.

(00:03:20) *Interviewpartner 4*: Reisebüro glaub, einmal überhaupt und das ist vor langer, langer Zeit. 4, 5 Jahre. Aber die letzten Reisen speziell, wenn man den Zeithorizont, sagen wir 3 bis 5 Jahre betrachtet oder kurzfristiger, da war eigentlich nur noch online.

(00:03:36) *Autorin*: Okay, und wieso würdest du sagen, ist es so, dass du eben alles eigentlich fast online machst?

(00:03:43) *Interviewpartner 4*: Ich sage ja, es ist sehr komfortabel. Man kann gut vergleichen. Man hat eigentlich Plattformen, die eigentlich das ganze Angebot, das man braucht, sei es Mietwagen, sei es Flug, Hotel, Unterkunft, wenn man nicht ins Hotel will, gibt es auch private Unterkünfte. Man kann alles in der kurzen Zeit vergleichen. Man kann Rezensionen lesen. Man braucht die Beratungen von einem Reise-Experten eigentlich wenig, weil einfach die Plattformen so gut gemacht sind, dass man eigentlich alle Informationen vorab bekommt.

(00:04:10) *Autorin*: Perfekt. Sprechen wir nun kurz über deine Airbnb-Reise. Wo ging es damals hin?

(00:04:18) *Interviewpartner 4*: Damals war es ein mehrere Städtetrip, also wo mehrere Städte besucht worden sind und da war Airbnb zweimal dabei. Einmal war es in Valencia und einmal was Lloret.

(00:04:29) *Autorin*: Okay, und wann war das?

(00:04:33) *Interviewpartner 4*: Das war im Jahr 2019, also Sommer 2019 war das.

(00:04:36) *Autorin*: Und mit wem warst du dort?

(00:04:40) *Interviewpartner 4*: Da war ein Kollege dabei. Also auch in meinem Alter.

(00:04:43) *Autorin*: Zu zweit in dem Fall.

(00:04:45) *Interviewpartner 4*: Genau.

(00:04:47) *Autorin*: Okay. Und wie kam es dazu, dass ihr euch für ein Airbnb entschieden habt?

(00:04:52) *Interviewpartner 4*: Also wir haben die Angebote eigentlich gescannt, sagen wir mal so von den verschiedenen Anbietern. Wir haben eigentlich geschaut bei EBookers, bei Booking, Ubudu. Das haben wir eigentlich alles auf den Kopf gestellt, was es so gab an Plattformen. Und dann haben wir ein gutes Appartement gefunden, wo einfach gut ausgesehen hat und von der Lage eigentlich sehr passend war. Ich glaube, das konnte man bei der Map sehr, sehr gut verfolgen bei Airbnb auf der Seite und das war eigentlich die Grundentscheidung. Da hat das Angebot gestimmt und auch die Lage, das war die Schlüsselkriterien sagen wir's mal, dass der Kauf bei Airbnb war.

(00:05:22) *Autorin*: Okay, und mit Angebot meinst du Preis?

(00:05:28) *Interviewpartner 4*: Preislich. Also Preise und Lage. Das waren die Hauptkriterien bei der Entscheidung.

(00:05:36) *Autorin*: Okay, hatte dort die Plattform dann eben auch einen Einfluss, weil du jetzt ja eben die Map erwähnt hast oder würdest du das eher weniger sehen?

(00:05:44) *Interviewpartner 4*: Definitiv. Also durch, also sagen wir mal durch die Map konnte man es sehr, sehr gut verfolgen, wo das genau ist. Man konnte seine gewünschten Ziele, wo man in der Stadt mal anschauen will, eigentlich gut matchen. Man hat ja immer so Ideen, was man sehen will. Man schaut dann immer wo ist das. Speziell Strände und spezielle Sehenswürdigkeiten oder Restaurants, die man halt kennt. Und dann schaut man halt, wo die Unterkunft sich am besten ergibt. Und in dem Fall war's halt wirklich sehr, sehr gut, dass sowohl die Unterkunft gute Rezension hatte. Vielleicht war das mein Kriterium, was noch fehlte, das war, dass es sauber ist, dass es gut aussieht natürlich von den Bildern auch, dass natürlich auch sehr, sehr wichtig. Und das ist vom Angebot allgemein noch stimmt, wie zuvor erwähnt. Aber das waren eigentlich so die die Hauptkriterien dafür.

(00:06:26) *Autorin*: Okay, und das ist identisch für beide Airbnb-Reisen, also für Valencia und auch für die andre Stadt, wo du gesagt hast.

(00:06:35) *Interviewpartner 4*: Genau. Genau.

(00:06:37) *Autorin*: Okay. Und dann sprechen wir noch ganz kurz über deine Hotelreise. Wo war das?

(00:06:46) *Interviewpartner 4*: Boah das war, da gibt's mehrere im Hotelreisen. Wir waren einmal Istanbul, war ein Hotel. Dann waren wir in Lissabon beim Hotel und Barcelona war im Hotel. Das ist jetzt so Sachen wo. 2018 war Istanbul, 2019 war Barcelona und Lissabon. Und das waren halt Hotelketten. Also vielleicht dazu noch. Das waren wirklich gute Ketten. Das ist auch immer so ein Argument, dass man immer zu Hotels geht, wenn so ein unbekanntes Hotel ist, wo kein Familienname dahintersteht und man nicht wirklich eine Ahnung hat, was dahintersteckt, da scheut man sich eher dazu, liest man die Rezensionen dann eher durch

und überlegt sich das zwei, dreimal. Wenn es aber irgendwo ein Novotel dabei steht oder irgendein bekannter bekannte Hotelkette, dann weiss man zumindest, dass ein Qualitätsstandard ist und dass der Service super ist. Und das ist auch so etwas, wo wir speziell bei Hotelreisen beachten. Und wenn man jetzt so Novotel kennt oder Luxus-Hotel Marken man weiss, okay, da passt's dann hat man wie so eine Sicherheit. Man weiss, dass es gut wird.

(00:07:41) *Autorin*: Okay, und wenn du jetzt eben eine der drei genannten Reisen aussuchen würdest, welche würdest du da jetzt einfach nehmen, um darüber zu sprechen?

(00:07:53) *Interviewpartner 4*: Vielleicht Lissabon. Das war eine sehr gute Reise. Aber jetzt nicht Airbnb-bezogen oder? Das ist egal, Hotel oder Airbnb?

(00:08:02) *Autorin*: Genau, also einfach nur Hotel jetzt. Hotelreise. Und mit wem warst du dort?

(00:08:07) *Interviewpartner 4*: Das war auch der Kollege dabei. Das war genau im Jahr 2019, wo wir so mehrere Städte in einer kurzen Zeit angeschaut haben und vielleicht vom Ablauf waren, wir waren eigentlich ja auf der Skyscanner Seite, also weiss nicht, ob du das kennst. Die Seite, die ist speziell für Flüge. Dann haben wir alle Flüge gebucht und die Hotels und die Unterkünfte haben wir sowohl bei Airbnb als auch bei Ebookers gebucht. Genau.

(00:08:32) *Autorin*: Und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Hotel entschieden habt?

(00:08:38) *Interviewpartner 4*: Da kam dann noch dazu, da haben wir viel angeschaut. Wir haben Airbnb angeschaut. Also private Unterkünfte. Da war es dann so, dass die Lage, also zu dem Zeitpunkt, wo wir hinwollten, war die Lage nicht gerade optimal von den Angeboten. Und dann haben wir lange überlegt, sollen wir nicht doch in ein Hotel. Weil eigentlich wollten wir wirklich ein eigenes Appartement für gut gelegen, am besten mit einem guten Ausblick irgendwo, Balkon und so weiter. Also so richtig wie zuhause fühlen. Und das war dann halt nicht im Angebot dabei. Da waren eher so aussen gelegene oder allgemein nicht so schöne, schöne Unterkünfte. Das war eigentlich die der Hauptgrund, dass wir dann auf Hotels umgestiegen sind. Und dann haben wir halt ein gutes Hotel gefunden, wo eine gute Rezension hat und das war die Entscheidung.

(00:09:23) *Autorin*: Du hast gerade gesagt, eigentlich wolltet ihr eben ein Apartment haben und euch wie zuhause fühlen. Was verstehst du darunter unter zu Hause fühlen?

(00:09:34) *Interviewpartner 4*: Ja, ich sag mal, wenn man Urlaub macht, dann will man nicht gestört werden, oder. Es kommt drauf an, was man macht, Party und so weiter. Aber wenn man sich nun rein auf die Unterkunft bezieht, dann ist es schon ein Unterschied, ob man in einem Hotel ist, wohl sehr viele andere Menschen sind oder wenn man wirklich eine Unterkunft hat, die man einfach mietet und die gehört einem selbst. Ich sag der Optimalfall ist, kommt je nach Typ drauf an, ist natürlich, wenn du wirklich eine Unterkunft hast im Ausland, wo einfach schön ist, zu bleiben, wo man sich entspannen kann, wo man vielleicht selber entscheiden kann, muss ich jetzt, also kann ich in ein Restaurant gehen, ohne dass ich das schon

sofort bezahlt habe beim Hotel das Essen und du bist halt sehr flexibel. Also du kannst alles machen, was du willst, du bist wie zu Hause dort.

(00:10:14) *Autorin*: Okay, und du hast vorher eben noch das erwähnt mit dem Namen vom Hotel, also das man einfach die Hotelketten kennt. Du hast gesagt, in Lissabon war das auch eine bekannte Hotelkette, oder?

(00:10:28) *Interviewpartner 4*: Genau das war auch eine bekannte Hotelkette.

(00:10:31) *Autorin*: Okay. Gibt es sonst noch etwas, was du als wichtig empfindest in Bezug auf Airbnb oder Hotel, was ich nicht gefragt habe, du gerne noch anmerken würdest?

(00:10:43) *Interviewpartner 4*: Ja, ich sage, vielleicht, vielleicht... die Entscheidung Hotel und Unterkunft, ich glaube, das tendiert auch sehr, was für ein Urlaub man machen will. Ich denke, wenn man irgendwo am Strand gehen will und man wirklich, sagen wir mit so jungen Leuten, also in einer Gruppe ist, man sagt so meist vier bis sieben, acht Personen, ich glaube, dann ist auch die Entscheidung relativ nahe, dass man eine eigene Unterkunft will. Ich sage, das kommt immer auf den Reisetyp drauf an. Wenn du nur zu zweit bist, weder mit einer Freundin oder mit den Kollegen reisen gehst, dann, dann ist es eigentlich weniger das Problem, ob man eigene Unterkunft hat oder ein Hotel. Ich sage, das ist sehr bezogen, auch mit wem man reist. Das ist vielleicht noch etwas, dass ich anmerken würde wo auch zur Entscheidung beiträgt.

(00:11:21) *Autorin*: Okay, gibt es sonst noch Fragen zur Studie oder ähnlichem?

(00:11:27) *Interviewpartner 4*: Wie zu einer Studie?

(00:11:29) *Autorin*: Zu meiner Studie.

(00:11:31) *Interviewpartner 4*: Okay, ja, welche, welche Frage hast du allgemein gewählt? Also was ist die Forschungsfrage bei der Masterthesis?

(00:11:39) *Autorin*: Meine Forschungslage ist eigentlich «Wie kam es dazu, dass du dich für ein Airbnb entschieden hast? - Eine explorative Studie zum Wahlverhalten von Millennials in Bezug auf Airbnb». Da eben geht es eigentlich grundlegend einfach darum, wieso entscheidet man sich überhaupt für ein Airbnb. Also es ist nicht einmal wirklich das ich sage oder wissen will, wieso hast du genau dieses Airbnb gewählt, sondern einfach eben, wieso entscheidet man sich gegen ein Hotel und für ein Airbnb?

(00:12:07) *Interviewpartner 4*: Okay, alles klar. Ich glaube da waren doch eh interessante Punkte dabei.

(00:12:14) *Autorin*: Ja! Voll, voll. Okay, dann sonst keine Fragen mehr.

(00:12:17) *Interviewpartner 4*: Nein, war super.

(00:12:18) *Autorin*: Dann möchte ich mich bei dir für deine Bereitschaft bedanken, mit mir über deine Erfahrungen zu sprechen und diese mit mir zu teilen.

(00:12:26) *Interviewpartner 4*: Gerne.

Interviewpartner 5

Datum: 02.04.2021

Uhrzeit: 15:00

(00:00:00) *Autorin:* Kannst du mir etwas über dich erzählen?

(00:00:04) *Interviewpartner 5:* Ja. Mein Name ist X. Ich bin 26 Jahre alt. Ich wohne in Götzis in Vorarlberg und bin im Marketing tätig.

(00:00:17) *Autorin:* Okay, vielen Dank. Was machst du gerne in deiner Freizeit?

(00:00:25) *Interviewpartner 5:* Meine Hobbys sind Tennis spielen, Fussball spielen, Reisen, Freunde treffen, ja, das sind so meine Hobbys.

(00:00:34) *Autorin:* Okay, dann sprechen wir kurz über dein Reiseverhalten. Du hast bei der Kurzumfrage angegeben, dass du etwa zweimal pro Jahr in den letzten vier Jahren eben vor der Pandemie gereist bist. Wohin ging es damals meistens? Wie lange seid ihr dort meistens geblieben? Städtereisen oder eher ans Meer? Kannst du mir da einfach ein bisschen etwas erzählen?

(00:00:57) *Interviewpartner 5:* Ja, das war ganz unterschiedlich. Also, es hat eine Reise gegeben da bin ich alleine unterwegs gewesen. Die hat 12 Tage ungefähr gedauert. Das war quer durch Europa und die anderen Reisen waren alles Gruppenreisen mit Freunden. Es waren hauptsächlich Str... Partyurlaube, Strandurlaub und die sind meistens so 10 bis 14 Tage sind die gegangen.

(00:01:29) *Autorin:* Okay, also alles auch eher südliche Länder, dann...

(00:01:33) *Interviewpartner 5:* Ja, alles südliche Länder.

(00:01:36) *Autorin:* Okay. Als was für eine Art Reisetyp würdest du dich beschreiben? Also bist du sehr durchstrukturiert oder eher spontaner Abenteurer?

(00:01:45) *Interviewpartner 5:* Ich würde sagen so eine Mischung, aber eher der spontane Abenteurer, wie der Durchstrukturierte. Vor allem wenn ich alleine unterwegs bin, dann bietet sich an, eher spontan zu sein, und mit der Gruppe muss es halt etwas organisierter sein.

(00:02:03) *Autorin:* Und wie sammelst du deine, also informierst du dich davor über deine Destination oder ähnliches. Aktivitäten?

(00:02:12) *Interviewpartner 5:* Ja, also so eine kleine Recherche mach ich schon immer vor den Reisen. Aber jetzt nicht, dass ich alles komplett durch recherchierte, dass ich jede Sehenswürdigkeit schon davor weiss. Das mache ich dann meistens lieber spontan.

(00:02:27) *Autorin*: Und was sind so die Quellen wie du dich informierst? Deine Informationsquellen?

(00:02:35) *Interviewpartner 5*: Hauptsächlich über Google, Internet, Erfahrungsberichte. Also alles online.

(00:02:43) *Autorin*: Okay, und was würdest du sagen? Wieso reist du?

(00:02:48) *Interviewpartner 5*: Wieso? Ja, einfach um neue Sachen entdecken, andere Orte und Menschen kennenlernen, einfach, ja, was anderes als Österreich und Vorarlberg zu sehen.

(00:03:04) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun über dein Buchungsverhalten. Über welchen Weg buchst du meistens deine Reisen? Also, jetzt nicht unbedingt die Plattform, sondern das mehr eben online oder gehst du auch ins Reisebüro?

(00:03:22) *Interviewpartner 5*: Nein, also eigentlich nie ins Reisebüro. Immer online über Plattformen, wie Airbnb oder Booking.com. So habe ich es bisher immer gemacht.

(00:03:33) *Autorin*: Was würdest du so sagen? Was sind ebenso Vorteile von online Buchungen?

(00:03:39) *Interviewpartner 5*: Ja, bei online Buchungen kann man die einzelnen Hotels oder Unterkünfte viel besser miteinander vergleichen. Im Reisebüro kriegt man halt einfach einen Vorschlag oder zwei, drei Vorschläge und dann hat man nicht auf Anhieb gleich den Vergleich. Von dem her ist online viel feiner.

(00:03:59) *Autorin*: Dann sprechen wir nun über deine Airbnb-Reise. Wo bist du damals hingegangen?

(00:04:06) *Interviewpartner 5*: Das waren mehrere Airbnb-Buchungen, also einmal als Gruppenreise war das nach Malta und einmal nach Zypern. Und die Einzelreise war quer durch Europa also da ist es nach Italien, Frankreich, Spanien, Portugal, ja, in die Gegend gegangen.

(00:04:28) *Autorin*: Okay. Und wenn du dir jetzt eine aussuchen müsstest, über die du sprechen willst jetzt mit mir, welchen würdest du dann nehmen?

(00:04:35) *Interviewpartner 5*: Dann nehmen wir bei Einzelreise, also die quer durch Europa, Italien.

(00:04:42) *Autorin*: Okay, passt. Dort warst du eben ja alleine. Und wann war das?

(00:04:47) *Interviewpartner 5*: Das war 2019 Im September. Von September auf Oktober.

(00:04:55) *Autorin*: Okay. Und wie kam es dazu, dass du dich dort für einen Airbnb entschieden hast?

(00:05:04) *Interviewpartner 5*: Für... Da ich alleine unterwegs war und relativ spontan das Ganze organisiert haben und zusätzlich das Budget auch noch relativ knapp war, da ich gerade erst mit dem Studium fertig war, habe ich Airbnb als Plattform gewählt, weil sie einfach für kurzfristige Reisen finde ich das die beste Plattform.

(00:05:25) *Autorin*: Was meinst du damit für kurzfristige Reisen? Also wieso ist es dort die beste Plattform?

(00:05:32) *Interviewpartner 5*: Ja, weil einfach viele Hotels schon ausgebucht sind oder wenn man kurzfristig bucht, sehr teuer sind und bei so Airbnbs, findet man meistens noch irgendwo ein Platz, der halbwegs im Budget ist.

(00:05:47) *Autorin*: Okay, dann würdest du sagen, ist aber so das Budget so das Wichtigste eigentlich und eben das Spontansein?

(00:05:55) *Interviewpartner 5*: Genau, das ist ein Punkt und der anderen Punkt war bei der Einzelreise, ist auch einfach, dass man so mit den Personen in den jeweiligen Städten in Kontakt kommt und wie einfach viel mehr über die Stadt lernt als wenn man in ein Hotel geht zum Beispiel.

(00:06:12) *Autorin*: Hast du in den Airbnbs dann mit jemand anderen zusammengewohnt oder wie bist du in Kontakt gekommen mit Personen?

(00:06:21) *Interviewpartner 5*: Ja, das war unterschiedlicher. Also teilweise waren das einfach Privatwohnungen, wo jemand ein Zimmer vermietet hat, wie in Italien. Dann waren das auch so Self-Check-Ins, wo man einfach... Ja, einfach ein Zimmer, wo niemand war, wo man selber war, aber ja selber einchecken musste. Es war ganz unterschiedlich.

(00:06:43) *Autorin*: Würdest du sagen, dass die Plattform selbst auch einen Einfluss auf diese Entscheidung hatte ein Airbnb zu wählen?

(00:06:52) *Interviewpartner 5*: Ach die Plattform, ich meine, schwer zu sagen. Also ich finde die Plattform an sich relativ unkompliziert und benutzerfreundlich und von dem her ja, das sicher auch.

(00:07:10) *Autorin*: Genau, dann sprechen wir nun über eine deiner Hotelreisen. Wo bist du da hingegangen?

(00:07:19) *Interviewpartner 5*: Hotelreisen liegen eigentlich schon lange zurück. Also im Zuge von der Reise von der wir vorher gesprochen haben, habe ich auch über booking.com 2, 3 Hotels gebucht. Das war dann in Madrid war es einmal und das andere Mal war ich in Montpellier. Ja, und das dort war ja, das war eher... das war schon ein Hotel, aber eher auch Low Budget.

(00:07:50) *Autorin*: Und ja, das war dann auch eben auf dieser Reise hast du gesagt.

(00:07:56) *Interviewpartner 5*: Genau.

