
Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus

Eine Untersuchung der Onlineplattformen Airbnb und Couchsurfing auf

Grundlage einer Soziologie des Wohnens

Universität Hamburg

Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Dissertation

zur Erlangung der Würde einer Doktorin
der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

„Dr. phil.“

(gemäß der PromO vom 24. August 2010)

vorgelegt von

Luise M. Stoltenberg

aus Eckernförde

Hamburg, den 16. März 2020

Erstbetreuung: Prof. Dr. Urs Stäheli, Universität Hamburg

Zweitbetreuung: Prof. Dr. Elke Bippus, Zürcher Hochschule der Künste

Disputation: 15. Dezember 2020

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung.....	1
2 Eine Soziologie des Wohnens	12
2.1 Räume und Orte des Wohnens	14
2.1.1 Spatial Turn	14
2.1.2 Raum als relationale (An)Ordnung	21
2.1.3 Wohnraum und Wohnort	29
2.1.4 Wohnung	38
2.1.5 Zuhause	48
2.2 Praktiken des (Be)Wohnens	57
2.2.1 Wohnen als Schonen oder Verwurzelung	57
2.2.2 Wohnen und alltägliche Gewohnheiten.....	67
2.2.3 Wohnen und Bewohnen als Taktik und Strategie	78
2.3 Sieben Thesen einer Soziologie des Wohnens	87
3 Peer-to-peer Wohntourismus	93
3.1 Peer-to-peer Unterkünfte und hospitality networks als Infrastrukturen.....	95
3.2 Authentizität und Authentisierungen.....	107
3.3 Fünf Dimensionen des peer-to-peer Wohntourismus	118
4 Authentisierungen im peer-to-peer Wohntourismus erforschen	124
4.1 Forschungsprozess	126
4.2 (N)Ethnographische Methoden	137
4.2.1 Teilnehmende Beobachtungen	138
4.2.2 Leitfadengestützte Interviews	147
4.3 Diskussion: Wahl einer (n)ethnographischen Forschungshaltung	157
5 Fallbeispiel I: Airbnbs peer-to-peer Wohntourismus	162
5.1 Forschungsstand: Inbegriff der Sharing Economy.....	164
5.2 Analyse: Dominanz ortsspezifischer und räumlicher Authentisierungen	174
5.2.1 Airbnb Inc.: „Weltweit zuhause“	175
5.2.2 Infrastruktur: Ästhetische Homogenisierung und Superhosts.....	185
5.2.3 Vorbereitung der Unterkunft: „It’s not gonna sell“	196

5.2.4 User*innen und Aufenthalt: Differenzen zum Hotel.....	206
5.3 Fazit: Authentizität in Airbnbs peer-to-peer Wohntourismus	216
6 Fallbeispiel II: Couchsurfings peer-to-peer Wohntourismus	222
6.1 Forschungsstand: Affective Enterprise	224
6.2 Analyse: Dominanz interpersoneller Authentisierungen.....	234
6.2.1 Couchsurfing International Inc.: „Übernachte bei Locals“	235
6.2.2 Infrastruktur: Persönlicher Fragebogen und „Mein Zuhause“	244
6.2.3 Vorbereitung der Unterkunft: „You can’t expect it to be like a hotel“	255
6.2.4 User*innen und Aufenthalt: Fehlende Standardisierungen und Vertrautheit	265
6.3 Fazit: Authentizität in Couchsurfings peer-to-peer Wohntourismus	276
7 Abschlussbetrachtung.....	282
7.1 Authentizität im peer-to-peer Wohntourismus	284
7.2 Ausblick	294
Literaturverzeichnis	304
Anhang.....	334
Feldforschungsprozess im Überblick.....	335
Interview-Fallmemos	338
Zusammenfassung.....	344
Abstract	345
Liste der aus der Dissertation hervorgegangenen Veröffentlichungen.....	346
Erklärung.....	347
Eidesstattliche Versicherung	347

1 Einleitung

Wer fragt „Wo wohnst du?“, bekommt darauf im Alltag zumeist ohne Umschweife eine Antwort. Die Frage bedarf weder zusätzlicher Erläuterung, noch entzünden sich an ihr ausgiebige Diskussionen über den ontologischen Gehalt des Wohnens. Je nach Kontext kann der Name eines Landes, einer Stadt, eines Stadtteils oder einer Straße erwidert werden. Ebenso ist es denkbar, dass auf Personen verwiesen wird, etwa: „Ich wohne bei meinen Eltern“ oder „Wir wohnen bei Freunden“. Interessanterweise wird dieselbe Frage auch dann gestellt, wenn Menschen von ihren Reisen berichten: „Du fliegst nach Tokio? Wo wohnst du dort?“. Antwortmöglichkeiten führen dann ebenfalls geographische Verortungen an, können ebenso den Namen des gebuchten Hotels enthalten. Wird jedoch gefragt, was Wohnen überhaupt sei, was man tue, wenn man wohnt und ob das Wohnen auf Reisen denn überhaupt möglich sei, verschwindet die vermeintliche Eindeutigkeit und Klarheit. So überrascht es nicht, dass sich das Wohnen im wissenschaftlichen Kontext als ein stark heterogener Forschungsgegenstand präsentiert, welcher je nach Disziplin unterschiedlich verstanden, bewertet und untersucht wird.

