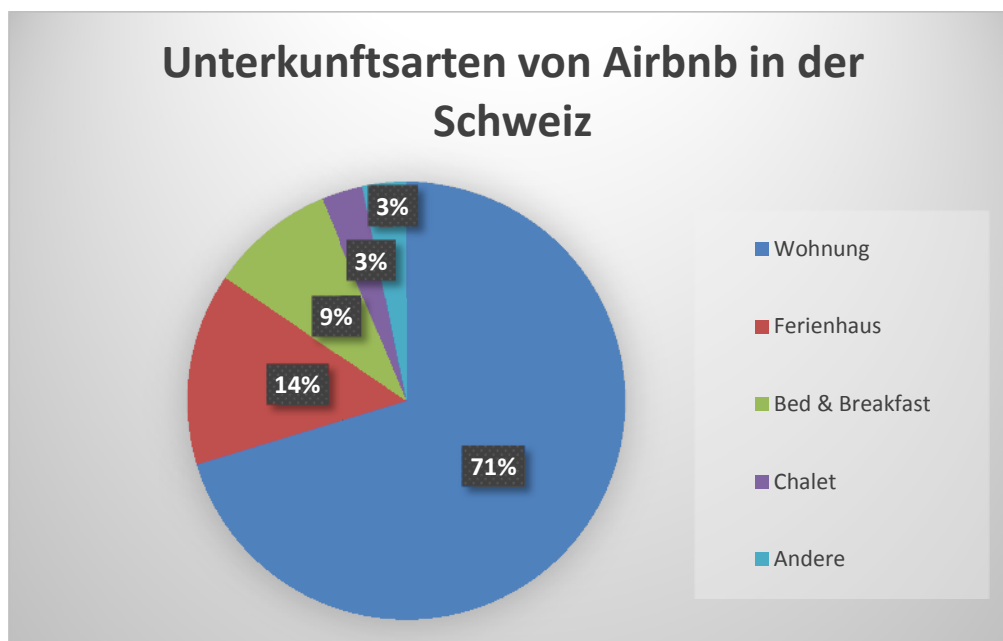


AIRBNB – DAS KONZEPT „LUFTMATRAZE UND FRÜHSTÜCK“ WIRD ZUM ERFOLG DER IMMOBILIENBRANCHE! EIN UP TO DATE AUS UNSERER SICHT.

Die erfolgreiche Webseite airbnb wird immer der „Sharing Community“ zugeordnet. In Wirklichkeit wird das Produkt Ferienwohnungen von der Parahotellerie neu auch für die Stadt definiert.

Mit „Sharing“ hat airbnb immer weniger zu tun. Für uns wird es immer mehr zum Immobilienportal und zum Vermittler von (Ferien-)Wohnungen die nun auch kurzfristiger und in Städten angeboten werden. Dieses Segment wird immer mehr von der Immobilienbranche entdeckt und teilweise an Dienstleister ausgelagert. Aber das Produkt verliert seine Ursprünglichkeit. Nachstehend versuchen wir einige sich uns abzeichnenden Trends aufzuzeigen.

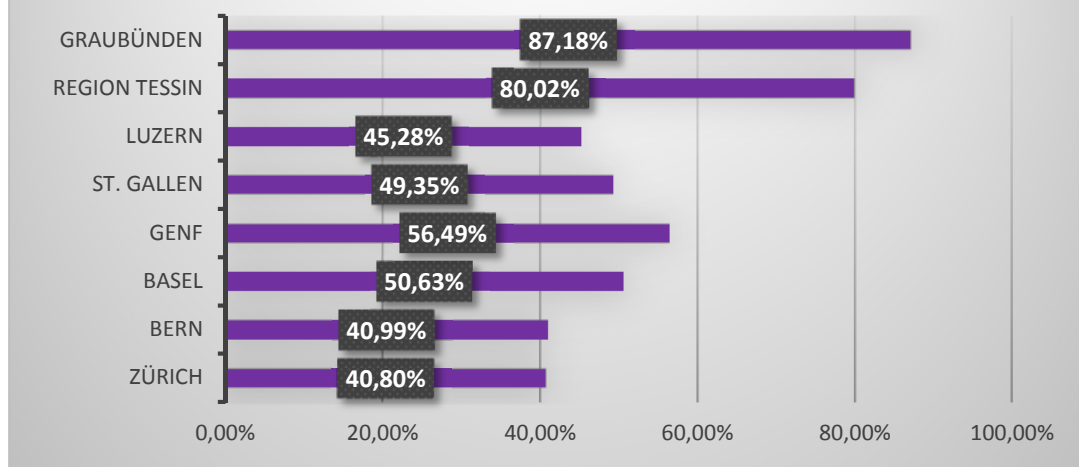


Grafik 1 (Source: Studie Observatoire Valaisan du Tourism – Valais – November 2014)