(00:07:57) *Autorin*: Und wie kam es dazu, dass du dich dort eben für ein Hotel entschieden hast?

(00:08:02) *Interviewpartner 5*: Das war eigentlich aus Mangel an guten Airbnb-Alternativen. Dort bin ich dann auf Booking.com umgestiegen und der Preis war dann ein bisschen teurer, aber dafür hat die Lage super gepasst und die Unterkunft war dort auch sauber und schön.

(00:08:26) *Autorin*: Okay. Dann würdest du aber sagen, dass die Lage jetzt bei deiner Reise auch wichtig war. Jetzt frage ich noch mal ganz blöd, oder war es eben wirklich Budget.

(00:08:37) *Interviewpartner 5*: Ja, nein, also Budget war ein Punkt, aber die Lage war besonders bei den Städtereisen war natürlich schon sehr wichtig. Weil ich wollte jetzt nicht zu weit vom Zentrum entfernt sein und nicht irgendwo ausserhalb, sondern auch immer drauf schauen, dass ich immer sehr im Zentrum bin.

(00:08:56) *Autorin*: Okay. Und was würdest du sagen, war jetzt ein Vorteil von dem Hotel gegenüber einem Airbnb?

(00:09:08) *Interviewpartner 5*: Ja, der Vorteil vom Hotel ist halt hauptsächlich die Privatsphäre. Bei Airbnbs, wenn man so in Privatwohnungen oder so kommt, dann ist da meistens eine Person, die dann keine Ahnung einen begrüsst oder ein kurz noch mit einem redet und wenn man in ein Hotel geht, dann bekommt man ein Schlüssel am Empfang und ja hat halt mehr Privatsphäre.

(00:09:32) *Autorin*: Gibt es sonst noch etwas, was du als wichtig empfindest in Bezug auf Airbnb und Hotelreisen, was ich jetzt noch nicht gefragt habe, bist du noch gerne anmerken würdest?

(00:09:45) *Interviewpartner 5*: Ja sonst noch wichtig sind, sind natürlich Sauberkeit und dass die die Ausstattung des Zimmers halbwegs passt. Und halt so Grundsachen, wie dass man Handy laden kann, dass es Duschen, Waschräume, solche Sachen gibt.

(00:10:09) *Autorin*: Du hast jetzt von Ausstattung geredet, jetzt beispielsweise im Hotel, hast ja nicht unbedingt eine Waschmaschine im Zimmer, ist sowas auch wichtig für dich? Eben so Waschmaschine, Küche oder sowas, was du in einem Airbnb meistens hast oder ist das schon Luxus, weil du es nicht wirklich brauchst?

(00:10:29) *Interviewpartner 5*: Ja, Waschmaschine und so brauche ich jetzt nicht unbedingt. Kommt auf die Reise darauf an, wenn, was ich auch schon gemacht habe, länger, also so 14 Tage in einer Unterkunft bin, in einer Airbnb-Unterkunft, dann ist es schon wichtig eine Waschmaschine oder eine Küche, aber wenn ich jetzt wie bei einer Städtereise nur ein, zwei Tage in der Stadt bin und dann weiterreisen, dann brauch ich keine Waschmaschine oder keine Küche.

(00:10:53) *Autorin*: Okay, dann hast du sonst noch sagen irgendwie zu meiner Studie oder ähnlichem?

(00:11:02) *Interviewpartner 5*: Vorerst nicht.

(00:11:03) *Autorin*: Okay, passt. Dann sage ich Vielen Dank für deine Bereitschaft, mit mir über deine Erfahrungen zu sprechen und diese mit mir zu teilen. Vielen Dank.

(00:11:13) *Interviewpartner 5*: Dankeschön.

NACHTRAG:

Die Autorin hat bei dem Befragten nochmals per Whatsapp kontaktiert und nachgehakt, was mit «Das war eigentlich aus Mangel an guten Airbnb Alternativen.» (00:08:02) genau gemeint ist. Die Antwort des Interviewpartners war: «Die Airbnbs waren alle zu teuer und in einer schlechten Lage.»

Interviewpartner 6

Datum: 04.04.2021

Uhrzeit: 13:05

(00:00:01) *Autorin:* Gut, dann erzähl mir doch bitte kurze etwas über dich.

(00:00:06) *Interviewpartner 6:* Also ich heiße X. Generell, also zum Reiseverhalten, ich war sehr viel auf Reisen in Nordamerika und da hab ich oft Airbnb benutzt. Und eigentlich zum ersten Mal habe ich's im Jahr 2017 gemacht, als ich damals genau in Deutschland viel unterwegs war, da war ich sehr viel in Airbnbs unterwegs mit Freunden und bin eigentlich immer mehr zum Fan von Airbnb geworden.

(00:00:38) *Autorin:* Okay, super. Vielen Dank. Sprechen wir nun kurz über die Kurzumfrage. Da hast du ja angegeben, dass du dreimal pro Jahr reist. Kannst du mir kurz einfach etwas über die Reisen erzählen? Wohin ging es da meistens? Sind es meistens kleinere Reisen, Städtereisen? Mit wem?

(00:01:04) *Interviewpartner 6:* Ja, also dreimal pro Jahr war natürlich vor der Corona Zeit und das war oft bei mir im Zusammenhang mit längeren Auslandsaufenthalten. Also wenn ich jetzt für einige Monate in einem anderen Land irgendwie gelebt habe und dann dort halt das Land entdecken wollte, dann waren das also eigentlich also meistens so Wochenendtrips, sag ich mal, also für drei, vier Tage mit Freunden, die ich dort kennengelernt habe.

(00:01:36) *Autorin:* Und dann meistens Städte oder doch auch an den Strand?

(00:01:42) *Interviewpartner 6:* Also ich würde sagen, hauptsächlich Städtereisen. Also Strand war vielleicht ein oder zwei Mal, aber der Grossteil war eigentlich Städtereisen.

(00:01:50) *Autorin:* Okay. Als welche Art Reisetyp würdest du dich beschreiben? Also bist du da eher durchstrukturiert oder bist du eher so ein, sagen wir, spontaner Abenteurer?

(00:01:59) *Interviewpartner 6:* Ja, also ich bin generell eher, sag ich mal, chaotisch. Ich glaub das kann die Mama auch bestätigen. Also, ich bin niemand der das jetzt Monate im Voraus alles plant und irgendwie schon alles auskundschaftet und im Internet irgendwie researcht oder so. Also ich mache das eigentlich alles immer sehr spontan und das finde ich halt auch sehr angenehm an Airbnb, weil es da halt auch erlaubt wirklich sehr kurzfristig eigentlich eine sehr gute Unterkunft zu bekommen.

(00:02:34) *Autorin:* Wie meinst du das? Kannst du das bitte näher ausführen?

(00:02:37) *Interviewpartner 6:* Also ich habe das meistens, sag ich mal, wirklich erst eine Woche oder so im Voraus gebucht oder manchmal auch nur einige Tage. Und da haben wir eigentlich immer sehr zentrale Unterkünfte bekommen, die auch, also Grossteiles wirklich sehr modern waren. Und eigentlich waren wir immer sehr zufrieden damit.

(00:03:00) *Autorin*: Okay. Und würdest du jetzt das nicht so sehen bei einem Hotel? Könntest du da nicht eine Woche davor noch ein Hotel buchen?

(00:03:07) *Interviewpartner 6*: Ja, beim Hotel, keine Ahnung. Also ich habe es jetzt persönlich noch nicht wirklich gemacht, aber da habe ich irgendwie schon das Gefühl, dass man das eigentlich eher vorzeitig buchen muss, damit man halt auch bessere Preise bekommt und auch dann wirklich auch die guten Hotels, die halt in zentraler Lage sind und so. Also gerade in der Hauptreisesaison, glaube ich jetzt, dass das mit Hotels eher schwieriger wird, wenn man das kurzfristig bucht.

(00:03:36) *Autorin*: Ja, okay. Wieso reist du eigentlich?

(00:03:43) *Interviewpartner 6*: Ja, eigentlich hauptsächlich, um neue Länder und halt neue Kultur irgendwie kennenzulernen. Ich finde, wenn man in einem anderen Land ist, dann will man auch was über das Land erfahren. Und genau also das ist eigentlich mein Hauptgrund.

(00:04:01) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir doch kurz über dein Buchungsverhalten. Über welchen Weg buchst du die meisten Reisen?

(00:04:10) *Interviewpartner 6*: Ja eigentlich nur über das Internet. Und wie gesagt, also hauptsächlich über Onlineplattformen. Also wirklich hauptsächlich Airbnb und sonst halt noch Booking. Das sind so die zwei Hauptplattformen.

(00:04:24) *Autorin*: Was würdest du als Vorteil sehen von online...

(00:04:28) *Interviewpartner 6*: Ja, es ist eigentlich viel. Also für mich persönlich viel einfacher und schneller. Und man hat auch eine gewisse Transparenz, weil man kann einfach ganz einfach Preise vergleichen. Man erfährt sehr schnell die wichtigsten Informationen über die Unterkunft und vor allem auch sieht man die Rezensionen von anderen Gästen und kann so eigentlich schon relativ gut einschätzen, ob das jetzt eine gute Unterkunft ist oder eher nicht.

(00:04:59) *Autorin*: Also würdest du sagen, dass du, wenn du davor Informationen suchst über eine Destination oder ein Hotel, dass das auch alles ausschliesslich online geschieht?

(00:05:10) *Interviewpartner 6*: Ja, eigentlich nur online. Also ich wüsste auch gar nicht, wie ich das... Oder vielleicht, also das Einzige, was sonst noch wäre, wäre, dass man halt irgendwelche Bekannte oder so noch fragt, wo schon mal dort waren. Aber ja.

(00:05:26) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun über deine Reise mit Airbnb. Wo bist du da hingegangen?

(00:05:35) *Interviewpartner 6*: Ja, also ich war, wie gesagt, sehr viel in Deutschland. Also wir waren da z.B. in Leipzig, war meinem Airbnb die oder auch in Berlin. Genau.

(00:05:45) *Autorin*: Wenn du dir jetzt eine Reise aussuchen müsstest entweder Leipzig oder Berlin über die du mir jetzt erzählen möchtest?

(00:05:50) *Interviewpartner 6*: Also Leipzig war nicht grad so gut, also da würde ich eher sagen Berlin.

(00:05:56) *Autorin*: Gut. Dann erzählst du mir mehr über Berlin. Wann war das?

(00:06:01) *Interviewpartner 6*: Ich glaube 2017? Irgendwann im Frühjahr.

(00:06:10) *Autorin*: Okay, und mit wem warst du dort?

(00:06:12) *Interviewpartner 6*: Das waren zwei Freunde, die ich bei meinem Praktikum kennengelernt habe.

(00:06:17) *Autorin*: Okay. Wie kam es dazu, dass du dich dort oder dass ihr euch dort für ein Airbnb entschieden habt?

(00:06:25) *Interviewpartner 6*: Also eigentlich war das so, dass ich davor Airbnb gar nicht so gekannt habe. Und dann die eine Freundin aus Frankreich, die hat das dann eigentlich irgendwie so erwähnt und so. Und über die sind wir dann dazu gekommen. Also ich hab das davor eigentlich gar nicht wirklich gekannt.

(00:06:44) *Autorin*: War das dann deine erste Airbnb-Reise?

(00:06:48) *Interviewpartner 6*: Ja, also eine der ersten, wenn nicht die erste sogar. Ja, glaub schon.

(00:06:54) *Autorin*: Und. Wie kam es dazu, dass ihr euch dann eben gegen ein Hotel entschieden habt?

(00:07:05) *Interviewpartner 6*: Ja, ich glaub das war eh auch eigentlich hauptsächlich wegen dem Preis halt auch und es war halt auch relativ spontane Reise. Und wir sind halt auch also nur zu dritt unterwegs gewesen und konnten das sehr einfach halt buchen und so. Ja, und was auch ein grosser Vorteil war, war, dass wir da in, ich glaube Friedrichshain oder so haben wir dann die Unterkunft bekommen. Das ist halt so, das eben In-Viertel in Berlin für junge Leute. Und das war halt auch ein Vorteil, weil es da glaub ich auch nicht so viele Hotels gibt, die dann wirklich in dieser in dieser Gegend irgendwie sind.

(00:07:56) *Autorin*: Okay. Würdest du sagen, dass die Plattform selbst auch einen Einfluss hatte auf die Entscheidung, in den eher Airbnb zu gehen?

(00:08:06) *Interviewpartner 6*: Ja, also ich, generell finde es halt viel unkomplizierter über Airbnb zu buchen, weil man halt wirklich auch genau irgendwie ungefähr sieht, in welchem Umkreis das Hotel oder verschiedene Airbnb liegen und dann kann man halt ganz gezielt das auswählen. Und wie gesagt, man kriegt halt auch immer sehr gut die Informationen zum Airbnb und auch von anderen Gästen. Und halt auch der Preis ist halt auch sehr transparent. Also auf dieser Map kann man halt wirklich genau vergleichen, ah das eine kostet halt 100 Euro

pro Nacht, das andere nur 60 und dann kann man sich die Bilder anschauen. Und das ist auch ganz einfach alles vergleichen.

(00:08:53) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun noch über deine Hotelreise. Wo war das?

(00:09:04) *Interviewpartner 6*: Poah! Keine Ahnung. Muss ich jetzt überlegen. Ich war echt schon länger nicht mehr im Hotel. Eigentlich hauptsächlich waren wir halt immer mit den Eltern auf Griechenland oder so im Hotel. Aber...

(00:09:17) *Autorin*: Kannst du dich da noch an einen bestimmten Urlaub erinnern?

(00:09:23) *Interviewpartner 6*: Ja... Samos, glaube ich. Aber ich weiss nicht mehr, in welchem Jahr das war. Keine Ahnung. Ah! Jetzt fällt mir eigentlich doch eine eher aktuellere Hotelreise von mir ein, und zwar war das im Sommer 2017, als wir damals zusammen mit der Familie im Aqua Dom in Tirol übernachtet haben.

(00:09:50) *Autorin*: Okay. Und wie kam es dazu, dass ihr euch für dieses Hotel oder dass ihr euch für ein Hotel entschieden habt?

(00:09:56) *Interviewpartner 6*: Also da war es hauptsächlich auch der Grund, dass der Aqua Dome praktisch und das Hotel das hat halt irgendwie zusammengehört. Und da gab's halt auch so ein ja Buchungspaket und man zusammen glaub ich mit der Hotelübernachtung dann auch irgendwie den Eintritt in den Aqua Dom irgendwie buchen konnte. Und das war halt auch alles im gleichen Gebäude also...

(00:10:21) *Autorin*: Also war eigentlich der Thermen Besuch der Grund, wieso ihr in ein Hotel...

(00:10:26) *Interviewpartner 6*: Genau.

(00:10:28) *Autorin*: Okay. Ja. Gibt es sonst noch irgendetwas, was du als wichtig empfinden würdest... Stopp, Doch nicht! Oder doch. Was würdest du dann auch als Vorteil sehen bei einem Hotel?

(00:10:42) *Interviewpartner 6*: Ja, bei einem Hotel, was ich eigentlich so als einzigen Vorteil empfinden würde ist halt wirklich, also dass man halt auch teilweise ein Frühstücksbuffet und das alles dabei hat und dann halt mehr diesen Aspekt von All-inclusive. Also wenn ich jetzt jemand bin, der nicht gerne irgendwie kocht oder irgendwie im Urlaub halt mir das wichtig ist, dass ich einfach die ganze Zeit nix machen muss und halt, dann finde ich halt ein Hotel schon besser, als wenn man so all-inclusive Reisen machen will.

(00:11:15) *Autorin*: Okay, dann gibt es sonst irgendetwas, was du als wichtig empfinden würdest, was noch nicht gefragt wurde, aber du gerne noch anmerken würdest?

(00:11:26) *Interviewpartner 6*: Ja, also ich, eigentlich das einzige, was ich wirklich als Hauptaspekt für eine Entscheidung für Airbnb empfinde, ist halt wirklich der Preis und dann halt

auch die Einfachheit des Buchens und da halt auch die relativ gute Verfügbarkeit. Also sehr flexibel irgendwie von sehr zentralen Unterkünften. Und genau.

(00:11:52) *Autorin*: Okay. Hast du noch Fragen an mich zur Studie oder ähnliches?

(00:11:58) *Interviewpartner 6*: Na, ich würde dann gerne die Ergebnisse erhalten, wenn diese verfügbar sind.

(00:12:03) *Autorin*: Gerne, dann sage ich vielen Dank für deine Bereitschaft, mit mir über deine Erfahrungen zu sprechen.

(00:12:12) *Interviewpartner 6*: Danke. Ja, also vielleicht ein Aspekt, den ich vorher noch vergessen zu erwähnen wäre, dass man halt im Airbnb, wenn man jetzt in grösseren Gruppen unterwegs ist, halt mehr dieses Gemeinschaftsgefühl hat. Also, wir hatten das z.B. auch bei meiner letzten Reise in Schladming letztes Jahr mit Airbnb. Da hatten wir halt wirklich ein komplettes Appartement für uns und konnten dann halt auch wirklich z.B. am Abend gemütlich am Tisch irgendwie zusammensitzen. Und halt da, keine Ahnung, irgendwie was trinken oder Spiele spielen. Und im Hotel ist das halt alles halt, jeder hat sein eigenes Zimmer irgendwie und es gibt auch keinen wirklichen Gemeinschaftsraum, wo man jetzt sich in der Gruppe am Abend treffen könnte. Also das ist auch noch ein wichtiger Aspekt, den ich noch erwähnen wollte und z.B. waren dann damals in Schladming halt Freunde von uns im Hotel und das war halt eigentlich auch diesbezüglich, weil sie also das auch schon davor, als in der Gruppe, das halt schon vorgebucht hatten. Also gemeinsam mit unserem Master Programm und die sind dann aber zu uns gekommen in Airbnb praktisch zum gemeinsamen irgendwie was zu trinken. Also weil es eben da in diesem Hotel keinen Gemeinschaftsraum gab, wo das halt möglich war.

Interviewpartner 7

Datum: 05.04.2021

Uhrzeit: 14:05

(00:00:01) *Autorin:* Okay. Dann zu Beginn kannst du mir einfach etwas kurz über dich erzählen?

(00:00:08) *Interviewpartner 7:* Also ich bin Studentin. Ich bin auch an der Uni St. Gallen. Ich bin 26 Jahre alt. Ich reise sehr gerne, wenn ich kann. Das ist jetzt natürlich etwas eingeschränkt, aber ja, ich lerne gerne mehr über andere Kulturen kennen. Und ja, ich sammle gerne schöne Erlebnisse.

(00:00:34) *Autorin:* Okay, vielen Dank. Dann würdest du also sagen Neues oder neue Kulturen kennenlernen ist auch ein Grund, wieso du eigentlich reist oder was ist der Grund, wieso du gerne reist?

(00:00:45) *Interviewpartner 7:* Ja, ich glaube neue Orte kennen zu lernen ist sicher ein grosser Ansporn. Ja, eine gute Zeit, Erfahrung zu erhalten. Ja.

(00:00:57) *Autorin:* Okay, vielen Dank. Du hast bei der Kurzumfrage ja angegeben, dass du viermal oder mehrmals pro Jahr in den letzten vier Jahren vor der Pandemie gereist bist meistens. Wohin ging es damals meistens? Also waren es meistens eben innerhalb von Europa? Waren das Städtereisen oder eher ans Meer? Wie lange bist du geblieben? Kannst du mir da einfach ein bisschen sagen?

(00:01:19) *Interviewpartner 7:* Also, sicherlich, also in den meisten Jahren bin ich innerhalb von Europa geblieben. Ich würde sagen, es wären so etwa drei Viertel Städtereisen und dann gleich so eine Aufteilung von drei, vier Städtereisen pro Jahr plus eine Reise ans Meer. Genau. Also, wo ich jetzt mit dem Flugzeug unterwegs war, vielleicht so und wenn ich mit dem Auto unterwegs war, war es vielleicht noch in die Berge. Einige Tage im Winter. Ich hätte gesagt so durchschnittlich die Städtereisen war ich vielleicht so vier Tage da. Vielleicht vier bis fünf Tage. Und ans Meer bin ich wahrscheinlich zu zwei bis drei Wochen pro Jahr.

(00:02:14) *Autorin:* Also nicht an einem Stück, sondern einfach aufgeteilt auf die... oder an einem Stück. Also warst du dann drei Wochen am selben Ort dort.

(00:02:24) *Interviewpartner 7:* Also meistens so vielleicht zwei Wochen mit der Familie am gleichen Ort und eine Woche mit Freunden an einem Ort lang.

(00:02:32) *Autorin:* Okay, als welche Art Reisetyp würdest du dich beschreiben? Würdest du dich dort eher als eben durchstrukturiert beschreiben oder eher als so ein spontaner Abenteurer?

(00:02:46) *Interviewpartner 7*: Ich glaube, es kommt drauf an, mit wem ich unterwegs bin. Also wenn ich alleine unterwegs bin, bin ich eher strukturiert und informiere mich gut, wo ich als nächstes hin möchte. Da mag ich eigentlich die Unsicherheit etwas weniger, ob ich am nächsten Ziel dann wieder eine Unterkunft habe, das möchte ich planen. Aber gerade wenn ich mit Freunden unterwegs bin, lasse ich mich gerne einfach dem Flow gehen und ja, da sind wir meistens sehr spontan was wir unternehmen.

(00:03:26) *Autorin*: Aber du hast gesagt, gerade eben wenn du alleine unterwegs bist, möchtest du dich vorab informieren. Wie findet diese Information statt? Was sind so deine Informationsquellen?

(00:03:38) *Interviewpartner 7*: Also, wenn es um die Auswahl der St, der Stadt oder dem Ort geht, nutze ich sehr viel Pinterest, sowie auch Blogs, also das sind keine speziellen Blogs, das ist mehr so «most beautiful places XY», was ich im Internet finde. Ja, ich denke, das ist so die Hauptinformationsquelle, wenn ich alleine reise.

(00:04:07) *Autorin*: Also hauptsächlich eben online.

(00:04:08) *Interviewpartner 7*: Ja, genau.

(00:04:12) *Autorin*: Okay. Sprechen wir nun über deinen Buchungsverhalten. Über welchen Weg buchst du die meisten Reisen?

(00:04:22) *Interviewpartner 7*: Also für welche, also alles zusammen, oder?

(00:04:26) *Autorin*: Also eher findet das online statt oder Reisebüro? Und was sind das meistens für Plattformen, die du benutzt, wenn es online ist?

(00:04:36) *Interviewpartner 7*: Ja, es ist eigentlich nur online, also ich nutze kein Reisebüro. Es passiert vieles über Airbnb, über verschiedene Hostel Plattformen, ebooks. Je nachdem wenn es keine Airbnb oder Hostels in der Nähe hat. Was nutzt ich noch? Ja, und ebenso vielleicht so Social Media? Einfach zum so neue Orte kennenzulernen. Genau.

(00:05:17) *Autorin*: Und was würdest du...

(00:05:19) *Interviewpartner 7*: Vielleicht noch so, eine wichtige Plattform ist auch Time Out beispielsweise oder whatson also das ist mehr für Städte. Aber dort informiere ich mich sehr gerne darüber, was für Events gerade laufen dann vor Ort, wenn ich schon weiss, was für ein Ort ich besuchen möchte.

(00:05:41) *Autorin*: Und was würdest du als Vorteil sehen von dem Online-Buchen? Gegenüber jetzt einem Reisebüro.

(00:05:52) *Interviewpartner 7*: Ich bin unabhängiger, ich kann spontaner eine Änderung machen. Ja, ich fühle mich nicht verpflichtet. Obwohl ich gerne plane, mag ich doch auch ein bisschen die Freiheit zum noch was ändern. Und das hab ich das Gefühl, kann ich weniger gut

im Reisebüro. Und ich mag auch den Prozess selbst zu bestimmen. Also, da muss ich nicht unbedingt von jemand anderem beraten werden.

(00:06:32) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun über deine Airbnb-Reise. Wo bist du damals hingegangen?

(00:06:39) *Interviewpartner 7*: Also eine Airbnb-Reise ging nach Bergen in Norwegen. Es war ein Teil eines Interrail Trips. Dieser Interrail Trip war vier Wochen und da haben wir, hab ich mit einer Freundin zusammen verschiedene [unterbrochen] Norden bereist. Und da war Bergen ein sozusagen ein Zwischenstopp.

(00:07:06) *Autorin*: Okay, also Bergen, Norwegen mit einer Freundin gemeinsam. Und wie lange ward ihr dann in dem Airbnb?

(00:07:18) *Interviewpartner 7*: Zwei Nächte.

(00:07:20) *Autorin*: Ok. Dann. Wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Airbnb entschieden habt?

(00:07:29) *Interviewpartner 7*: Wir haben eigentlich mehr den Rahmen rundherum geplant. Also wir wollten unbedingt mit einem Schiff unterwegs sein. Und ja, da gab es nicht so viele andere Möglichkeiten als nach Bergen und das ist ein grosser Tourismus... Touristen Spot, den wir auch sehen wollten. Es war wie ein Verbindungsglied, ja das uns eigentlich nach Bergen gelockt hat, weil wir mit dem Schiff unterwegs sein wollten. Und ja, sicherlich auch... gab wunderschöne Bilder von den Kanälen von den Fjords und das hat uns auch sehr angesprochen die farbigen Häuschen. Ja.

(00:08:15) *Autorin*: Und eben, wieso seid ihr dort in ein Airbnb gegangen und eben wie kam es dazu, dass ihr euch gegen ein Hotel entschieden habt?

(00:08:30) *Interviewpartner 7*: Also was wir sicher, also wir mochten es so ein bisschen, den Kontakt mit den Hosts zu haben, auch weil wir aus Erfahrung wussten, dass die uns auch tolle Tipps geben können, was man besuchen sollte. Und ich, ja, ich habe persönlich bisher immer sehr gute Erfahrungen mit Airbnbs gemacht und ich glaube auch der Preis war ja auch ausschlaggebend. Ja.

(00:09:05) *Autorin*: Okay, und hatte die Plattform selbst auch einen Einfluss darauf? Also beispielsweise, weil die Bedienung so einfach ist, oder? Sowas in der Art..

(00:09:15) *Interviewpartner 7*: Ja, ich denke, ja, ich denke schon. Also ich find die Plattform von Airbnb sehr einfach. Auch mit den Filtersetzungen komme ich besser zurecht wie mit einem Ebookers, was auch etwas unprofessionell daherkommt. Nämlich. Ich habe auch... Und ein wichtiger Punkt für mich ist schon auch bei Airbnb die Bewertung, weil ich eigentlich eine grosse, ein grosses Vertrauen in diese Bewertung setze. Mehr wie bei Ebookers.

(00:09:55) *Autorin*: Kannst du das etwas näher ausführen?

(00:09:59) *Interviewpartner 7*: Also für mich sind die Erfahrungsberichte sind ja bei Airbnb, sind immer von Personen, die wirklich an dem Ort waren und es gibt ja wie auch die Bestätigung, also eine Rückantwort sozusagen wie die Gäste sich verhalten haben. Und ja, da hab ich einfach ein gutes Gefühl, dass diese Personen real sind, dass sie ehrliche Antworten geben, da sie eigentlich keine Pflicht, also es ist in dem Sinn keine Pflicht, sich so gut wie möglich verkaufen zu wollen. Und bei EBookers hab ich vielleicht noch eher das Gefühl, dass die Bewertungen gekauft sein könnten. Da es auch mit, ich glaube mit Sternen bewertet werden kann. Ja, bin ich wie nicht gleich überzeugt von dessen von deren Glaubwürdigkeit.

(00:10:58) *Autorin*: Okay, und was würdest du als Vorteil von einem Airbnb sehen? Beispielsweise gegenüber von einem Hotel?

(00:11:10) *Interviewpartner 7*: Ich habe das Gefühl, es gibt ein noch besseres Erlebnis der Stadt. Also man hat wie, also dem Ort, weil man das Gefühl hat, man ist jetzt wirklich, man wohnt hier. Man hat, ja man kriegt mehr mit vielleicht. Ich denke eben auch die Tipps, die meistens der Host mitgeben kann, finde ich speziell schön. Ja und auch der Austausch mit dem Host finde ich eine tolle Sache.

(00:11:42) *Autorin*: Okay, das hab ich jetzt ganz vergessen zu fragen. In welchem Jahr war denn das, wo du da das Interrail gemacht?

(00:11:49) *Interviewpartner 7*: 2015? Im Sommer.

(00:11:55) *Autorin*: Dann sprechen wir nun über deine Hotelreise. Wo war das?

(00:12:02) *Interviewpartner 7*: Unsere, also wir waren über Silvester 2019 waren wir in Surrey in England mit der Familie.

(00:12:18) *Autorin*: Okay. Und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Hotel entschieden habt?

(00:12:24) *Interviewpartner 7*: Also wir, mein Vater hat uns eine so eine Spa-Hotelreise auf Weihnachten geschenkt. Und weil wir als Familie sehr oft in London sind und eigentlich für das Silvester auch geplant haben, an Silvester in London zu feiern, haben wir uns in der Nähe von London für ein Spa-Hotel umgeschaut.

(00:12:50) *Autorin*: Also war eigentlich der Spa-Aspekt der Grund, wieso ihr ein Hotel genommen habt?

(00:12:55) *Interviewpartner 7*: Genau. Und London als Ausgangsort war wie bereits klar. Und von dort haben wir geschaut.

(00:13:08) *Autorin*: Was würdest du jetzt da als Vorteil sehen von einem Hotel gegenüber einem Airbnb?

(00:13:14) *Interviewpartner 7*: Gerade. Wir waren zu fünft. Und ich glaube so der Rückzugsort ist sicher auch wichtig jetzt in einer grösseren Gruppe. Wir haben auch. Wir wollten gezielt nicht uns ums Essen kümmern müssen, also es soll wirklich weniger eine Reise Abenteuer sein, sondern mehr wirklich nur Entspannung. Und deshalb war wie dieser Rundum-Service, hat uns mehr zugesprochen als einem Airbnb und vor allem eigentlich der Hauptpunkt das war Wellness gibt's halt nicht.

(00:14:00) *Autorin*: Generell [unverständlich] generell vorstellen, mit deiner Familie in ein Airbnb zu gehen?

(00:14:13) *Interviewpartner 7*: Vielleicht eher nicht. Aber wie nein, stimmt nicht. Eines war mal... Nein, das war ein Hostel, nein. Wahrscheinlich eher nicht.

(00:14:24) *Autorin*: Okay. Und warum das?

(00:14:28) *Interviewpartner 7*: Ich glaube auch wegen den Platzgründen. Ja, Platzgründe... Na gut, es war... Ja, ja, eine Rückzugsmöglichkeit, da wir doch fünf Personen sind. Ja.

(00:15:03) *Autorin*: Falls dir noch was einfällt, kannst du es ja gerne mir dann nachträglich schreiben. Ja, gibt es sonst noch irgendetwas, was du als wichtig empfindest? Also in Bezug auf Airbnbs oder in Bezug auf Hotels, was ich noch nicht gefragt habe, aber du gerne noch anmerken würdest?

(00:15:30) *Interviewpartner 7*: Möchte ich noch anmerken... Ja, ich denke, die Informationssuche für welches Hotel kam auch von irgendwelchen Blogs, so «Best Bars around London» oder so.. Von daher war der Prozess wie nicht anders. Was möchte ich noch anmerken? Ja, ich bin also für mich persönlich ist irgendwie der Grund, in ein Hotel zu gehen, ein anderer wie für in einen Airbnb. Also ich könnte mir bei Städtereisen mit Freunden sehr gut, also viel eher ein Airbnb vorstellen, als einem Hotel, weil wie nicht der Aufenthalt selbst im Hotel sozusagen die Priorität haben sollte, sondern der ganze Ausflug, das Erlebnis der Stadt und das ist dann mehr einfach eine Übernachtung ist und beim Hotel jetzt so wie wir es hatten, war eher der Aufenthalt im Hotel der Hauptaspekt der Reisen.

(00:16:53) *Autorin*: Okay, das ist ein sehr interessanter Punkt. Dann hast du noch Fragen zu meiner Studie oder ähnlichen?

(00:17:01) *Interviewpartner 7*: Nein, alles gut.

(00:17:04) *Autorin*: Dann möchte ich mich herzlich bei dir bedanken für die Bereitschaft, mit mir zu sprechen und deine Erfahrungen mit mir zu teilen. Vielen Dank.

(00:17:12) *Interviewpartner 7*: Danke auch.

Interviewpartner 8

Datum: 05.04.2021

Uhrzeit: 17:00

(00:00:01) *Autorin:* Okay, dann erzähl mir zu Beginn doch kurz etwas über dich.

(00:00:06) *Interviewpartner 8:* Mein Name ist X. Ich bin 26 Jahre alt und komme aus Österreich. Und ja, ich bin Steuerungstechniker bei der Firma Blum. Und ja, was jetzt? Reiseverhalten jetzt auch schon, oder wie?

(00:00:26) *Autorin:* Kannst du mir auch gerne etwas erzählen dazu, wenn du willst.

(00:00:31) *Interviewpartner 8:* Lassen wir es dabei.

(00:00:32) *Autorin:* Okay, passt. Gut. Dann sprechen wir kurz über dein Reiseverhalten. Du hast in der Kurzumfrage gesagt, dass du etwa dreimal pro Jahr reist oder gereist bist in den letzten vier Jahren vor der Pandemie. Kannst mir kurz etwas dazu erzählen. Wie lange bist du da meistens geblieben? Wohin ist es gegangen? Waren das hauptsächlich Städtereisen oder eher Strandurlaub?

(00:00:55) *Interviewpartner 8:* Also eigentlich ganz gemischt. Eher Wochenendreisen, auch Strandreisen, aber eher Städtereisen bzw. ländliche Reisen.

(00:01:09) *Autorin:* Was meinst du mit ländlich?

(00:01:11) *Interviewpartner 8:* Z.B. in Spanien. Wir waren in Spanien eine Woche lang zum Angelurlaub und ja, fällt jetzt nicht im Strandurlaub oder Städtereise.

(00:01:26) *Autorin:* Ok. Und wie lange gingen diese Urlaube so durchschnittlich etwa immer?

(00:01:33) *Interviewpartner 8:* Durchschnittlich eine Woche.

(00:01:34) *Autorin:* Okay. Gut, als welche Art Reisetyp würdest du dich denn beschreiben? Also bist du eher durchstrukturiert oder ein spontaner Abenteurer?

(00:01:48) *Interviewpartner 8:* Eher spontan.

(00:01:51) *Autorin:* Okay. Informierst du dich, bevor du auf eine Reise gehst, über die Destination oder Aktivitäten vor Ort?

(00:02:00) *Interviewpartner 8:* Ja.

(00:02:01) *Autorin:* Und wie machst du das? Wie sieht es aus, was sind deine Informationsquellen?

(00:02:06) *Interviewpartner 8*: Ach, wie heisst die Seite nochmals? Über eine App, deren Name mir gerade nicht einfällt.

(00:02:17) *Autorin*: Kein Problem.

(00:02:18) *Interviewpartner 8*: Ja, das ist eigentlich alles. In der App, wie heisst die nochmals... Ja, fällt mir gerade nicht ein, aber es gibt eine App. Da muss nur der Standort eingegeben werden und schon kommen Freizeitaktivitätsmöglichkeiten und Essensmöglichkeiten aller Art.

(00:02:39) *Autorin*: Also findet alles online statt?

(00:02:42) *Interviewpartner 8*: Ja

(00:02:43) *Autorin*: Okay. Wieso reist du?

(00:02:51) *Interviewpartner 8*: Zur Entspannung, denke ich. Ja.

(00:02:52) *Autorin*: Okay, hauptsächlich zur Entspannung.

(00:02:54) *Interviewpartner 8*: Ja, hauptsächlich.

(00:02:57) *Autorin*: Okay. Und wie sieht dein Buchungsverhalten aus? Also über welchen Weg buchst du meistens deine Reisen? Ist das online oder...

(00:03:06) *Interviewpartner 8*: Eigentlich nur online.

(00:03:07) *Autorin*: Okay. Und wieso ist das so?

(00:03:11) *Interviewpartner 8*: Weils am einfachsten ist.

(00:03:14) *Autorin*: Okay. Und über welche Plattformen meistens?

(00:03:19) *Interviewpartner 8*: Die Reise oder der Flug oder die Unterkunft?

(00:03:23) *Autorin*: Generell.

(00:03:24) *Interviewpartner 8*: Booking und Airbnb. Ja.

(00:03:33) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun über deine Reise, in welchen du in einem Airbnb in einer europäischen Stadt genächtigt hast. Also ganz einfach an eine der zahlreichen Reisen denken. Und ja, wo war das?

(00:03:46) *Interviewpartner 8*: In Spanien. In Tremp.

(00:03:50) *Autorin*: Okay. Und wann war das?

(00:03:54) *Interviewpartner 8*: Das war 2018 und 19. Jeweils. Also zweimal der gleiche Ort.

(00:04:03) *Autorin*: Im Sommer?

(00:04:04) *Interviewpartner 8*: Mhm.

(00:04:05) *Autorin*: Okay, und mit wem warst du dort?

(00:04:08) *Interviewpartner 8*: Mit Freunden.

(00:04:10) *Autorin*: Also eine grosse, also mit mehreren Personen?

(00:04:11) *Interviewpartner 8*: Ja, drei bis fünf Personen.

(00:04:15) *Autorin*: Okay, wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Airbnb entschieden habt?

(00:04:19) *Interviewpartner 8*: Weil es in diesem Dorf kein Hotel gab und weil es am einfachsten ist, am unkompliziertesten.

(00:04:29) *Autorin*: Kannst du das etwas weiter ausführen?

(00:04:32) *Interviewpartner 8*: Ja, es ist halt wie daheim, man bekommt einen Schlüssel, kann kommen und gehen, wann man möchte. Man kann selber kochen. Ja.

(00:04:53) *Autorin*: Wie also denkst du, dass die Plattform selbst, also die Bedienungen und alles mögliche auch einen Einfluss auf diese Entscheidung hatte oder nicht wirklich?

(00:05:03) *Interviewpartner 8*: Von Airbnb? Ja. Jein. Es ist schon einfach. Also ja. Ja.

(00:05:14) *Autorin*: Und was genau?

(00:05:19) *Interviewpartner 8*: Es ist einfach unkompliziert. Man kommt sofort ins Gespräch mit dem mit dem Besitzer der Wohnung z.B. und kann von da weg alles mit ihm persönlich abklären. Einfach, ja, unkompliziert.

(00:05:39) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun über eine Hotelreise. Also kannst du da einfach an eine Reise denken. Wo war das?

(00:05:47) *Interviewpartner 8*: Das war in der Wachau 2020.

(00:06:01) *Autorin*: Sommer?

(00:06:12) *Interviewpartner 8*: Sommer.

(00:06:03) *Autorin*: Und mit wem?

(00:06:05) *Interviewpartner 8*: Mit der Familie auch.

(00:06:06) *Autorin*: Und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Hotel entschieden habt?

(00:06:12) *Interviewpartner 8*: Und nicht für eine Airbnb?

(00:06:14) *Autorin*: Ja.

(00:06:15) *Interviewpartner 8*: Ich denke, weil Airbnb. Eine, eine Airbnb Reise nicht für jedermann was ist und mein Vater war dabei und der wollte natürlich in ein Hotel.

(00:06:32) *Autorin*: Kannst du das etwas weiter ausführen?

(00:06:34) *Interviewpartner 8*: Ja, weil... Weil halt für Personen diesen Alters das Frühstück wichtig ist und die Verpflegung. Ja, und für die Jüngeren in der Familie natürlich der Pool interessant war. Ja und bei einem Airbnb ist das ja nicht dabei. Meistens.

(00:06:57) *Autorin*: Ja. Da muss man alles auch immer selber machen. Okay. Genau. Gibt es sonst noch irgendetwas, was du so in Bezug auf Hotel und auch auf Airbnb als wichtig empfinden würdest, was ich nicht gefragt habe, aber du noch gerne anmerken würdest?

(00:07:22) *Interviewpartner 8*: Bei der Entscheidung. Oder?

(00:07:26) *Autorin*: Ja.