1. Airbnb wird immer mehr von Ferienwohnungsanbieter genutzt.

Zur alleinigen Benützung bestimmte Wohnungen und somit nicht die „Sharing“-Community machen in der Schweiz und auch in den anderen Ländern zwischen 65 % - 80 % der Angebote aus. In saisongetriebenen Regionen (Wallis, Graubünden und insbesondere Tessin) machen die angebotenen Wohnungen den grössten Anteil aus. Eigentlich ganz im Sinne der Schweizerischen Tourismuspolitik, die ja warme Betten will. Entsprechend muss airbnb nicht direkt mit den Gesetzgebungen der Hotels (was momentan immer gemacht wird), sondern mit den Ferienwohnungen/der Parahotellerie verglichen werden.

Anteil Wohnungen am Gesamtangebot



Grafik 2 (Source : Aufzeichnungen Kohl & Partner (Schweiz) AG, Stand März 2015)

2. Das airbnb Produkt / Angebot Gemeinschaftszimmer ist praktisch nicht genutzt

Angefangen hat alles mit Luftmatratze und Frühstück. Das Teilen eines Raumes um preiswert übernachten zu können. Dieser Markt ist heute in den Händen des Portals Couchsurfing, welches auch die entsprechenden Kundenschaft erreichen konnte. Airbnb's Publikum ist tendenziell älter und bringt die Segmente Familien / Kurzurlauber und auch Geschäftsleute mit sich. Die Angebote an Gemeinschaftszimmer sind sehr gering. Da zuwenig Angebote vorhanden sind, erweitert Airbnb bei der Suche automatisch die gewählte Region. Das heisst die Angebote Bern sind in einem Umkreis von gut 50 km um die Stadt anzusehen.

Wir haben eine Methode entwickelt, um die Auslastungen der Kategorien zu berechnen. Wir stellten fest, dass dies bei den Gemeinschaftszimmern nicht möglich ist, da diese die Verfügbarkeit praktisch täglich ändern. Dies ist logisch. Die Zimmer werden nach Lust und

Region	Anzahl
	Gem.zimmer
Zürich	27
Bern	23
Basel	12
Genf	10
St. Gallen	25
Lugano	0
Luzern	14
Graubünden	12
Sofia	15
Wien	31
Athen	22
Belgrad	270

Laune, nach Anwesenheit etc. ausgeschrieben. Mehr Angebote sind in Städten mit Universitäten aufzufinden. Diese zielen auf Studenten oder Besucher der Studenten ab. Der Vergleich mit ausgewählten ausländischen Städten zeigt eigentlich das gleiche Bild. Belgrad – eine Universitätsstadt, eine Stadt mit einem bekannten Nachtleben – bildet hier eine Ausnahme.

3. Die Vermietungsaktivität wird immer mehr kommerzialisiert

Der Trend zum neuen Geschäftsmodell den wir speziell in osteuropäischen Städten schon länger beobachten, hält auch in der Schweiz Einzug. Personen beschäftigen sich professionell mit dem Vermieten der Wohnungen. Sie übernehmen die Arbeiten der Darstellung / Präsentation, des Gastgebers und der Reinigung. Dieser Trend wurde im kürzlich erschienen Blog des Tagesanzeigers hervorragend recherchiert und beschrieben:

[Blog Tagesanzeiger](#)

4. Airbnb Anbieter werden immer mehr auch Tourismusabgaben bezahlen müssen

Airbnb ist sich den politischen Druck aus andern Ländern / Städten gewohnt. Los Angeles, Amsterdam, Paris und Berlin sind bekannte Städte die schon rechtliche Auseinandersetzungen mit airbnb hatten. Gemäss Informationen und Presseberichten erhalten verschiedene dieser Städte bereits Tourismusabgaben. In der Schweiz soll bereits Bern ein Abkommen mit airbnb haben. Der Betrag ist jedoch auf der Rechnung nicht ausgewiesen, was unserer Ansicht nach zu begrüßen wäre.