(00:07:55) *Interviewpartner 8*: Ja, natürlich die Lage. Wenn mich etwas besonders interessiert an einem Ort und das Airbnb mitten im Zentrum wäre und das Hotel ausserhalb z.B. dann nehme ich natürlich das Airbnb

(00:07:45) *Autorin*: Okay.

(00:07:50) *Interviewpartner 8*: Und der Preis ist natürlich auch sehr wichtig.

(00:07:52) *Autorin*: Kannst du das etwas näher ausführen?

(00:07:55) *Interviewpartner 8*: Ja. Normalerweise sind Airbnb-Destinationen günstiger. Und ja, es gibt sie in allen Preisklassen. Ja.

(00:08:08) *Autorin*: Okay. Hast du sonst noch Fragen zu meiner Studie oder ähnlichem?

(00:08:16) *Interviewpartner 8*: Nein.

(00:08:17) *Autorin*: Perfekt. Dann sage ich. Vielen Dank für deine Bereitschaft, mit mir zu sprechen.

NACHTRAG:

Etwa eine halbe Stunde nachdem der Befragte das Interview gegeben hat, wurde der Autorin via Whatsapp eine Sprachnachricht gesendet:

«Während der Fahrt nach Hause habe ich noch etwas über die ganze Thematik nachgedacht. Ich habe ja zum Schluss noch kurz den Preis erwähnt. Dazu würde ich noch gerne sagen, dass der Preis schon wichtig ist, aber in ein Airbnb gehe ich meistens mit vielen Freunden und auch wenn es etwas teurer ist, dann ist das eher egal, da wir den Preis sowieso durch 4 oder 5 Personen teilen und es so wieder relativ günstig wird. Und so sind wir halt alle zusammen in einer Wohnung und nicht irgendwie in Zimmer aufgeteilt. Und der Name der App ist mir wieder eingefallen. Die App heisst Tripadvisor.»

Interviewpartner 9

Datum: 06.04.2021

Uhrzeit: 16:30

(00:00:01) *Autorin:* Okay, gut, dann erzählen mir doch bitte kurz etwas über dich.

(00:00:08) *Interviewpartner 9:* Allgemein?

(00:00:09) *Autorin:* Ja, genau.

(00:00:11) *Interviewpartner 9:* Also ich bin 28 Jahre, werde dieses Jahr 29. Arbeite mit dir zusammen im Marketing. Mach E-Commerce bzw. betreue unseren Onlineshop und Amazon. Privat habe ich einen Hund, durch den das Reisen mittlerweile ein bisschen schwieriger geworden ist, wie es früher war bzw. ein bisschen komplizierter, weil den kann ich ja nicht überall einfach mitnehmen. Ja.

(00:00:44) *Autorin:* Okay, vielen Dank. Dann sprechen wir kurz über dein Reiseverhalten. Du hast bei der Kurzumfrage angegeben, dass du zweimal pro Jahr in den letzten vier Jahren vor der Pandemie auf Reisen warst. Wohin ging es da die meiste Zeit? Wie lange bist du meistens geblieben? Waren des Reisenden ans Meer oder in Städte? Kannst du mir da einfach etwas erzählen?

(00:01:08) *Interviewpartner 9:* Also es war sowohl als auch. Es war, also der Grossteil war zu meinen Grosseltern nach Hamburg. Da war einmal was bevor wir dann weiter nach Gran Canaria geflogen sind, war so ein Zwischenstopp davor. Dann in Berlin war ich zwei oder dreimal in Gran Canaria und in Dublin. Genau.

(00:01:32) *Autorin:* Okay, und wie lange dauern deine Reisen so circa immer?

(00:01:35) *Interviewpartner 9:* Also es war glaub nie länger, wie anderthalb Wochen. Genau.

(00:01:43) *Autorin:* Okay. Und als welche Art Reisetyp würdest du dich beschreiben? Also bist du da eher durchstrukturiert oder eher ein spontaner Abenteurer?

(00:01:54) *Interviewpartner 9:* Gute Frage. Ich glaube, irgendwie so eine Mischung aus beidem, weil also komplett durchplanen, auch wenn ich es gerne würde, wird's bei mir nicht funktionieren, weil die Pläne zwar theoretisch gut sind, aber in der Umsetzung nicht ganz so funktionieren. Aber ich lasse mir das gerne auch einfach offen damit, wenn man so ein Land besucht, dass man das einfach kennenlernen kann und nicht von einer Aktivität zur nächsten hetzen muss.

(00:02:19) *Autorin:* Okay. Wie sieht dann der Planungsprozess vor der Reise aus? Was sind deine Informationsquellen und, ja, über was informierst du dich?

(00:02:35) *Interviewpartner 9*: Ja, gut. Das war immer schon schwierig zum uns ein, also gerade mit meiner Freundin, wo wir nach Gran Canaria geflogen sind, wohin wir wollen. Aber ja, das ist eigentlich immer recht spontan oder zufällig hat sich das ergeben, wo und was es da genau geworden ist. Also es war nicht so, dass wir unbedingt irgendwie was sehen wollten, sondern haben uns ein bisschen durch gegoogelt und das was uns dann so spontan ein bisschen angesprochen hat, haben wir dann irgendwie auch gebucht, aber es war nicht so, ja, wie soll ich sagen, dass wir unbedingt irgendwo an einen bestimmten Ort hinwollten oder so. Deshalb war so vorab Informationen über das Land dann dementsprechend auch eher weniger. Also es war eher spontan.

(00:03:22) *Autorin*: Okay, und über welche Quellen hast du dann gesucht nach Informationen?

(00:03:29) *Interviewpartner 9*: Also gerade Gran Canaria haben wir viel über Booking gemacht und so halt normal Google Search, was man da halt macht. Aber...

(00:03:37) *Autorin*: Also eigentlich alles online?

(00:03:41) *Interviewpartner 9*: Ja, ja, ja, auf jeden Fall alles online.

(00:03:43) *Autorin*: Und was würdest du sagen, wieso reist du?

(00:03:50) *Interviewpartner 9*: Wieso? Ja, erstmal glaube ich abschalten vom normalen Alltag irgendwie so und weil es mich auch grundsätzlich interessiert, wie andere Länder, andere Kulturen und das finde ich schon recht spannend und möchte eigentlich gern auch so viel wie möglich und so gut wie möglich sehen und kennenlernen können.

(00:04:16) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir doch kurz über dein Buchungsverhalten. Über welchen Weg buchst du die meisten Reisen? Also ja,...

(00:04:28) *Interviewpartner 9*: Tatsächlich über Booking und Airbnb. Es war eigentlich sonst noch nie etwas anderes. Es waren nur die beiden.

(00:04:37) *Autorin*: Also auch wieder alles online und nicht irgendwie offline.

(00:04:41) *Interviewpartner 9*: Ja, nein.

(00:04:44) *Autorin*: Okay, was würdest du als Vorteil sehen von Online-Buchungen?

(00:04:50) *Interviewpartner 9*: Glaub so die Vergleichsmöglichkeiten sind da extrem gross und, also das sehe ich als recht positiven Aspekt, wenn man sich da wirklich selber raussuchen kann, was möchte ich denn gerne. Das fand ich eigentlich immer ganz praktisch.

(00:05:08) *Autorin*: Okay. Vielen Dank. Dann denke jetzt bitte an eine Reise zurück, in der du in einem Airbnb in einer europäischen Stadt warst. Wo warst du?

(00:05:20) *Interviewpartner 9*: In Berlin.

(00:05:23) *Autorin*: Berlin. Und mit wem warst du dort?

(00:05:28) *Interviewpartner 9*: Da war ich mit drei Freunden von mir, also insgesamt zu viert.

(00:05:35) *Autorin*: Und wann war das?

(00:05:38) *Interviewpartner 9*: Vor drei? Ja, vor drei Jahren.

(00:05:42) *Autorin*: Und Sommer? Winter?

(00:05:46) *Interviewpartner 9*: Im Mai. Also Ende Mai zu meinem Geburtstag. Genau.

(00:05:51) *Autorin*: Okay. Passt. Wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Airbnb entschieden habt?

(00:05:56) *Interviewpartner 9*: Es war so, dass ich meinen Geburtstag nicht zu Hause feiern, sondern eigentlich weg wollte und eine gute Freundin von mir in Berlin wohnt und da wollte ich dann hin. Und dann haben sich die drei irgendwie mit angemeldet, dass sie mitgehen. Für mich war irgendwie klar, wenn wir da meinen Geburtstag feiern, möchte ich so viel wie möglich Zeit zu viert bzw. dann auch mit meiner Freundin, die dort wohnt, haben. Und nicht, dass jeder dann in den einzelnen Zimmern aufgeteilt ist und deswegen war es für mich klar, es wird ein Appartement bzw. eine Airbnb-Wohnung.

(00:06:31) *Autorin*: Okay, dann war das eigentlich der einzige Grund, so das Gemeinschaftliche.

(00:06:38) *Interviewpartner 9*: Ja genau. Okay.

(00:06:43) *Autorin*: Denkst du, dass die Plattform selbst auch einen Einfluss hatte auf die Entscheidung zusätzlich?

(00:06:52) *Interviewpartner 9*: Das würde ich nicht sagen, also ich es war das erste Mal, dass ich über Airbnb gebucht hab. Ich glaube, ich habe davor auch die ganze Zeit nicht wirklich angeschaut. Also das war nicht, dass das der ausschlaggebende, ausschlaggebender Punkt war.

(00:07:05) *Autorin*: Okay, gut, dann denke jetzt bitte an eine Reise zurück, in der du in einem Hotel in einer europäischen Stadt warst, wo war das?

(00:07:19) *Interviewpartner 9*: Nehmen wir Dublin.

(00:07:20) *Autorin*: Wann war das?

(00:07:22) *Interviewpartner 9*: Das war glaub ich vor vier Jahren.

(00:07:26) *Autorin*: Okay. Also 2017..

(00:07:29) *Interviewpartner 9*: Ja.

(00:07:30) *Autorin*: Okay, und mit wem warst du dort?

(00:07:32) *Interviewpartner 9*: Mit einer Freundin.

(00:07:34) *Autorin*: Okay. Und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Hotel entschieden habt?

(00:07:42) *Interviewpartner 9*: Wir wollten einen Städtetrip machen. Sind dann irgendwie zufällig auf Dublin, bzw. ich wollte eigentlich immer schon einmal nach Irland, dann Dublin ausgewählt und da war eigentlich klar, gut, wir sind eigentlich mehr oder weniger den ganzen Tag nicht irgendwie im Hotel oder im Appartement, wo wir irgendwie supertolles brauchen, sondern einfach nur schlafen und Frühstück. Und dann haben wir das auch eben über Booking damals so ein Hotel rausgesucht.

(00:08:10) *Autorin*: Okay. Und wie kam es dazu, dass ihr euch eben gegen ein Airbnb entschieden habt?

(00:08:16) *Interviewpartner 9*: Ich glaube, das stand damals gar nicht grossartig zur Diskussion. Also soweit ich mich erinnern kann, war es klar, da wird ein Hotel gebucht und fertig. Ich glaube, das war damals sogar Hotel und Flug so ein Kombi-Dings.

(00:08:29) *Autorin*: Ah, okay. Was würdest du sagen, sind so die Vorteile von einem Hotel?

(00:08:38) *Interviewpartner 9*: Ja, man muss sich nicht grossartig um etwas kümmern, also je nachdem was man da gebucht hat. Frühstück und je nachdem Abendessen bzw. Abendessen kannst du ja so auch immer gehen. Das musst du halt extra zahlen, aber es ist halt... Ja, glaub weniger Aufwand so, wenn man so ein bisschen das gerne gemütlicher haben möchte, dann kann man das im Hotel ganz gut. Ja.

(00:08:59) *Autorin*: Und was würdest du als Vorteile von einem Airbnb sehen?

(00:09:07) *Interviewpartner 9*: Ja gut. Je nachdem mit wem man geht eben das Gemeinschaftliche finde ich ist da mega. Ja, Vorteil sonst... Mir ist es grundsätzlich einfach sympathisch, irgendwie. Also wenn ich irgendwo hingeh, dass ich muss nicht ständig bekocht werde, ich kann auch selber mal kochen, bin ich glaube ich auch günstiger im Endeffekt. Ja, so ein klarer Grund habe ich so nicht, aber mir grundsätzlich sympathischer.

(00:09:39) *Autorin*: Okay, gibt es sonst noch irgendetwas, was du als wichtig empfindest in Bezug auf Hotel oder auch in Bezug auf Airbnb was ich nicht gefragt habe, aber du gerne noch irgendwie anmerken würdest, weil du es als wichtig empfindest?

(00:09:58) *Interviewpartner 9*: Fällt mir jetzt spontan nix ein.

(00:10:02) *Autorin*: Okay. Hast du sonst noch Fragen zu meiner Studie oder ähnlichem?

(00:10:08) *Interviewpartner 9*: Nein. Möchte es dann sehen, wenn es fertig ist.

(00:10:14) *Autorin*: Okay, passt. Dann sage ich Vielen Dank für deine Bereitschaft, mit mir zu sprechen und deine Erfahrungen mit mir zu teilen. Vielen Dank.

(00:10:22) *Interviewpartner 9*: Danke.

Interviewpartner 10

Datum: 08.04.2021

Uhrzeit: 08:30

(00:00:02) *Autorin*: Okay, kannst du mir einfach kurz etwas über dich erzählen, bitte.

(00:00:10) *Interviewpartner 10*: Ich bin 25 Jahre alt. Ich wohne in Vorarlberg. Ja, ich bin derzeit Gesundheits- und Krankenpflegeperson, habe nebenbei noch das Masterstudium absolviert. Ja, und ich reise sehr gerne, wenn man es denn kann.

(00:00:25) *Autorin*: Perfekt. In der Kurzumfrage hast du angegeben, dass du etwa 3-mal pro Jahr in den letzten 4 Jahren vor der Pandemie auf Reisen warst. Wohin ging es damals die meiste... Also ja, wohin ging es damals? Wie lange bist du denn meistens geblieben, also waren das kleinere Reisen, grössere Reisen an weit entfernte Orte, Städtereisen? Kannst du mir da einen kleinen Einblick geben, bitte?

(00:00:50) *Interviewpartner 10*: Also ich habe in den letzten Jahren zwei grosse Reisen gemacht. Das war einmal Thailand und einmal Portugal. Das waren Urlaube vor zirka 3 [Unterbrechung wegen technischen Problemen]

(00:01:07) *Autorin*: Es steckt... Geh ich. Kannst du vielleicht nochmals...

(00:01:13) *Interviewpartner 10*: Bin ich wieder da?

(00:01:16) *Autorin*: Ja. Kannst du vielleicht nochmals ab etwa Portugal beginnen bitte. Oh nein. Hallo! Hallo! X?

(00:01:43) *Interviewpartner 10*: Ja, jetzt bin ich wieder da.

(00:01:45) *Autorin*: Ja. Jetzt höre ich dich wieder.

(00:01:46) *Interviewpartner 10*: Warte mal. Jetzt müsste es gehen. Okay. Also Portugal bin ich stehen geblieben. Genau. Und sonst war ich eigentlich jedes Jahr in einem Städtetrip. Das waren dann meistens kürzere Reisen von 4, 5 Tagen. Ja, und mit den Freundinnen ging es auch meistens noch irgendwohin. Und ich hatte auch Freundinnen, die in Wien und Innsbruck studiert haben und die hab ich eigentlich auch meistens besucht.

(00:02:13) *Autorin*: Okay, passt. Als welche Art Reisetyp würdest du dich beschreiben? Also bist du da durchstrukturiert oder eher der spontane Abenteurer?

(00:02:25) *Interviewpartner 10*: Also ich informiere mich schon vorab, was man alles machen kann, aber vor Ort dann eher spontan.

(00:02:34) *Autorin*: Was heisst sich vorab informieren? Also welche Informationen holst du dir ein?

(00:02:40) *Interviewpartner 10*: Also einfach landschaftliche Informationen, dann die Sehenswürdigkeiten. Was man anschauen kann, welche Strände schön sind. Ja, wo man gut essen gehen kann. Einfach so. Und um ein bisschen.

(00:02:56) *Autorin*: Und über welche Quelle informierst dich? Also ist das online, offline?

(00:03:03) *Interviewpartner 10*: Also ich bin meistens noch ganz altmodisch und kaufe noch Reiseführer. Aber ich lese dann auch sehr viel Blogs im Vorhinein von Leuten, die bereits dort waren. Also online.

(00:03:16) *Autorin*: Okay. Und was würdest du sagen, wieso reist du?

(00:03:23) *Interviewpartner 10*: Ich finde, es ist eine Abwechslung zum Alltag. Man belohnt sich ein bisschen selber für die Leistungen, die man halt sonst während dem Jahr bringt, sei es im Studium oder während der Arbeit. Ja, und es ist einfach ein bisschen ein befreiendes Gefühl. Und ja, wo ich in Thailand z.B. war, war es für mich halt auch ein grosser Aspekt, einfach die Kultur und das Leben dort kennenzulernen.

(00:03:50) *Autorin*: Gut, dann sprechen wir nun über dein Buchungsverhalten. Über welchen Weg buchst du die meisten Reisen? Also findet das online statt, offline?

(00:04:02) *Interviewpartner 10*: Ja, also das meiste war wirklich online, also dass ich mich vorab einfach informiert habe. Und ich habe dann auch sehr viel Preise verglichen. Ich finde, das ist ein deutlicher Vorteil, wenn man das Ganze online macht. Wir waren dann jetzt kurz vor der Corona oder eigentlich während der Corona Pandemie noch in Griechenland und dort haben wir doch übers Reisebüro gebucht, weil man einfach mehr Sicherheit hat. Ich hatte auch einen Flug gebucht, den wir dann storniert haben aufgrund von Corona und dann ist das einfach über die Online-Wege schon immer etwas komplizierter. Also ist mehr online, aber dann doch ab und zu auch wieder im Reisebüro.

(00:04:45) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun über deine Reise mit Airbnb. Also denke jetzt einfach konkret an eine Reise zurück, wo du in einer europäischen Stadt warst. Wo war das?

(00:05:01) *Interviewpartner 10*: In Salzburg.

(00:05:03) *Autorin*: Und mit wem warst du dort?

(00:05:06) *Interviewpartner 10*: Mit einer Studienkollegin.

(00:05:09) *Autorin*: Und wann?

(00:05:12) *Interviewpartner 10*: Also wir waren 10 mal in derselben Wohnung. Immer zur Blockwoche über die letzten zwei Jahre. Und das war ungefähr jeden zweiten Monat.

(00:05:22) *Autorin*: Okay. Also war das vom Studium her bedingt, dass ihr...

(00:05:26) *Interviewpartner 10*: Genau.

(00:05:28) *Autorin*: Und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Airbnb entschieden habt?

(00:05:34) *Interviewpartner 10*: Also ich war schon öfter auf Airbnb-Reisen. Diese jetzt speziell einfach deswegen, weil die Lage gut war und ein Hotel wäre viel zu teuer gewesen. Und da wir wirklich immer für eine Woche lang dort lebten und das ja nicht wirklich wie ein Urlaub war, sondern einfach eine Unterkunft für das Studium, brauchten wir halt einfach eine Küche und ein Schlafzimmer und wollten einfach Platz für uns. Und ich finde es bei Airbnb-Wohnungen immer ganz fein, dass man einfach für sich sein kann und nicht abhängig ist von irgendwelchen Restaurants oder Essenszeiten. Genau.

(00:06:14) *Autorin*: Okay. Und denkst du, dass die Plattform selbst auch einen Einfluss hatte auf diese Entscheidung? Also die einfache Bedienung oder ähnliches?

(00:06:28) *Interviewpartner 10*: Ja, ich denke, wenn es komplizierter gewesen wäre, wäre es uns wahrscheinlich leichter gefallen, ein Hotel zu suchen. Aber so jetzt konkret, dass irgendwo Werbung gewesen wäre oder so das war nicht. Wir sind schon selbstständig auf die Airbnb-Seite gestossen.

(00:06:43) *Autorin*: Okay. Und jetzt denke bitte kurz an eine Hotel Reise zurück, wo du in einem Hotel in einer europäischen Stadt genächtigt hast. Wo war das?

(00:06:57) *Interviewpartner 10*: In Lissabon.

(00:07:00) *Autorin*: Und mit wem? Es hängt schon wieder. [technische Probleme] Und mit wem warst du dort?

(00:07:20) *Interviewpartner 10*: Mit meinem Partner.

(00:07:23) *Autorin*: Und wann war das?

(00:07:26) *Interviewpartner 10*: 2019 im September.

(00:07:33) *Autorin*: Okay. Und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Hotel entschieden habt?

(00:07:42) *Interviewpartner 10*: Also ja, es war für uns eigentlich ganz klar, dass wir in ein Hotel gehen. Einfach weil es für uns im Urlaub dazugehört, am Abend gut essen zu gehen und

am Morgen am Frühstücksbuffet zu frühstücken. Und deswegen sind wir dann auch in ein Hotel gegangen, damit wir nicht selber kochen müssen oder ja, so.

(00:08:04) *Autorin*: Also bist du mit ihm eigentlich noch nie in ein Airbnb gegangen, wie du sagst, einfach weil es für euch im Urlaub dazugehört?

(00:08:12) *Interviewpartner 10*: Doch wir waren auch in einem Airbnb in Wien und sind dann aber dort trotzdem essen gegangen. Einfach weil es von der Lage her besser war und weil es einfach vom Preis her deutlich günstiger war.

(00:08:25) *Autorin*: Okay. Und was würdest du sagen, sind sonst so die Vorteile von einem Hotel, vielleicht gegenüber einem eher Airbnb?

(00:08:36) *Interviewpartner 10*: Also ja, wenn man, wenn es einem wichtig ist, eigentlich dass jeden Tag das Zimmer geputzt wird und aufgebettet wird und das Bad frische Handtücher bekommt und man muss halt eben, also bei Airbnb ist es ja doch teilweise so, dass man selber die Bettwäsche mitnehmen muss oder die Handtücher. Das ist halt in einem Hotel nicht so oder dass man eben halt auch am meistens im Restaurant vom Hotel essen kann oder das teilweise auch sogar inkludiert ist, je nachdem was man gebucht hat. Ja, das finde ich, sind so die Vorteile.

(00:09:10) *Autorin*: Okay. Gibt es sonst noch irgendetwas, was du als wichtig empfinden würdest, was ich jetzt nicht gesagt habe in Bezug auf Airbnb oder Hotel bist du noch gerne anmerken würdest?

(00:09:23) *Interviewpartner 10*: Ja, also ich finde eigentlich, dass Airbnb Reisen unkompliziert sind oder eher für so spontane Aktionen besser sind, weil man einfach ungebunden ist. Und wenn man jetzt nicht zu den klassischen Hotelurlaub machen möchte, sondern einfach selbst kochen oder sich Geld sparen möchte, dann finde ich einfach das Airbnbs von Vorteil sind.

(00:09:49) *Autorin*: Was meinst du mit ungebunden?

(00:09:53) *Interviewpartner 10*: Ja, gerade so die Essenszeiten, dass es halt zu bestimmten Zeiten Frühstück gibt oder Abendessen. Das es dann noch bestimmte Vorschriften teilweise gibt, mit welcher Kleidung man in den südlichen Ländern in die Restaurants gehen darf. Und ja, es sind dann doch in einem Hotel meistens halt viele Menschen. Und in einer Airbnb Wohnung ist man halt doch alleine.

(00:10:16) *Autorin*: Okay, hast du noch Fragen zu meiner Studie oder ähnlichem?

(00:10:23) *Interviewpartner 10*: Ja, was genau ist eigentlich die neue Forschungsfrage, oder...

(00:10:26) *Autorin*: Meine Forschungsfrage ist, wie kam es dazu, dass du dich für ein Airbnb... dass sie sich für ein Airbnb entschieden haben, eine explorative Studie zum Wahlver-

halten von Millennials in Bezug auf Airbnb. Also mich interessiert einfach grundlegend, ja, wie kam es dazu, dass man sich für ein Airbnb und gegen ein Hotel entschieden hat. Das ist so meine Forschungsfrage. Gibt es....

(00:10:55) *Interviewpartner 10*: Cool, voll spannend.

(00:10:56) *Autorin*: Ja, voll. Gibt es sonst noch irgendwelche Fragen?

(00:11:01) *Interviewpartner 10*: Nein, im Moment eigentlich nicht.

(00:11:03) *Autorin*: Perfekt, sag ich vielen Dank für deine Bereitschaft, mit mir zu sprechen und deine Erfahrungen mit mir zu teilen.

(00:11:11) *Interviewpartner 10*: Ja, gerne.

Interviewpartner 11

Datum: 08.04.2021

Uhrzeit: 14:35

(00:00:01) *Autorin:* Gut. Kannst du mir zu Beginn etwas über dich erzählen, bitte?

(00:00:07) *Interviewpartner 11:* Irgendetwas?

(00:00:08) *Autorin:* Ja, genau.

(00:00:11) *Interviewpartner 11:* Also ich bin der X, bin 28 Jahre alt, komme gebürtig aus Vorarlberg und bin gern in meiner Freizeit unterwegs und reise auch sehr gerne, wann immer möglich.

(00:00:26) *Autorin:* Perfekt. Du hast in der Kurzumfrage gesagt, dass du vier oder mehrmals pro Jahr reist, in den letzten vier Jahren vor der Pandemie. Wohin ging es meistens? Wie lange bist du da meistens geblieben? Waren das Städtereisen oder ans Meer? Kannst du mir da etwas dazu erzählen?

(00:00:46) *Interviewpartner 11:* Gerne. Also ganz unterschiedlich. Am liebsten mache ich wirklich zwei bis drei Wochen Fernreisen. So in der Urlaubszeit quasi dann gerne auch weiter weg. Gibt aber auch immer wieder Anlässe, wo man so Kurztrips in Städte macht oder dass man in europäische Länder geht, wie Italien, Spanien, wo man dann auch nur mal fünf bis sechs Tagen unterwegs ist. Also alles was länger dauert, wenn längerer Urlaube vorhanden ist, weiter weg und kürzere Reisen, dann in Europa hauptsächlich.

(00:01:23) *Autorin:* Okay. Und ja, als welche Art Reisetyp würdest du dich beschreiben? Bist du da eher durchstrukturiert oder eher ein spontaner Abenteurer?

(00:01:35) *Interviewpartner 11:* Es kommt auch wieder darauf an. Also Städtereisen sehr spontan. Wenn es dann weiter weg geht, schon mit ein bisschen Planung.

(00:01:45) *Autorin:* Okay. Und wie sieht bei dir da der Planungsprozess aus vor so einer Reise?

(00:01:55) *Interviewpartner 11:* Also ich mach mir zuerst einmal Gedanken über den Reiseort. Dass ich mal in Google eingebe, was gibt's da überhaupt alles anzuschauen. Und dann mach ich mich möglichst online eigentlich schlau über die einzelnen Destinationen, wo es hingehen könnte. Oder oft auch über Freundeskreis. Dass jemand schon mal dort war und dann auch so Tipps geben kann, wo man hin muss.

(00:02:23) *Autorin:* Okay, aber so deine Hauptinformationsquelle würdest du sagen ist wer? Das Internet oder...

(00:02:31) *Interviewpartner 11*: Genau, also die Hauptinformationsquelle ist sicher das Internet. Was auch immer wieder mal ganz interessant ist, ist dann so ein Reiseführer ein gedruckter, aber eher seltener. Da muss es dann schon lange weg gehen, dass man so einen in Betracht zieht.

(00:02:46) *Autorin*: Okay. Und wieso reist du?

(00:02:52) *Interviewpartner 11*: Wieso reise ich? Weil neue Kulturen immer sehr interessant sind und neue Länder, neue Sitten. Es gibt viel zu entdecken bin ich der Meinung. Und wir haben es sehr schön in Vorarlberg und in Österreich generell, aber die Sehnsucht nach Strand und Sonne und Wärme ist dann auch im Winter vorhanden. Deswegen muss man gezwungener Massen weg.

(00:03:19) *Autorin*: Das stimmt. Gut, dann sprechen wir nun kurz über dein Buchungsverhalten. Über welchen Weg buchst du die meisten Reisen? Also ist das online oder auf einem offline Weg?

(00:03:33) *Interviewpartner 11*: Also die meisten Reisen tatsächlich online. Wobei alles was dann weiter weg geht und über mehrere Wochen geht, hole ich mir auch gerne eine Zweitmeinung in einem Reisebüro ein. Dann wird verglichen, ob online oder offline.

(00:03:49) *Autorin*: Auf was kommt es da an, dass du dann weisst, welches Angebot du nimmst?

(00:03:56) *Interviewpartner 11*: Also es kommt, irgendwo kommt es darauf an, also schlussendlich natürlich auch auf den Preis. Aber es geht auch um die Inklusiv-Leistungen. Beispielsweise, bei einem Reisebüro ist es immer weniger kompliziert, wenn es irgendwelche Umbuchungen gibt und gibt und Co. Da kümmert sich das Reisebüro darum. Das ist online immer ein bisschen schwierig, wenn man jetzt z.B. auf booking.com alles bucht, dann weiss man nie, ob das alles funktioniert und wie es mit der Betreuung dann im Endeffekt ist. Weil gibt's ja nicht, wenn man ehrlich ist.

(00:04:28) *Autorin*: Ja, du hast gerade booking.com erwähnt. Was sind so die meisten Plattformen, auf welchen du dich bewegst?

(00:04:37) *Interviewpartner 11*: Hauptsächlich tatsächlich booking.com. Ja, sobald sie, also es gibt verschiedene Herangehensweisen. Zum Teil gibt's diese klassischen Flug-Plattformen wie jetzt checkfelix oder Viagogo. Nein, nicht via, wie heissen die anderen? Fällt mir jetzt gerade nicht ein. Wo man halt die Flüge nachschaut und hauptsächlich Hotel technisch wirklich booking.com kommen oder eben Airbnb.

(00:05:04) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun kurz über deine Airbnb Reise in eine europäische Stadt, in ein europäisches Land. Wo bist du da hingegangen?

(00:05:16) *Interviewpartner 11*: Es ging nach Köln.

(00:05:18) *Autorin*: Okay. Und wann war das?

(00:05:23) *Interviewpartner 11*: Wann war das? Anfang letzten Jahres, also vor Corona noch.

(00:05:29) *Autorin*: Und mit wem warst du dort?

(00:05:31) *Interviewpartner 11*: Mit Kumpels. Also wir waren insgesamt zu fünft und haben dann gesagt, bevor wir da einzelne Zimmer nehmen, nehmen wir uns ein grösseres Airbnb, wie das dann im Endeffekt hoffentlich günstiger gewesen ist.

(00:05:45) *Autorin*: Okay. Und wie kam es dazu, dass ihr euch für ein Airbnb entschieden habt?

(00:05:52) *Interviewpartner 11*: Ja, also tatsächlich aus Kostengründen und aus Praktikabilitätsgründen, weil Hotels oftmals nur Zweier-Zimmer haben. Und wir wollten eigentlich alle zu fünft irgendwo absteigen und halt ja, günstiger reisen und das ist in einem Airbnb meistens der Fall.

(00:06:10) *Autorin*: Okay. Hatte die Plattform selbst auch einen Einfluss warum ihr Airbnb gewählt habt?

(00:06:20) *Interviewpartner 11*: Nein, nicht wirklich. Es war wirklich, man weiss, dass Airbnb, sobald du mehrere Leute bist, günstiger ist. Und wenn man keinen Wert auf irgendwelchen Sondern-Luxus, wie Frühstück, Abendessen und Co. legt, kommt man einfach mit dem geringsten Budget weg, glaube ich.

(00:06:41) *Autorin*: Okay, super. Dann sprechen wir noch kurz über eine Hotelreise, die du gemacht hast in ein europäisches Land. Wo war das?

(00:06:54) *Interviewpartner 11*: Hotelreise die letzte in Italien. In Südtirol.

(00:06:59) *Autorin*: Und wann war das?

(00:07:03) *Interviewpartner 11*: Vor zwei Jahren, im November.

(00:07:09) *Autorin*: Und mit wem?

(00:07:11) *Interviewpartner 11*: Mit meiner Freundin.

(00:07:12) *Autorin*: Okay. Und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Hotel entschieden habt?

(00:07:20) *Interviewpartner 11*: Weils ein Wellnessurlaub war und über Airbnb schwierig buchbar. Also da war dann wirklich das Hotel im Vordergrund und der Preis mehr oder weniger egal.

(00:07:32) *Autorin*: Okay. Was würdest du sagen, wäre so ein Vorteil von einem Hotel gegenüber einem Airbnb?

(00:07:42) *Interviewpartner 11*: Also der Vorteil ist die Bequemlichkeit im Hotel. Also man hat alles vor Ort. Man hat in einem guten Hotel ein Schwimmbad, man hat Frühstück, hat Abendessen, kann sich alles, ja, kann sich verwöhnen lassen in dem Sinn und Airbnb ist so die schnelle Variante, wenn man einfach nur unkompliziert irgendwo hingehen möchte.

(00:08:06) *Autorin*: Okay, gibt es sonst noch irgendetwas, was du als wichtig empfinden würdest in Bezug auf Airbnb oder in Bezug auf Hotels und was ich nicht gefragt habe, ob du gerne noch anmerken würdest?

(00:08:19) *Interviewpartner 11*: Also wichtig in Bezug auf Airbnb ist immer, dass die Fotos gut aussehen müssen bei Airbnb. Also sobald eine Unterkunft super Lage hat aber die Fotos bescheiden sind, dann wird dort wahrscheinlich nicht gebucht und deswegen schaue ich immer sehr auf die Foto Qualität bei den jeweiligen Unterkünften, weil es irgendwo schon ausschlaggebend ist. Und da sind die Hotels zum Teil noch ein bisschen besser ausgestattet, weil sie halt viel mehr Fotos drinnen haben.

(00:08:51) *Autorin*: Aber dann schaust du bei Hotels auch auf die Fotos?

(00:08:55) *Interviewpartner 11*: Absolut. Fotos geben natürlich den besten Input wie's davor halt aussieht.

(00:09:01) *Autorin*: Mich würde gerade jetzt noch interessieren, wenn wir nochmal kurz zu Airbnb-Reise zurückgehen. Wie war das mit der Lage? War die euch egal, oder?

(00:09:12) *Interviewpartner 11*: Die Lage war eben ganz wichtig deshalb, weil wir uns schlussendlich auch Airbnb entschieden, weil wir speziell im Stadtgebiet quasi geschaut haben und da dann die die Airbnb Wohnung ausgewählt haben, dass man mitten im Zentrum sind und nicht lange von draussen die Stadt rein müssen.

(00:09:28) *Autorin*: Okay. Und auch wenn es ein Hotel dort gegeben hätte, dann hättet ihr es eben trotzdem nicht genommen, weil hier dann eben einzelne Zimmer nehmen hätte müssen.

(00:09:38) *Interviewpartner 11*: Genau. Es waren dann eben zwei Aspekte. Zum einen eben der Preis, dass es im städtischen Bereich dann eher teurer war und diese Zimmer Thematik, genau.

(00:09:52) *Autorin*: Okay passt. Hast du noch irgendwelche Fragen an mich bezüglich der Studie oder ähnlichem?

(00:09:59) *Interviewpartner 11*: Was wird da im Endeffekt ausgewertet?

(00:10:03) *Autorin*: Im Endeffekt interessiert es mich eigentlich eben, warum man sich eigentlich im Urlaub für ein Airbnb entscheidet und eben gegen ein Hotel entscheidet. Das ist eigentlich so meine Forschungsfrage. Ja, okay. Sonst keine Fragen mehr.

(00:10:20) *Interviewpartner 11*: Nein.

(00:10:21) *Autorin*: Perfekt. Das war's schon. Dann sage ich vielen Dank für deine Bereitschaft, mit mir zu sprechen und deine Erfahrungen mit mir zu teilen.

(00:10:29) *Interviewpartner 11*: Gerne. Viel Erfolg.

(00:10:31) *Autorin*: Danke.

Interviewpartner 12

Datum: 09.04.2021

Uhrzeit: 15:30

(00:00:01) *Autorin*: Gut dann kannst du mir zu Beginn bitte etwas über dich erzählen.

(00:00:06) *Interviewpartner 12*: Mein Name ist X, ich bin 29 und ich reise gerne. Musst du noch mehr über mich wissen?

(00:00:19) *Autorin*: Hoffentlich lerne ich dich nun näher im Laufe des Gespräches kennen. Okay, du hast in der Kurzumfrage angegeben, dass du vor der Pandemie etwa 3-mal pro Jahr in den letzten 4 Jahren auf Reisen warst. Kannst du mir kurz etwas dazu erzählen? Wie lange bist du da meistens geblieben? Waren es kleinere Reisen? Städtereisen? Ja.

(00:00:42) *Interviewpartner 12*: Das waren ganz unterschiedliche Reisen. Also waren teilweise längere Reisen so 3 Wochen in Kuba z.B. Es waren aber auch kürzere Städtetrips dabei wie Barcelona, aber auch so Pauschalreisen z.B. in Griechenland einfach nur ein all-inclusive-Hotelaufenthalt.

(00:01:02) *Autorin*: Okay. Als welche Art Reisetyp würdest du dich beschreiben? Bist du eher durchstrukturiert oder eher ein spontaner Abenteurer?

(00:01:13) *Interviewpartner 12*: Eher durchstrukturiert.

(00:01:16) *Autorin*: Kannst du mir da etwas mehr dazu erzählen? Beispielsweise auch zum Planungs- oder Informationsprozess?

(00:01:23) *Interviewpartner 12*: Tja, ich hole halt vor einer Reise Informationen zu meiner, zu der Destination ein. Schau was man anschauen könnte. Buche eventuell auch einen Mietwagen, um dann selber die Sehenswürdigkeiten anzuschauen oder an schöne Strände zu fahren. Ja. Also eher durchstrukturiert. Ich habe da schon einen Plan, bevor ich in ein Land reise.

(00:01:50) *Autorin*: Okay, du hast eben gesagt, dass du eben Informationen einholst. Über welchen Weg geschieht das?

(00:01:58) *Interviewpartner 12*: Meistens online. Teilweise war ich aber auch schon im Reisebüro und habe dort Kataloge und so weiter geholt und über Social-Media und natürlich auch.

(00:02:11) *Autorin*: Da du gerade das Reisebüro erwähnt hast, sprechen wir kurz über dein Buchungsverhalten, und zwar über welchen Weg buchst du denn die meisten Reisenden?

(00:02:21) *Interviewpartner 12*: Das kommt darauf an. Wenn es eine längere Reise ist, die weiter weg geht, dann buche ich das übers Reisebüro. Zumindest die Rahmenbedingungen

wie die Langstreckenflüge oder auch hab auch schon ein Hotel übers Reisebüro gebucht, wenn ich mal weiter weg war und ansonsten hauptsächlich übers Internet, über Holidaycheck oder wie die ganzen anderen Seiten noch heissen.

(00:02:48) *Autorin*: Und was würdest du sagen, wieso reist du eigentlich?

(00:02:53) *Interviewpartner 12*: Weil mich andere Länder interessieren, aber es kommt auf die Reise an. Wenn ich jetzt nur in ein Hotel gehe, dann geht's eher um die allgemeine Entspannung und wenn ich aber jetzt eine grössere Reise oder einen Städtetrip mache, dann geht es eher darum, um das Land und die Stadt kennenzulernen.

(00:03:16) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir doch kurz über deine Airbnb-Reise. Zu Beginn einfach mal, wo war das?

(00:03:24) *Interviewpartner 12*: Das war am Wallersee.

(00:03:31) *Autorin*: Wann war das?

(00:03:33) *Interviewpartner 12*: Das war vor, ich glaube es war vor zwei Jahren. Zwei oder drei Jahren. Also ich weiss nicht mehr ganz genau.

(00:03:40) *Autorin*: Also 2018/19.

(00:03:42) *Interviewpartner 12*: Genau.

(00:03:42) *Autorin*: Sommer oder Winter?

(00:03:45) *Interviewpartner 12*: Es war im Sommer und ich war da mit meiner, ich war mal ein Jahr in Amerika und da war ich mit meiner Gastfamilie in einem Haus am See.

(00:03:58) *Autorin*: Okay. Und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Airbnb entschieden habt?

(00:04:04) *Interviewpartner 12*: Das kam daher, weil wir einige Personen waren und ein Hotel ziemlich teuer gewesen wäre. Ausserdem haben sie Unverträglichkeiten was Essen angeht und darum ist es auch einfacher, in einem Airbnb zu wohnen.