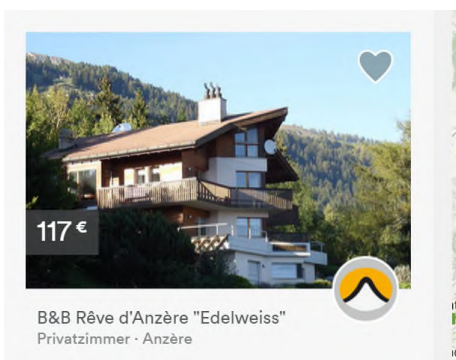
5. Kommunikaitonspolitik von airbnb ändert sich

Die airbnb Manager zeigen sich auch immer mehr offen für öffentliche Anliegen, wie den aktuellen Interviews von Schweizer Journalisten zu entnehmen ist. Auffallend in den Interviews ist, wie immer wieder die ursprüngliche Idee von Airbnb hervorgehoben wird, obschon das Produkt selbst immer mehr kommerzialisiert und von der Privatwirtschaft in die Hände der Immobilienwirtschaft, Vermietungsgesellschaften oder sogar zu den Hoteliers geht:

[Bluewin Interview mit Regionalmanager Christopher Cederskog 17.03.2015](#)

[Handelszeitung Interview mit Regionalmanager Christopher Cederskog 12.03.2015](#)

6. Neuer Verkaufskanal für die Parahotellerie?



Für uns ist airbnb neben der „Sharing Community“ (Privatzimmer und Gemeinschaftszimmer) immer mehr ein Verkaufskanal für die Parahotellerie. Dieser Kategorie werden ja auch die Ferienwohnungen zugeordnet. Zudem stellen wir einen Trend fest, dass immer mehr auch B&B Hotels airbnb als Direktverkaufskanal nutzen und so entweder einen zusätzlichen Absatzmarkt gewinnen oder billigere Kommissionssätze erreichen (Kommission airbnb = je nach Land 6 - 12 %).

7. Airbnb zunehmend mit Yield Management?

Bei unseren Aufzeichnungen stellen wir zudem fest, dass auch die Preise der airbnb – Vermieter immer mehr der erwarteten Nachfrage angepasst werden. So stiegen die Preise für Zimmer während der Uhren- und Schmuckmesse in Basel an und es kamen je ca. 100 zusätzliche Wohnungen und Privatzimmer auf den Markt. Für den Genfer Automobilsalon beobachteten wir die selbe Tendenzen – Preisanstieg und zusätzlich 90 Wohnungen, jedoch keine Privatzimmer. Die Auslastungen waren an beiden Orten in der Zeiten der Messe jedoch relativ bescheiden, in Basel im Schnitt 51 % und in Genf 42 %. Touristisch gesehen macht dies Sinn, damit die Leute näher an der Messe wohnen können.

8. Airbnb Substitution oder Konkurrenz für die Hotelindustrie?

Wir vertreten heute die Auffassung, dass man die airbnb Produkte für die Frage Substitution oder Konkurrenz differenziert anschauen muss. Das Produkt **Gemeinschaftszimmer** (mehrere Personen teilen sich Zimmer, Infrastruktur etc) richtet sich unserer Ansicht nach an einem Publikum aus, welches sonst nicht ein Produkt aus der Hotel- oder Parahotellerie wählen würde. Vielleicht würden diese Person sonst gar nicht reisen. Das **Produkt Privatzimmer** konkurrenziert unserer Ansicht nach die Angebote der Bed & Breakfast / Jugendherbergen und Hotelangebote im unteren Sternenbereich / Preissegment.

Die „ganzen Unterkünfte“ airbnb Wohnungen sind mit den Ferienwohnungen (Parahotellerie) gleichzustellen – die ja bisher in den Ferienregionen auch schon eine Konkurrenz zur örtlichen Hotellerie darstellten. Neu sind einfach die „Player“ und die kurzfristige Vermietung sowie der Trend dieses Produkt in die Stadt zu bringen. Entsprechend erhält die Stadthotellerie auch eine neue Konkurrenz. Und unsere Belegungszahlen zeigen, dass man diese ernst nehmen muss! Bei den rechtlichen Fragen muss man die airbnb-Angebote jedoch mit der Parahotellerie vergleichen. Wirklich massgebenden Differenzen sind unserer Ansicht nach die nicht geleisteten Tourismusabgaben, die rechtliche Qualifikation und Regelung der Untervermietung sowie die Sicherstellung der Versteuerung der Einnahmen und ab einem gewissen kommerziellen Umsatz auch die Unterstellung der Mehrwertsteuer.

Kohl & Partner erbringt Beratungsdienstleistungen für die Tourismuswirtschaft. Unser Kunden sind im Bereich Hotellerie, Destinationen und touristische Infrastruktur anzutreffen. Durch die Fokussierung auf diesen Bereich erreichen wir einen Erfahrungsschatz an Wissen und Erfahrung. Innovativ beschäftigen wir uns auch mit neuen Themen so haben wir bereits vor 2 Jahren über den damals unterschätzten Einfluss von airbnb für die Schweizer Hotellerie berichtet.

Ihre Ansprechperson



André Gribi
Managing Partner

Kohl & Partner (Schweiz) AG
Thurgauerstrasse 72
8050 Zürich
Tel. +41 44 533 50 40
Fax +41 44 533 50 41
Natel +41 79 250 36 06
andre.gribi@kohl-int.ch
www.kohl-int.ch