(00:04:21) *Autorin*: Also du meinst, dass man eben selber kochen kann.

(00:04:24) *Interviewpartner 12*: Genau

(00:04:26) *Autorin*: Was meinst du mit, dass ihr einige Personen wart? War das einfach so dann aufs Geld bezogen, dass das zu teuer wäre oder...

(00:04:35) *Interviewpartner 12*: Ja, ein Hotel ist ziemlich teuer, wenn, die sind zu viert und haben dann, also ich war dabei und dann wären es halt, wären es mindestens drei Hotelzim-

mer gewesen und das kostet dann mehr bzw. wäre das Hotel eher in einem Stadtzentrum gewesen und das Airbnb war am See eigentlich also auch ruhiger.

(00:04:57) *Autorin*: Okay. Und das war so gewünscht? Ruhig.

(00:05:00) *Interviewpartner 12*: Ja.

(00:05:02) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir noch kurz über deine Hotelreise. Wo war das?

(00:05:09) *Interviewpartner 12*: Die Hotelreise war in Griechenland, auf Kreta genauer und das war eigentlich so eine Pauschal-Hotelreise mehr oder weniger. Also wir hatten da auch all-inclusive. Es war direkt am Meer und der Grund, wieso wir das oder ich das gemacht diese Reise gemacht habe, war eigentlich wie vorhin schon erwähnt zur eigenen Entspannung. Einfach mal abschalten und in einer wärmeren Umgebung zu sein.

(00:05:44) *Autorin*: Und wann war das?

(00:05:48) *Interviewpartner 12*: Im selben Jahr wie die andere Reise also auch 2018. Ja, 2018 war das.

(00:05:54) *Autorin*: Okay, und mit wem warst du dort?

(00:05:56) *Interviewpartner 12*: Mit meinem Partner.

(00:05:58) *Autorin*: Ok. Und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Hotel oder eben eine Pauschalreise entschieden haben?

(00:06:07) *Interviewpartner 12*: Kreta ist sehr touristisch und da gibt's viele Hotelmöglichkeiten und es ist unkomplizierter wie wenn man auf Kreta ein Airbnb zu zweit bucht.

(00:06:18) *Autorin*: Was würdest du dort als kompliziert dann ansehen?

(00:06:23) *Interviewpartner 12*: Dass es meistens dann eher so Ferienhäuser sind, gerade in den touristischen Gebieten und zu zweit brauche ich kein ganzes Ferienhaus, sondern ja da reicht mir eigentlich ein Zimmer, in dem ich schlafen kann. Und natürlich verhältnismässig ist das Haus für zwei Personen auch teurer, indem ja normal sicher bis zu 6 Personen wohnen können.

(00:06:46) *Autorin*: Ja, okay. Gibt es sonst irgendetwas, was du als wichtig empfinden würdest, also jetzt in Bezug auf Airbnb oder in Bezug auf Hotel, was ich nicht gefragt habe, wie du gerne noch anmerken würdest?

(00:07:04) *Interviewpartner 12*: Eigentlich nicht wirklich. Also wie schon gesagt, Hotels eher zur Entspannung. Aber wenn ich jetzt auch in einer Stadt oder so bin, dann schaue ich mir halt an, wie das Preis-Leistungsverhältnis ist und wie die Lage ist. Und dann entscheide ich basierend auf diesen Werten.

(00:07:27) *Autorin*: Okay. Hast du noch Fragen an mich zur Studie?

(00:07:31) *Interviewpartner 12*: Nein.

(00:07:32) *Autorin*: Vielen Dank für deine Bereitschaft, mit mir zu sprechen und deine Erfahrungen mit mir zu teilen.

(00:07:38) *Interviewpartner 12*: Kein Problem, gerne.

Interviewpartner 13

Datum: 10.04.2021

Uhrzeit: 12:35

(00:00:02) *Autorin*: Gut, dann erzähl mir doch bitte kurz etwas über dich.

(00:00:07) *Interviewpartner 13*: Ich heiße X, bin 31 Jahre alt, wohne in Lustenau, bin ledig und arbeite als Kunststofftechniker.

(00:00:19) *Autorin*: Okay. Vielen Dank. Du hast bei der Kurzumfrage angegeben, dass du etwa 2-mal pro Jahr in den letzten 4 Jahren vor der Pandemie auf Reisen warst. Wohin ging es damals und wie lange bist du meistens geblieben? Waren das Städtereisen oder auch Strandurlaub? Kannst du mir da einfach ein bisschen was zu erzählen, bitte?

(00:00:39) *Interviewpartner 13*: Ah ja. Also wieso ich die zwei ausgewählt habe, das war ein Durchschnitt, ein Durchschnittswert. In der Regel mische ich meistens also Städte und Strandurlaub, würde ich jetzt mal so sagen. Wo es bei mir hinging, in einem Jahr ging ich z.B. nach Liverpool, dann nach Barcelona, dann nach Bosnien und dann nach Kos.

(00:01:16) *Autorin*: Und wie lange bist du dort ca. immer geblieben?

(00:01:18) *Interviewpartner 13*: Meistens also meistens waren's Kurztrips, also so um die drei bis vier Tage übers Wochenende oder zwischen den Feiertagen oder halt zwischen Feiertagen. Und die längeren Urlaube waren meist so 7 bis 10 Tage.

(00:01:38) *Autorin*: Okay, als welche Art Reisetyp würdest du dich beschreiben? Also bist du da eher durchstrukturiert oder bist du eher ein spontaner Abenteurer?

(00:01:48) *Interviewpartner 13*: Beides. Also es ist gut, wenn ein Plan vorhanden ist, was man anschauen will. Aber spontan ist auch gut.

(00:01:57) *Autorin*: Okay. Wie würdest du denn so ein, wie würde so ein Planungsprozess bei dir aussehen, bevor du eine Reise antrittst?

(00:02:08) *Interviewpartner 13*: Hm, meinst du jetzt rein nur was man anschauen will oder das komplette Organisatorische?

(00:02:14) *Autorin*: Einfach so das Organisatorische. Mit was fängst du an? Und...

(00:02:17) *Interviewpartner 13*: Zuerst, was für mich wichtig ist, das erste ist das Datum. Wann gehe ich auf Reise. Und bzw. ich schaue, dass ich zwei Möglichkeiten habe vom Datum. In weiterer Folge die Ortschaft. Also ich fixiere mich in meinem Jahr nicht auf mehrere Ortschaften oder Städte oder sonst was. Und in weiterer Hinsicht ist auch der Preis für mich sehr wichtig. Und dann auch die Unterkunft.

(00:02:50) *Autorin*: Okay. Aber ja zum Planen gehört natürlich auch informieren dazu. Wie sehr informierst du dich und über welchen Weg informierst du dich?

(00:03:04) *Interviewpartner 13*: Ich gehe gerne auf die Tipps von meinen Freunden ein. Also wenn die Freunde sagen oder der Freundeskreis sagt, diese Ortschaft, diese Stadt oder sonst etwas ist gut, dieses würde ich dir empfehlen, dann informiere ich mich in weiterer Folge ausserhalb also übers Internet oder eventuell über die sozialen Medien und das reicht eigentlich für mich aus.

(00:03:23) *Autorin*: Okay, also findet viel auch online statt neben den Freunden?

(00:03:26) *Interviewpartner 13*: Genau

(00:03:27) *Autorin*: Okay. Und was würdest du sagen? Wieso reist du?

(00:03:34) *Interviewpartner 13*: Ich glaube, der Hauptgrund ist für mich zum Abschalten, zum Urlaub machen und zum aus dem Alltag entfliehen und der zweite Grund ist eventuell andere Kulturen kennenzulernen, Städte besichtigen und eventuell Neues erachten zu erlernen, kennenlernen. Essen.

(00:03:57) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun kurz über dein Buchungsverhalten. Über welchen Weg buchst du die meisten Reisen?

(00:04:08) *Interviewpartner 13*: Also wenn es Kurztrips sind, dann schaue ich, dass ich selbst buche. Sei es jetzt über irgendeine App, wo ich ein Hotel buchen kann oder z.B. über Airbnb. Wenn es längere Reisen sind, also so wirklich Reisen, wo ich rein in den Urlaub gehe, wo ich wirklich nur ein Hotel haben will mit all-inclusive oder so, dann schaue ich, dass ich eventuell vielleicht das Reisebüro aufsuche und mir dort eventuell Informationen hole, wie ist das Hotel oder allgemein die Preis-Leistung vergleich, ob ich eventuell ein besseres Angebot finde oder sie.

(00:04:44) *Autorin*: Okay. Was siehst du als Vorteil von einer Online-Buchung und was als Vorteil von Reisebüro?

(00:04:55) *Interviewpartner 13*: Vom Reisebüro finde ich selber, dass du, dass du dir selber die Zeit sparst, das Ganze rauszusuchen. Also sei es das Hotel, die Bewertungen durchzulesen. Jedoch finde ich auch, dass du zu einem Anteil auch eingeschränkt bist, wenn du im Reisebüro bist. Daher finde ich es wiederum sehr gut, wenn du dich selbst auf die Suche machst oder auf die Suche gehst und dir die Hotels anschaust. Ich finde, da hast du mehr Einfluss auf die Auswahl. Du kannst dich selber entscheiden, wo du hingehen willst. Bei dem Reisebüro bist du wirklich eingeschränkt. Die haben wahrscheinlich ihre Favoriten und auch auf die Favoriten beziehen sie sich die meiste Zeit.

(00:05:41) *Autorin*: Okay. Dann sprechen wir nun über deine Airbnb-Reise. Also denk bitte einfach an eine Reise zurück, in welche du in einem Airbnb in einem europäischen Land genächtigt hast. Wo war das?

(00:05:56) *Interviewpartner 13*: Das war in Liverpool

(00:05:58) *Autorin*: Okay und mit wem warst du dort?

(00:06:00) *Interviewpartner 13*: Mit Freunden. Also wir waren zu viert.

(00:06:04) *Autorin*: Okay. Und wann war das?

(00:06:06) *Interviewpartner 13*: Das war vor ca. drei Jahren. 2017/2018.

(00:06:14) *Autorin*: Sommer, Winter?

(00:06:16) *Interviewpartner 13*: Winter. Das war im Dezember.

(00:06:21) *Autorin*: Okay. Ja. Wie kam es dazu, dass ihr euch dort für einen Airbnb entschieden habt?

(00:06:26) *Interviewpartner 13*: Es stellte sich gleich am Anfang heraus, dass wenn wir die Übernachtung über ein Hotel durchgeführt hätten, dass es sehr teuer wäre und in weiterer Folge haben wir halt versucht, eine günstige Möglichkeit zu finden und da hat sich das Airbnb sehr gut angeboten. Also die Preis-Leistung hat eigentlich super gepasst.

(00:06:53) *Autorin*: Kannst du mir sagen, ist Liverpool generell eine teure Stadt? Also würdest du sagen, war das Airbnb auch teurer? Oder was war der Grund? Könntest du das einschätzen?

(00:07:05) *Interviewpartner 13*: Der Grund, wieso wir wie das Airbnb ausgesucht haben ist, dass es erstens nicht teuer war und zweitens wir eigentlich keinen grossen Wert auf den Service gelegt haben. Also bei uns war eigentlich nur wichtig, dass wir eine halbwegs gute Übernachtung haben und dass wir das Geld anderweitig investieren können in Essen, Ausgang und Spass.

(00:07:25) *Autorin*: Okay. Denkst du, dass die Plattform selber, also die Webseite von Airbnb, auch einen Einfluss auf die Entscheidung hatte?

(00:07:34) *Interviewpartner 13*: Ich glaube nicht.

(00:07:38) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun über eine Hotelreise. Also denke bitte an eine Reise zurück, in welcher du in einem Hotel in einem europäischen Land genächtigt hast. Wo war das?

(00:07:50) *Interviewpartner 13*: Das war in Kos in Griechenland.

(00:07:54) *Autorin*: Mit wem?

(00:07:55) *Interviewpartner 13*: Mit Freunden wiederum.

(00:07:58) *Autorin*: Wie viele wart ihr dort?

(00:07:59) *Interviewpartner 13*: Zu viert.

(00:08:01) *Autorin*: Okay, und wann war das?

(00:08:05) *Interviewpartner 13*: Das war 2017. Im Sommer.

(00:08:10) *Autorin*: Okay. Wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Hotel entschieden habt?

(00:08:18) *Interviewpartner 13*: Wir gingen ins Reisebüro. Im Reisebüro hat sie uns mehrere Ortschaften angegeben oder Städte angegeben und in weiterer Folge sind wir alle heim gegangen, haben uns das ganze einmal im Detail angeschaut und ein bisschen informiert, was gibt es da und da sind wir zum Entschluss gekommen, dass wir uns für Kos entscheiden werden. Dann haben wir eigentlich die Buchung durchgeführt.

(00:08:40) *Autorin*: Okay. Und was ist oder sagen wir wie kam es dazu, dass ihr euch eben gegen ein Airbnb entschieden habt?

(00:08:52) *Interviewpartner 13*: Ich glaube, weil da nicht viele Airbnbs vorhanden waren. Das zweite Problem war, weil viele von uns ein Service verlangt haben, was wiederum in manchen Airbnb nicht vorhanden ist.

(00:09:09) *Autorin*: Okay. Und dass ihr das alles über das Reisebüro machen wollt, das war auch von Anfang an klar.

(00:09:16) *Interviewpartner 13*: Ja.

(00:09:09) *Autorin*: Ok. Gibt es sonst noch irgendetwas, das du als wichtig empfindest in Bezug auf Airbnb oder auf Hotels, was ich nicht gefragt habe, aber du gerne noch anmerken würdest?

(00:09:29) *Interviewpartner 13*: Was ich sehr gut finde, ist zum Beispiel, wenn man eine Buchung durchführt, dann muss man nicht unbedingt auf den, man muss sich nicht unbedingt auf den Preis fixieren, wo angegeben ist auf der Online-Seite, sondern es gibt meistens Kontaktdaten. Die Kontaktdaten kann man dann verwenden, zum eventuellen den Anbieter anrufen und eventuell einen persönlichen Preis zu erstellen, weil die können meistens was machen beim Preis.

(00:09:52) *Autorin*: Sprichst du jetzt von Airbnb speziell oder beides? Also auch von Hotel?

(00:09:58) *Interviewpartner 13*: Genau. Hotel und Airbnbs.

(00:10:00) *Autorin*: Okay, sonst noch etwas?

(00:10:02) *Interviewpartner 13*: Nichts.

(00:10:03) *Autorin*: Okay, hast du noch Fragen an mich zur Studie oder ähnlichem?

(00:10:09) *Interviewpartner 13*: Aktuell nicht.

(00:10:10) *Autorin*: Okay, passt. Dann sage ich vielen Dank für deine Bereitschaft, mit mir zu sprechen und deine Erfahrungen mit mir zu teilen.

Interviewpartner 14

Datum: 10.04.2021

Uhrzeit: 17:35

(00:00:03) *Autorin:* So kannst du mir bitte kurz etwas über dich erzählen.

(00:00:10) *Interviewpartner 14:* Kurz über mich erzählen. Geboren und aufgewachsen in Österreich. Für Studienzwecke nach Liechtenstein und nach London, für Arbeitszwecke nach Zürich gezogen und in unterschiedlichen Ländern als Architekt gearbeitet.

(00:00:31) *Autorin:* Super! Vielen Dank! Du hast bei der Kurzumfrage angegeben, dass du etwa dreimal pro Jahr in den letzten vier Jahren vor der Pandemie auf Reisen warst. Kannst du mir einfach kurz dazu etwas erzählen? Also wie lange warst du dort meistens? Waren das grössere Reisen oder ging es auch mal weiter weg?

(00:00:51) *Interviewpartner 14:* Prinzipiell sehr interessiert daran Kultur, Menschen, Regionen kennenzulernen, Landschaften genauso wie die Städtereisen, aber in den letzten Jahren speziell durch mobile Flexibilität mit dem Auto sehr gerne Städtereisen im Umfeld von 600 bis 800 Kilometern Entfernung, aber auch gerne mal weiter weg nach Südamerika oder Nordamerika. Prinzipiell spontan, eher spontan, auch wenn es weiter weg geht, aber immer gerne spontan, auch wenn entweder Flug oder Hotel dementsprechend mehr kosten. Aber lange Planungen gibt's bei mir nicht.

(00:01:43) *Autorin:* Okay, das wäre meine nächste Frage gewesen, ob du eher strukturiert oder spontan bist. Würde mich interessieren, wie sieht bei dir so ein Planungsprozess aus vor einer Reise, wenn du sagst, dass du sehr spontan bist? Findet da grossartige Planung statt?

(00:02:04) *Interviewpartner 14:* Ein Beispiel, das grundsätzlich meine Reisetätigkeit, Reiseleidenschaft widerspiegelt ist, sind die Semesterferien vom Studium in Vaduz. Zwei Wochen waren es damals ungefähr. Eine Woche war noch übrig. Und dann dachte ich mir, was mach ich? Was könnte ich machen? Und dann dachte ich mir, schau ich mir mal Google Maps an. Was ist so interessant? Wo könnte ich hin? Was könnte ich machen? In der einen Nacht beschlossen, dass ich nach New York fliege und am nächsten Tag nach Zürich am Flughafen und in New York gelandet. Also prinzipiell eher spontan. Nach Kulturen, nach Regionen, die mich interessieren. Frühestens, auch wenn es dann manchmal aufs Geld darauf ankommt. Frühestens drei Wochen davor.

(00:03:08) *Autorin:* Okay. Wow, ja, das war ein sehr spontaner Trip. Wenn du dir denn Informationen heraussuchst, ein bisschen übers Land oder über die Landschaft hast du vor Google Maps erwähnt. Oder Google Earth oder Maps, glaub ich. Wo suchst du sonst nach Informationen?

(00:03:32) *Interviewpartner 14:* Ja, gute Quelle, gute Quelle oder als Start zu den Quellen ist eben Google als bekannteste Suchmaschine. Und dann ja National Geographic, wo manchmal

Reisereportagen drin sind. Prinzipiell aber suche ich mir genauere Informationen über Kultur, Umgebung, ja über die lokalen Seiten, auch wenn es des Öfteren nicht auf Englisch ist, aber klassische Reiseanbieter oder Reisebüros oder sonstigen irgendwelche Reisereportagenportale interessieren mich wenig, weil ich mir selbst eine Meinung bzw. die Meinung der Locals mich mehr interessiert, als Meinung von irgendwelchen Reiseportalen.

(00:04:27) *Autorin*: Du hast gerade eben über ein Reisebüro gesprochen. Dann heisst das auch, wenn du eine Reise buchst, dann machst du das immer selber nicht wirklich über ein Reisebüro?

(00:04:38) *Interviewpartner 14*: Genau. Genau. Auch wenn des Öfteren wahrscheinlich ziemlich sicher teurer als ein Pauschal-Angebot zu buchen, buche ich eigentlich immer zuerst, weil es da durchaus um den Preis geht, minütlich vielleicht auch, zuerst den Flug, weil eine halbe Stunde später könnte ja teurer sein und danach überlege ich mir, wo könnte ich wohnen. Aber jeweils getrennt und nie ein pauschales Angebot.

(00:05:13) *Autorin*: Und wieso ist es so, dass du eben beispielsweise Reisebüros dann nicht verwendest, also einfach auch, wie du gesagt hast?

(00:05:23) *Interviewpartner 14*: Ja, für mich gibt's nicht wirklich ein Vorurteil darüber, dass diese Reisebüros vielleicht von unterschiedlichsten Hotelketten gesponsert werden, was durchaus der Fall ist, sondern eher, dass, sondern eher, dass ich einfach selbst bestimmen möchte und selbst mir die Arbeit antun möchte zu recherchieren, wo möchte ich hinreisen? Wie möchte ich dorthin reisen? Wann möchte ich ankommen? Wann möchte ich losfliegen? Diese Arbeit übernimmt das Reisebüro für mich, aber vielleicht nicht direkt zu meiner Zufriedenheit. Was Flugzeiten und so weiter betrifft. Also ich tu mir die Arbeit gerne an und dementsprechend kann ich schlussendlich selbst bestimmen, wo es wo es hingeht.

(00:06:16) *Autorin*: Okay. Dann sprechen wir doch über eine Airbnb-Reise, wo du in einem europäischen Land warst. Einfach vorab. Wo war das?

(00:06:27) *Interviewpartner 14*: Mailand.

(00:06:28) *Autorin*: Mailand. Wann war das?

(00:06:32) *Interviewpartner 14*: 2000... Moment... 2015

(00:06:43) *Autorin*: Okay. Und mit wem warst du dort?

(00:06:47) *Interviewpartner 14*: Das war eine Gruppe Studierende der Universität Liechtenstein.

(00:06:54) *Autorin*: Okay. Wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Airbnb entschieden habt?

(00:07:00) *Interviewpartner 14*: Es war ein Ausflug ausserhalb der Uni. In den Sommerferien zur Weltausstellung, zu der damaligen in Mailand stattgefunden hat und wir dachten, wir wollen das richtige Leben, das wahre Leben der Mailänder der Stadt Mailand kennenlernen und suchten uns dann in einem interessanten Stadtteil eine Wohnung, die zu mieten war über Airbnb. Damit wir eben, die, ja, das richtige Leben dort mitbekommen, aber auch indirekt dann über den Host unterschiedlichste Insidertipps bekommen können, die wir dann vielleicht in einem Hotel nicht direkt bekommen und nicht direkt den Kontakt zu den Original Mailändern bekommen.

(00:07:54) *Autorin*: Was heisst für dich richtiges Leben in einer fremden Stadt? Es gehört dazu oder für euch?

(00:08:00) *Interviewpartner 14*: Das richtige Leben. Für mich zumindest bedeutet dann bedeutet dann eben, wie die die Einheimischen dort leben. Wo gehen die Einheimischen einkaufen, wo gehen sie essen. Speziell für mich als Tourist, wo geht man essen, wo geht man einen Drink nehmen. Nicht direkt das Beispiel Mailand jetzt, aber Beispiel Barcelona, die Las Ramblas, die Hauptfussgängerzone, da wirst du kein authentisches Restaurant finden. Da gehst du lieber in die andere Richtung, weit weg von den touristischen Zentren und dort findest du dann das originale Leben, wo vielleicht, wie sie in Italien, eben auch in Mailand wohl Norditalienische und International so ist, dass die Menschen kein Wort Englisch sprechen. Und dann ist die Chance gross, dass du richtig bist und wenn die Speisekarte keine Bildchen enthält und nicht auf Englisch geschrieben ist, dann weisst du, das ist original authentisch. Lokal norditalienische zum Beispiel.

(00:09:09) *Autorin*: Okay. Und du hast kurz den Stadtteil erwähnt, in dem ihr die Wohnung hattet, wolltet ihr speziell in diesen Stadtteil gehen oder...

(00:09:21) *Interviewpartner 14*: Es war eigentlich auch eine Mischung aus Google Maps Suche, wer wir sind. Wir waren Architekten und konnten uns dann vom Luftbild her ein Bild davon machen, wie dieser Stadtteil funktioniert, wie es strukturiert ist, wie sich es dort anfühlt zu sein und eben ein bisschen Recherche wie dieser Stadtteil heisst und was für Leute dort wohnen. Das war ein Stadtteil voller kreativer Leute, Künstler, Musiker, Designer und deshalb war die die Wahl oder fiel die Wahl auf diesen Stadtteil mittels eben Recherche über Google Maps hauptsächlich.

(00:10:08) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nur kurz noch über eine Hotelreise in einem europäischen Land. Wo war das?

(00:10:17) *Interviewpartner 14*: Zum Beispiel London 2016.

(00:10:23) *Autorin*: Okay, und mit wem warst du dort.

(00:10:26) *Interviewpartner 14*: Alleine.

(00:10:27) *Autorin*: Okay. Wie kam es dazu, dass du dich dort für ein Hotel entschieden hast?

(00:10:32) *Interviewpartner 14*: Es war eine sehr kurze Reise. Vier Tage, um London kennenzulernen, aber gleichzeitig auch um einen Kochkurs in der Jamie Oliver Cookery School zu machen. Und weil ich London nicht kannte, weil ich zwar wusste, wie gross London ist, aber das nicht kannte, wollte ich irgendwo in der Nähe von dieser Kochschule sein. Und dann fiel die die Wahl auch wieder über Google Maps auf, einen sehr interessanten Stadtteil, der recht ruhig, aber interessant ist. Chiswick heisst der Stadtteil. Und da wollte ich ein authentisches, recht altes Hotel finden, wo man auch dementsprechend fiel die Wahl auf ein Hotel, wo man auch Frühstück bekommt, Bed and Breakfast. Nämlich ein ruhiges, zum Teil authentisch englisches Breakfast, das ich dann dort bekam. Das war die Wahl, warum ich dort ein Hotel wollte und in diesem Stadtteil.

(00:11:48) *Autorin*: Okay. Gibt es sonst noch irgendetwas, was du als wichtig empfinden würdest jetzt in Bezug auf die Entscheidungsfindung in Bezug auf Airbnb oder Hotel, das anmerken würdest, das ich nicht gefragt habe?

(00:12:02) *Interviewpartner 14*: Ja, also speziell für mich grundsätzlich, die Entscheidung, ob Airbnb ob quasi privat oder Hotel und dementsprechend kommerziell ist eigentlich eher die Frage, ob man eher mit den mit den Locals etwas zu tun haben möchte und vielleicht auch direkt Tipps von ihnen bekommen möchte. Aber auch direkt schon hineinschnuppern möchte. In eine Wohnung, in die Kultur der Locals oder ob man dementsprechend in ein Hotel möchte, nicht viel mit jemandem anderen zu tun haben möchte und aber auch gleichzeitig jemanden zu haben, der einem das Zimmer reinigt, aber auch die Möglichkeit zu frühstücken oder Mittag oder Abend zu essen direkt dort. Diese Möglichkeit hast du ja beim Airbnb nicht. Was aber für mich gleichzeitig auch interessant ist die je nach Stadt, wo ich war, das war für mich klar, dass ich aufstehen möchte um 9 oder 10 und dann auf die Strasse, in ein Café, irgendetwas kleines Frühstück. Das gehört so zu der Kultur dazu. Das ist so der der grobe Unterschied zwischen Hotel und Airbnb.

(00:13:22) *Autorin*: Okay, super. Dann gibt es von deiner Seite aus noch Fragen zu meiner Studie oder ähnliches?

(00:13:35) *Interviewpartner 14*: Bei beiden, beinahe bei meiner Masterarbeit oder Dissertation war es ja so, dass ich mir, das ist zwar keine Pflicht war, aber empfohlen wurde, dass man sich von Anfang an überlegt, erstens in welche Richtung möchte man recherchieren und zweitens wohin soll diese Recherche führen. Dann ist die Frage, was erwartest du dir davon zu wissen, was ein Hotel Urlaub, wo der Unterschied zwischen einem Hotel Urlaub und einem Airbnb Urlaub liegt? Wo liegen da deine Erwartungen? Sind die Erwartungen schon im Vorhinein klar, dass ganz oft ja, so wie ich jetzt vielleicht, ob es dann künstlerisch interessierte Leute, die sagen ja, ich bin eher locker drauf, ich geh Airbnb oder ich bin Businessman und möchte unbedingt möchte mit niemandem was zu tun haben und geh lieber in ein Hotel. In welche Richtung soll es führen oder hast du schon ein bisschen eine Meinung gebildet?

(00:14:39) *Autorin*: Also lustiger weise, also ich habe natürlich vorab schon Recherchen betrieben und viele Studien dazu gefunden und da kamen immer ganz unterschiedliche Gründe und ich konnte mir das alles ehrlich gesagt gar nicht vorstellen, weil für mich war einfach

klar, ich will in ein Airbnb, wenn die Lage passt und es für mich günstiger ist und ich muss sagen, mit dieser Einstellung bin ich eigentlich auch in die Interviews gegangen und habe mir gedacht, diese Antworten kommen jetzt, aber es liegen doch so viele unterschiedliche Gründe dahinter. Also viele haben dann auch gesagt, dass gerade das Gemeinschaftliche für sie wichtig ist, dass sie nicht wollen, dass 6 Personen auf drei verschiedene Zimmer aufgeteilt sind und sie darum eine Wohnung nehmen. Und das war sehr interessant, dass ich da eines Besseren belehrt wurde. Oder jetzt auch bei dir, einfach mit dem authentischen Lebensstil, hab ich so auch nicht in Betracht gezogen.

(00:15:36) *Interviewpartner 14:* Ja, über Geld haben wir jetzt gar nicht geredet. Aber das ist natürlich zum Teil auch, hast du in deiner Recherche wahrscheinlich auch herausgefunden, ein grosser Punkt, dass ein Hotelzimmer, egal wo auf der Welt mindestens 60 Euro in der Nacht kostet und ein Airbnb bekommst du in der gleichen Stadt um 30 Euro vielleicht. Natürlich auch, das war, zumindest, wenn es nichts selbst entscheiden muss, war das durchaus in der Gruppe nach Mailand ein Thema, dass wir etwas Günstiges bekommen zu fünft, aber auch, wie du gesagt hast, dass wir zusammen eine Wohnung haben. Dann hat jeder ein Zimmer oder sowas und im Wohnzimmer trifft man sich. Vielleicht kocht man und das ist auch ein Grund für Airbnb, je nachdem, was der Host sagt oder anbietet, dass man die Küche auch nutzen kann.

(00:16:24) *Autorin:* Genau, genau. Also sehr interessante Antworten hab ich da eigentlich schon bekommenen und wurde auch von meinem Pfad abgelenkt, oder ja.

(00:16:36) *Interviewpartner 14:* Aber in welche Richtungen gehen deine Recherchen oder bisherige Erkenntnisse, was Gesetzliches und Legalität von Airbnb in unterschiedlichen Ländern betrifft? Es ist ja nicht überall gern gesehen und oder legal.

(00:16:54) *Autorin:* Ja, ja, da hab ich mich jetzt nicht so darauf fokussiert, weil ich mir gedacht habe es geht mir um die Entscheidungsfindung. Aber du sagst also in vielen Ländern ist das nicht oder Städten ist es nicht gerne gesehen, wenn es den Wohnungsmarkt einfach auch kaputt macht. Und ja, aber direkt darauf eingegangen bin ich auch nicht und habe meine Recherche nicht unbedingt darauf fokussiert. Ja okay, dann sage ich vielen Dank für deine Bereitschaft, mit mir zu sprechen.

Interviewpartner 15

Datum: 10.04.2021

Uhrzeit: 19:35

(00:00:01) *Autorin:* Okay, zu Beginn kannst du mir kurz etwas über dich erzählen, bitte.

(00:00:06) *Interviewpartner 15:* Mein Name ist X. Ich bin 25 Jahre alt und reise gerne.

(00:00:15) *Autorin:* Du hast in der Kurzumfrage angegeben, dass du etwa vier Mal pro Jahr oder öfters pro Jahr in den letzten vier Jahren vor der Pandemie gereist bist. Wohin ging es damals? Wie lange bist du geblieben? Kannst du mir einfach etwas dazu erzählen kurz?

(00:00:31) *Interviewpartner 15:* Also kurz vorneweg, nicht alle Reisen waren privat, es waren, es gibt bei mir auch jährlich geschäftliche Reisen vom Beruf aus. Grundsätzlich sind die Reisen also vom Privaten her entweder Wochenendtrips in Städte oder Erholungsreisen oder eben auch längere Reisen, wenn ich wirklich ein fernliches Land erkunden will und eine neue Kultur kennenlernen will.

(00:01:03) *Autorin:* Und was denkst du, also, wie lange geht so eine Reise?

(00:01:08) *Interviewpartner 15:* Ja, es ist so Wochenendtrip sind zu drei bis vier Tage. So Erholungsurlaub, also wenn es jetzt wirklich z.B. in den Süden geht, dann ist das schon eine Woche. Aber so ja. Die Länge, die anderen Reisen dann länger. Das können dann bis zu drei Wochen sein oder auch länger. Wenn ich dann ja weiter weg reise z.B.

(00:01:29) *Autorin:* Okay. Als welche Art der Reisetyp würdest du dich beschreiben? Dann bist du da eher durchstrukturiert oder eher der spontane Abenteurer?

(00:01:38) *Interviewpartner 15:* Ja, also eher der Durchstrukturierte. Es spricht aber auch ab und zu nichts gegen ein spontanes Abenteuer.

(00:01:47) *Autorin:* Kannst du mir zu deiner Spontanität etwas mehr erzählen?

(00:01:52) *Interviewpartner 15:* Ja, also grundsätzlich, wenn die Struktur Freiraum lässt und es ergibt sich irgendwas lässiges, dann spricht doch nichts dagegen, das zu machen und dann dementsprechend was zu unternehmen. Also wenn ein gemütlicher Tag am Strand geplant ist und es kommt so ein Typ her und fragt, ob irgendwer tauchen gehen will und das passt mir gerade in den Kram, da mach ich das auch.

(00:02:18) *Autorin:* Und vom Reisen mehr wäre das auch so, dass du dann vielleicht ein paar Tage davor sagst, ja, kommt, wenn sich ergibt, gehen wir irgendwo hin?

(00:02:29) *Interviewpartner 15:* Ja. Also die Übernachtung und so, die sind schon meistens geplant. Aber so gewisse Programmpunkte, die können dann schon auch spontan von dem

einen auf den anderen Tag verschoben werden oder auch mal gestrichen und durch etwas Neues ersetzt werden.

(00:02:44) *Autorin*: Du hast aber auch gesagt, dass du eher auch durchstrukturiert bist. Wie sieht das bei dir so ein Planungsprozesse aus, bevor du eine Reise antrittst?

(00:02:53) *Interviewpartner 15*: Also grundsätzlich zuerst einmal muss ich wissen, wohin geht's. Für ein Land festlegen. Dann wann gehe ich? Wie geht's? Also fliege ich oder wird's eine Autoreise. Was sind die Eckpunkte der Reise? Wo gehe ich hin? Dann natürlich die Übernachtungen und sonstiges, wie am Mietauto oder so, wenn's das braucht.

(00:03:19) *Autorin*: Genau. Und damit du das alles herausfinden kannst, musst du dich natürlich davor informieren, wie sieht so das Informieren bei dir aus. Über welchen Weg informierst du dich?

(00:03:33) *Interviewpartner 15*: Also grundsätzlich einmal die, läuft da viel über Social-Media, mal was die Länderauswahl angeht und so weiter, die Destination und dann die Details, das geht dann schon eher über Plattformen, also sprich über Reiseanbieter oder Hotelplattformen oder Airbnb.

(00:03:53) *Autorin*: Okay, und was würdest du sagen? Wieso reist du?

(00:03:59) *Interviewpartner 15*: Ja, also abgesehen vom beruflichen, privat eben so zur körperlichen Erholung oder Aktivurlaub kann es auch mal sein, Skifahren oder Wandern oder natürlich auch um andere Kulturen kennenzulernen oder Städte abzuschnuppern.

(00:04:16) *Autorin*: Okay. Über welchen Weg brauchst du die meisten Reisen? Also, wenn wir jetzt über dein Buchungsverhalten sprechen.

(00:04:29) *Interviewpartner 15*: Also längere Reisen eigentlich auch mit dem Gedanken der Versicherung eher über Reisebüros, also dann Flüge oder Hotels. Ansonsten kürzere Reisen so eine Woche, so Pauschalurlaub oder so Städtetrips, die buche ich eigentlich mehr übers Internet.

(00:04:52) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir nun kurz über deine Airbnb-Reise. Also denke bitte an eine Reise zurück, in der du in einem Airbnb in einem europäischen Land warst. Wo war das?

(00:05:05) *Interviewpartner 15*: In Norwegen. In Oslo.

(00:05:08) *Autorin*: Okay. Und wann war das?

(00:05:10) *Interviewpartner 15*: 2015.

(00:05:13) *Autorin*: Und mit wem warst du dort?

(00:05:15) *Interviewpartner 15*: Mit drei Studienkollegen.

(00:05:18) *Autorin*: Also insgesamt wart ihr zu viert.

(00:05:20) *Interviewpartner 15*: Wir waren zu viert, genau.

(00:05:23) *Autorin*: Und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Airbnb entschieden habt?

(00:05:30) *Interviewpartner 15*: Das war, es war ein Wochenendtrip. Damals sind wir. Also waren wir am Studieren in Norwegen und waren auf der Suche nach einer günstigen, preiswerten Unterkunft für vier Personen, die uns recht, die recht zentral gelegen ist, uns aber doch viele Freiheiten bietet.

(00:05:55) *Autorin*: Du hast jetzt gesagt für vier Personen. Wolltet ihr einfach gemeinsam dann in einem Raum sozusagen in Anführungszeichen sein? Oder war das egal, ob ihr ein Einzelzimmer gehabt hättet?

(00:06:12) *Interviewpartner 15*: Das war, also wir wollten uns da selbst versorgen und haben da eine ganze Wohnung gemietet. Eben auch, weil wir das, das hat im Studentenheim schon recht gut geklappt in Norwegen und deshalb haben wir uns gedacht, warum nicht auch selbst versorgen und dann selber was kochen und auch die Möglichkeit eines Wohnraums oder Wohnraumes zu haben. Also die Vorteile einer Wohnung eigentlich im Urlaub zu haben.

(00:06:38) *Autorin*: Denkst du, dass die Plattform auch einen Einfluss hatte auf die Entscheidung?

(00:06:44) *Interviewpartner 15*: Ja. Hatte auch einen Einfluss. Hat uns eigentlich recht schnell recht gute Möglichkeiten geboten, nachdem was wir gesucht haben. Also da wir ja auf der Suche nach einer wirklich einer Wohnung waren und mit den Filtereinstellungen haben wir da recht schnell das gefunden, was wir gesucht haben.

(00:07:02) *Autorin*: Und dann werde ein Hotel gar nicht in Frage gekommen?

(00:07:05) *Interviewpartner 15*: Für die Reise nicht, nein.

(00:07:06) *Autorin*: Okay. Dann sprechen wir nun kurz über eine Hotelreise, in welcher du in einem europäischen Land warst. Wo war das?

(00:07:16) *Interviewpartner 15*: In Barcelona.

(00:07:17) *Autorin*: Und mit wem warst du da?

(00:07:19) *Interviewpartner 15*: Mit meiner Partnerin.

(00:07:21) *Autorin*: Und wann war das?

(00:07:23) *Interviewpartner 15*: 2018.

(00:07:25) *Autorin*: Okay, und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Hotel entschieden habt?

(00:07:31) *Interviewpartner 15*: Das war ein Städtetrip, den wir da gemacht haben und es war Airbnb eigentlich nicht wirklich eine Option, weil wir doch ein Frühstück haben wollten bei dem Städtetrip und dann sind wir dementsprechend dann, ja, haben uns für ein Hotel mit Frühstücksoption entschieden.

(00:07:53) *Autorin*: Also war das Frühstück so der Hauptgrund würdest du sagen?

(00:07:57) *Interviewpartner 15*: Ja, es war mehr oder weniger das Zimmer an sich. Wenn man nur ein Zimmer braucht und dann noch ein Frühstück dazu hat, ein kleines Zimmer, ist es preiswerter, wie wenn man Airbnb meist eine ganze Wohnung oder dann bei jemand anderem ist, ist nicht so gut.

(00:08:16) *Autorin*: Okay, und gibt es sonst noch etwas, was du jetzt wichtig empfinden würdest, also in Bezug auf Airbnb und in Bezug auf Hotel, was ich nicht gefragt habe, aber du gerne noch anmerken würdest.

(00:08:29) *Interviewpartner 15*: Fällt mir jetzt spontan nichts ein, nein.

(00:08:31) *Autorin*: Okay. Hast du noch Fragen zur Studie?

(00:08:34) *Interviewpartner 15*: Nein, danke.

(00:08:35) *Autorin*: Super. Vielen Dank für deine Bereitschaft mit mir deine Erfahrungen zu teilen.

(00:08:40) *Interviewpartner 15*: Immer wieder. Gerne.

Interviewpartner 16

Datum: 11.04.2021

Uhrzeit: 11:05

(00:00:00) *Autorin:* [Erzähle mir doch bitte] kurz etwas über dich.

(00:00:04) *Interviewpartner 16:* Also in Bezug auf Reisen oder allgemein?

(00:00:08) *Autorin:* Einfach, was du mir gerne erzählen willst.

(00:00:11) *Interviewpartner 16:* Was gibt's über mich zu erzählen? Ich mache mit dir den Marketing Master oder hoffentlich bald nicht mehr. Wir kennen uns von Anwendungsprojekt Miele. Eigentlich reise ich sehr gerne, aber in der letzten Zeit ist das etwas eingeschränkt, aber ich hoffe, ich habe im Sommer bald die Möglichkeit, nochmals ins Ausland zu gehen und endlich meine Spanisch-Kenntnisse aufzufrischen.

(00:00:45) *Autorin:* Okay, vielen Dank. Denn sprechen wir doch kurz über dein Reiseverhalten. Du hast bei der Kurzumfrage angegeben, dass du etwa dreimal pro Jahr in den letzten vier Jahren vor der Pandemie auf Reisen warst. Wohin ging es damals und wie lange bist du dort meistens geblieben? Also waren das eher kleinere Reisen, längere Reisen, Städtereisen. Kannst du mir dazu kurz etwas erzählen, bitte?

(00:01:11) *Interviewpartner 16:* Ja, gesamt meistens waren es immer kleinere Reisen, also Städtetrips oder vielleicht mal eine Woche Sommerferien irgendwo in Spanien oder Griechenland. Und dann kommen doch immer kürzere Reisen im Sinne von Städtetrips. Mal ein verlängertes Wochenende in eine europä, vor allem in Europa in eine europäische Stadt.

(00:01:43) *Autorin:* Okay, als welche Art Reisetyp würdest du dich beschreiben? Also bist du da eher durchstrukturiert oder eher ein spontaner Abenteurer?

(00:01:55) *Interviewpartner 16:* Ken... Es kommt ein bisschen darauf an. Ich würde sagen, bei kurzen Reisen eher durchstrukturiert und im Vergleich zu anderen Reisenden vermutlich auch bei langen Reisen. Aber wenn ich jetzt erst mehr Zeit habe oder wenn ich mehrere Wochen hin verreise, dann behalte ich mir gerne auch mal die Unterkunft offen oder den genauen Plan, damit man sich auch spontan um entscheiden kann und an einem Ort länger bleiben, wenn man möchte.

(00:02:36) *Autorin:* Und du hast jetzt ja gesagt, dass du doch eher durchstrukturierter bist. Dazu gehört natürlich auch, Informationen vorab zu suchen. Wie machst du das? Über welchen Weg?

(00:02:50) *Interviewpartner 16:* Ich glaub ich würde oder ich nutze eigentlich hauptsächlich das Internet oder Instagram. So grundsätzlich, welche [unverständlich] würde ich sagen, hauptsächlich booking.com und TripAdvisor auch, wo ich dann bzw. teil, habe ich bei meiner

letzten längeren Reise hatte ich noch ein zwei Reiseblogs, wo ich jeweils nachgeschaut habe, was die empfohlen haben. Ich hatte Informationen von Kollegen, die bereits da waren und da habe ich es meistens eben bei TripAdvisor nochmals abgecheckt oder auf Instagram gesucht, ob ich, sich das eigentlich übereingestimmt und mich dann entschieden, was ich machen möchte.

(00:03:46) *Autorin*: Okay. Und wieso, würdest du sagen, reist du?

(00:03:52) *Interviewpartner 16*: Ich glaube, um neue Kulturen kennenzulernen sicher und deren Baustile und Geschichte und Essverhalten, ob auch als Entspannung und irgendwie eine Zeit wegzukommen und mit Freunden etwas zu unternehmen oder Familie und ich finde es jeweils einfacher, wenn man nicht in seiner Heimat ist, um Ferien zu machen, weil es dann einfach neue Eindrücke gibt und man besser abspannen oder vom Alltag wekommt.

(00:04:34) *Autorin*: Okay, dann sprechen wir jetzt noch kurz über dein Buchungsverhalten. Über welchen Weg buchst du die meiste Reisen, die meisten Reisen?

(00:04:47) *Interviewpartner 16*: Also Flugreisen eigentlich meistens direkt über die Swiss-Webseite bzw. bei Onlinewebsite. Schlussendlich ist es dann oftmals doch ein Schweizer Anbieter, aber nicht immer. Aber auch bedingt natürlich durch den Standort, also ich bin nicht unbedingt bereit in eine andere Stadt aus Zürich zu fahren. Vielleicht Basel käme noch in Frage aber so grundsätzlich... Darum über die Swiss-Webseiten und Hotels, meistens über Booking.com oder Ebookers. Tendenziell schaue ich auch bei Airbnb, aber ich bin jetzt eben eine Person, die bis anhin Hotels vor Appartements bevorzugt hat, weil's meistens doch für eine kurze Zeit oder einen kurzen Aufenthalt einfacher ist.

(00:05:52) *Autorin*: Was meinst du damit? Also mit, dass es einfacher ist für einen kurzen Aufenthalt?

(00:05:58) *Interviewpartner 16*: Meine Erfahrungen war dann meistens bei Airbnb, sicherlich nicht bei allen, aber dass man immer noch für die Putzkosten aufkommen muss oder schauen muss, dass es irgendwelche Putzmaterialien hat, dann muss man die Badetücher selber mitbringen und wenn man einen Städtetrip macht, nur Handgepäck dabei hat, ist es einfacher, wenn man ein möglichst viel vom Hotel zur Verfügung gestellt bekommt und sonst nicht viel Zeit für die Unterkunft oder viel Material mitnehmen muss.

(00:06:36) *Autorin*: Okay, du hast gesagt, dass du eben viel über die Swiss-Webseite buchst oder Onlinewebsites. Also heisst es eigentlich, dass du alles selber online machst und nicht wirklich ein Reisebüro benutzt?

(00:06:55) *Interviewpartner 16*: Ja, das ist ein guter Punkt. Ich buche teilweise über Onlinewebsites von Reisebüros. So ganze Kombiangebote. Das hab ich auch gerade so für Sommerferien im Jahr ungefähr eine Woche zwei Wochen verreisen, dann schaue ich da jeweils nach und bei meiner letzten längeren Reise bin ich mit Sta Travel oder Star Travel, so ein Reisebüro für Studenten hauptsächlich in St. Gallen, es ist eine Kette und ich war in St. Gallen und hab dann mit ihr zusammen vor Ort die Flüge gebucht und ich hatte da, wie so Grup-

penreisen teilweise und die hab ich auch über sie gebucht und dann Hotels und kleinere Flüge dazwischen selber online.

(00:07:58) *Autorin*: Okay. Ja, wie kam es dazu, dass du dort dann in ein Reisebüro gegangen bist, wenn du sonst eher alles online machst?

(00:08:09) *Interviewpartner 16*: Ich hatte... Ich wusste, dass sie vom Reiseanbieter, wie so Gruppenreisen für jüngere Personen machen, dass sie das anbieten, durch Kolleginnen, die bereits für andere Länder das gleich gemacht haben, gleich sehr positiv, also positive Erfahrungen damit gemacht haben und dann bin ich spontan mal vorbei und hab nachgefragt und war dann eigentlich auch relativ überzeugt. Ich habe auch das Gefühl, dass sie wirklich auf unser Zielpublikum ausgerichtet waren vom Alter. Es war, ich glaube, wenn meine Grosseltern in dieses Reisebüro gegangen wären, hätte es nicht gleich gut gepasst.

(00:09:00) *Autorin*: Okay, und was würdest du sagen, ist der Vorteil von online selber buchen?

(00:09:10) *Interviewpartner 16*: Ich glaube man hat vielleicht ein bisschen besseren Überblick oder welche Leistungen bzw. kann Preise besser vergleichen oder die Produkte wählen und Angebote wählen, die den Bedürfnissen eher entsprechen. Aber es braucht auch sehr viel Zeit. Meistens der Grund, wieso ich mich total für ein Reisebüro entscheiden würde, gerade beim grösseren Trip. Sonst hatte ich auch das Gefühl online ist immer das Risiko da, wenn man niemanden kennt, der über diese Plattform gebucht hat oder über dieses Reisebüro, dass irgendwo ein Risiko dabei ist, dass vielleicht etwas schiefgeht oder man verarscht wird blöd gesagt.

(00:10:11) *Autorin*: Ja okay, dann denk jetzt bitte an eine Reise zurück, in welcher du in einem Airbnb in einem europäischen Land warst. Wo war das?

(00:10:26) *Interviewpartner 16*: In Frankreich in Bordeaux.

(00:10:30) *Autorin*: Okay. Mit wem warst du dort?

(00:10:33) *Interviewpartner 16*: Mit drei Kolleginnen, die ich in der Sprachschule in Frankreich kennengelernt habe.

(00:10:41) *Autorin*: Und wann war das?

(00:10:45) *Interviewpartner 16*: Gute Frage. Es war schon, ich glaube 2016 unterdessen.

(00:10:54) *Autorin*: Und war, dass im Sommer, Winter, Frühling?

(00:10:59) *Interviewpartner 16*: Sommer.

(00:11:01) *Autorin*: Okay, und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Airbnb entschieden habt?

(00:11:07) Interviewpartner 16: Das war auch relativ spontan und dann haben wir irgendwie kurz vorher eine Woche nach einer Unterkunft gesucht. Ich glaube die anderen Unterkünfte waren einerseits bereits ausgebucht und dieses, das Airbnb, also Bordeaux, die Stadt hat sehr viele alte Häuser, die geschützt sind und da hat es aber Appartements drinnen, aber nicht so viele Hotels, so wie ich es in Erinnerung habe. Und da haben wir wie da ein sehr zentrales Airbnb gefunden und sind darum und dort war es schlussendlich wie besser. Der Standort war deutlich besser verglichen mit anderen Orten.»

(00:11:57) *Autorin*: Okay, und denkst du, dass die Plattform selber auch einen Einfluss auf diese Entscheidung hatte?

(00:12:08) *Interviewpartner 16*: Wie meist du? Also, dass wir mit einem Airbnb gegangen sind, oder?

(00:12:13) *Autorin*: Genau.

(00:12:17) *Interviewpartner 16*: Ich glaube ehrlich gesagt nicht. Ich glaube, das habe ich dir auch geschrieben, ich habe das Airbnb nie selber gebucht. Darum weiss ich nicht, ob das wirklich einen Einfluss hatte. Grundsätzlich bei mir eher nicht. Sondern es ging viel mehr um den Standort und den Preis. Schlussendlich.

(00:12:44) *Autorin*: Du hast jetzt gerade noch den Preis erwähnt. War dieser so viel günstiger oder kannst du mir kurz dazu noch was erzählen?

(00:12:55) *Interviewpartner 16*: Ich glaube, das war deutlich günstiger, als wenn wir ein Hotel für, am selben Standort gewählt hätten.

(00:13:10) *Autorin*: Okay. Passt, dann sprechen wir kurz über eine Hotelreise von dir, in welcher du in einem europäischen Land warst. Wo war das?

(00:13:23) *Interviewpartner 16*: In Kreta glaube ich.

(00:13:28) *Autorin*: Okay, und mit wem warst du dort?

(00:13:31) *Interviewpartner 16*: Mit deiner Kollegin oder Freundin.

(00:13:36) *Autorin*: Und wann war das?

(00:13:39) *Interviewpartner 16*: Letzten August, also August 2020.

(00:13:45) *Autorin*: Und wie kam es dazu, dass ihr euch dort für ein Hotel entschieden habt?

(00:13:52) *Interviewpartner 16*: Wir waren für eine Woche da, und zwar es war ja wegen Corona gar nicht so viel möglich, aber der Grund war auch es waren Sommerferien und das Hotel war direkt am Strand und hatte einen eigenen Strandzugang. Man hatte einen involviert,

also eine Poolanlage inkludiert, Restaurants und es war einfach alles da, was man brauchte für eine Woche, ohne selber gross einkaufen zu müssen. Oder.

(00:14:31) *Autorin*: Also würdest du sagen, dass eben einfach so die Annehmlichkeiten eines Hotels, also Poolanlage, dass man das Frühstück hat, dass man direkt am Strand ist, der Grund war, weil ihr euch einfach selber nicht verpflegen wolltet und um etwas kümmern wolltet.

(00:14:48) *Interviewpartner 16*: Ja

(00:16:34) *Autorin*: Okay. Gibt es sonst noch irgendetwas, was du als wichtig empfinden würdest, also jetzt in Bezug auf Airbnb und in Bezug auf Hotels, was ich nicht gefragt habe, aber du gerne einfach noch anmerken würdest?

(00:15:14) *Interviewpartner 16*: Ich weiss nicht, ob es wichtig ist aber so tendenziell, glaube ich sind für mich Apartments grundsätzlich dann attraktiv, wenn du vielleicht in einer grösseren Gruppe bist und sonst im Hotel alle getrennt in einzelnen Zimmern sind. Also dann hat man wie mit den Apartments die Chance vielleicht zu viert noch zu sechst, trotzdem alle zusammen zu sein. Und glaube, es kommt wie auch auf das Land und dessen Infrastruktur an, für was ich mich entscheiden würde. Also in einem ärmeren Land tendiere ich eher dazu, zu einem Hotel zu gehen oder auch wie in Kreta, wo alle Strandzugänge von grossen Hotels besetzt sind. Meistens ist es dann einfacher als vielleicht in Barcelona, oder irgendwo in Spanien, wo die ganze Stadt anders aufgebaut ist, wo man vielleicht ein cooles Apartment hat, wo alle Hotels gar nicht am Strand sind. Da muss man ja sowieso die ÖV verwenden und dann denke ich für mich ist das Airbnb eine gleich gute Option je nachdem.

(00:16:34) *Autorin*: Super, das ist ein interessanter Punkt, welcher du noch erwähnt hast. Gibt es sonst noch Fragen zu meiner Studie oder ähnlichem?

(00:16:44) *Interviewpartner 16*: Nein.

(00:16:46) *Autorin*: Dann bedanke ich mich bei dir für deine Bereitschaft, mit mir über deine Erfahrungen zu sprechen.

D - Coding

Codes und Kodegruppen – Atlas.ti

◇ **Buchungsprozess**

15 Kodes:

- Airbnb Stornierung -
- Booking.com
- Buchungen von Reisen (Art)
- Buchungspaket Hotel
- Buchungsprozess
- Buchungsprozess Airbnb
- Eingeschränkt
- Entspricht Bedürfnis
- Grund online buchen
- Inklusiv Leistungen Buchung
- keine Verpflichtung
- nicht weiter umgeschaut
- Offline
- Online buchen
- Stornierung

Informationssammlung

11 Kodes:

- Abgezockt werden
- falsche Rezensionen
- Fotos Airbnb
- Fotos Hotel
- Freunde als Infoquelle
- Informationssammlung
- Offline
- Online Informationsquellen
- Vergleichen Angebote
- Vergleichen Plattformen
- Vergleichen Preise

Persönliche Infos Befragte

38 Kodes:

- Aktivurlaub
- Alltag rauskommen
- Alter
- Anzahl Personen
- Anzahl Personen Airbnb
- Anzahl Personen Hotel
- befreiendes Gefühl

- Belohnung
- Dauer Aufenthalt Airbnb
- Entspannung
- Erfahrungen sammeln
- Erlebnisse sammeln
- Erstes Mal Airbnb
- finanzielle Mittel Reisen
- Freizeit
- Herkunft
- Hobbies
- Interesse an Ländern
- internationale Freunde
- Neues entdecken
- Organisiert
- Reisen als Auszeit
- Reisetyp
- Reiseverhalten alleine
- Reiseverhalten Beruf
- Reiseverhalten Familie
- Reiseverhalten Freunde
- Reisevorlieben
- Sehnsucht
- Spass Reisen
- Spontanität
- Sport und Reisen
- Standard Millennial
- Studium/Job
- Wahrzeichen sehen
- Wohnort
- Zeit mit Freunden
- Zivilstand

spricht für Airbnb

44 Kodes:

- Annehmlichkeiten Airbnb
- Annehmlichkeiten Hotel -
- Anzahl Personen
- Anzahl Personen Airbnb
- Ausstattung
- Authentizität
- Beschreibung Airbnb
- Bewertungen Airbnb
- Buchungsprozess Airbnb
- Eigenschaften Unterkunft
- Einfachheit buchen Airbnb

- Einfachheit/Schlafplatz
- Entscheidung Airbnb
- Entspricht Bedürfnis
- Erfahrungen Airbnb
- Flexibilität Airbnb
- Fotos Airbnb
- Geld anderweitig ausgeben
- Gemeinsam sein
- Grund für Reise Airbnb
- Host Airbnb
- Hotels ausgebucht
- Infrastruktur
- Keine Hotels
- Kochen
- Kontakte knüpfen
- Kosten Airbnb
- kurzfristige Reisen
- Lage Airbnb
- länger nicht in Hotel
- Leben wie Einheimische
- Plattform Airbnb
- Preis verhandeln
- Preis-Leistungsverhältnis
- Preisklassen Airbnb
- Privatsphäre Airbnb
- Sauberkeit Airbnb
- Schlüsselübergabe
- Spontanität
- Tiere Airbnb
- Unkompliziert Airbnb
- Vorhinein Airbnb
- Zimmer Airbnb
- zuhause fühlen

spricht für Hotel

27 Kodes:

- Airbnb Kosten -
- Airbnb Lage -
- Airbnb Stornierung -
- Airbnb und Familie
- ältere Person Meinung Airbnb
- Annehmlichkeiten Hotel +
- Anzahl Personen
- Anzahl Personen Hotel
- Buchungspaket Hotel

- Entscheidung Hotel
- Entspannung
- Erwartungen Airbnb
- Erwartungen Hotel
- Grund für Reise Hotel
- Hotel bevorzugt
- Hotel Menschen um sich
- Hotel Stornierung +
- Hotelmarken/-ketten
- Kosten Hotel +
- Lage Hotel
- Pauschalreise
- Privatsphäre Hotel
- selber mitbringen Airbnb
- Unkompliziert Hotel
- Unsicherheit vermeiden
- viele Hotels
- Zu viel Platz

Keine Kodegruppe

26 Kodes:

- Bewertungen Hotel
- Bewertungen online
- Eingeschränkte Möglichkeiten
- Fortbewegung
- Jahreszeit Airbnb
- Jahreszeit Hotel
- keine Airbnbs
- Kosten Hotel -
- Kriterien Unterkunft
- mobile Flexibilität
- Ort Airbnb
- Ort Hotel
- Planung
- Platz Airbnb
- Reisebegeisterte Freunde
- Sauberkeit
- selber suchen
- Selbstständigkeit
- Sicherheit (Kosten)
- Stadtbild
- Strukturiert
- Unabhängigkeit
- weitere Plattformen
- Wer hat gebucht?

- Zeitersparnis
- Zimmer Hotel -

E - Eigenständigkeitserklärung

Ich erkläre hiermit,

- dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig, ohne fremde Hilfe und ohne Verwendung anderer als der angegebenen Hilfsmittel verfasst habe;
- dass ich sämtliche verwendeten Quellen erwähnt und gemäss gängigen wissenschaftlichen Zitierregeln korrekt zitiert habe;
- dass das Thema, die Arbeit oder Teile davon nicht bereits Gegenstand eines Leistungsnachweises einer anderen Veranstaltung oder Kurse waren, sofern dies nicht ausdrücklich mit dem Referenten /der Referentin im Voraus vereinbart wurde und in der Arbeit ausgewiesen wird;
- dass ich ohne schriftliche Zustimmung der Universität keine Kopien dieser Arbeit an Dritte aushändigen oder veröffentlichen werde, wenn ein direkter Bezug zur Universität St.Gallen oder ihrer Dozierenden hergestellt werden kann;
- dass ich mir bewusst bin, dass meine Arbeit elektronisch auf Plagiate überprüft werden kann und ich hiermit der Universität St.Gallen laut Prüfungsordnung das Urheberrecht soweit einräume, wie es für die Verwaltungshandlungen notwendig ist;
- dass ich mir bewusst bin, dass die Universität einen Verstoß gegen diese Eigenständigkeitserklärung sowie insbesondere die Inanspruchnahme eines Ghostwriter-Service verfolgt und dass daraus disziplinarische wie auch strafrechtliche Folgen resultieren können, welche zum Ausschluss von der Universität resp. zur Titelaberken- nung führen können.

Datum und Unterschrift *16. 05.21*