In der Soziologie und den Sozialwissenschaften ist das Wohnen bislang theoretisch unbestimmt. Wenn überhaupt, finden sich Arbeiten, die es implizit thematisieren. Beispielsweise gibt es historisch-fundierte Studien zur Veränderung von Inneneinrichtungen im Rahmen gesellschaftlichen Wandels (vgl. u.a. Eck/Schönhagen 2014; Sand 2003; Silbermann 1963) oder gerontologische Untersuchungen zur Ermittlung von Wohnbedürfnissen älterer Menschen (vgl. u.a. Voges 2008: 209ff.; Kricheldorf 2008). Wenn stadtsoziologische Arbeiten das Wohnen behandeln, rücken oftmals Gentrifizierungsprozesse sowie ihre ökonomischen und sozialen Auswirkungen auf betroffene Stadtteile in den Fokus der Analysen (vgl. u.a. Lees/Slater/Wyly 2008; Brown-Saracino 2010). Eine umfassende Analyse der Entwicklung des deutschen Wohnungsmarktes vor dem Hintergrund von Wohnungspolitik legen Hartmut Häußermann und Walter Siebel in *Soziologie des Wohnens* (1996) vor. Doch selbst diese entwickeln, trotz des vielversprechenden Titels, nicht die

erforderlichen theoretischen Grundlagen, um das Wohnen defintitorisch fassen zu können. Wie die zuvor angeführten Arbeiten auch, verhandeln Häußermann und Siebel einzelne Aspekte oder konkrete Auswirkungen des Wohnens, nicht aber das Wohnen selbst. Erschwerend kommt hinzu, dass Wohnung und Wohnen in den zitierten Studien meist synonym verwendet werden – doch wie kann der Ort des Wohnens dasselbe wie die Praktik des Wohnens sein?

Gerade für die Soziologie ist es verblüffend, dass sie „als *gesellschaftsbezogene* Wissenschaft vom Menschen nur vage Auskunft über das Wohnen“ (Hasse 2012: 475; Herv. i. O.) gibt. Schließlich unterstreichen die inhaltlichen Schwerpunkte der angeführten Arbeiten, wie stark das Wohnen oder die Wohnung mit soziologischen Fragestellungen verwoben ist.

Gegenwärtig lassen der technologische Fortschritt sowie die damit verbundene gesteigerte Mobilität das Fehlen einer theoretischen Konzeption des Wohnens und seinen Räumen und Orten besonders eklatant werden. Menschen verreisen, um in den Urlaub zu fahren, um mehrmonatige Praktika zu absolvieren oder auch für Geschäftstermine. Gleichzeitig nehmen flexibilisierte Lebensläufe mit häufigem Wohnortwechsel zur Realisierung beruflicher Projekte, schulischer und universitärer Ausbildung oder auch persönlicher Präferenzen zu (vgl. u.a. Larsen 2019; Urry 2000). Für derartige Aufenthalte werden immer öfter sogenannte *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten (vgl. u.a. Gutiérrez et al. 2017; Karlsson/Kemperman/Dolnicara 2017; Tussyadiah 2016) gewählt. Diese werden über Onlineplattformen wie Airbnb (www.airbnb.de), 9flats (www.9flats.de) oder Couchsurfing (www.couchsurfing.com) vermittelt. Auf derartigen Plattformen treten angemeldete User*innen direkt miteinander in Kontakt: Als Gastgeber*in, auch „Host“ genannt, bieten sie eine Unterkunft an; als Gäste sind sie auf der Suche nach einem Schlafplatz. Die online inserierten Übernachtungsmöglichkeiten befinden sich nicht unbedingt in klassischen Beherbergungsbetrieben. Stattdessen geben Gastgeber*innen ihren Gästen oftmals die Möglichkeit, in einem Zimmer ihrer Wohnung zu übernachten. Damit unterstützen derartige Onlineplattformen „radically new economies of exchange that shift hospitality out of the commercial arena of hostels and hotels and into the private realm of the host’s home“ (Germann Molz 2012a: 96).

Diese Verschiebung unterstreicht die Dringlichkeit einer theoretischen Konzeption des Wohnens eindrücklich. Wenn Reisende nicht mehr in Hotelzimmern übernachten, sondern in den Wohnungen anderer Menschen, wohnen sie dann an diesem Ort? Lässt sich überhaupt eine theoretisch-fundierte Grenze zwischen Einwohner*innen und Reisenden ziehen?

Zusätzlich gehen mit den Verschiebungen von Gastfreundschaft und Gastgewerbe in die Wohnungen von User*innen weitere Implikationen einher, die dem Reflektieren über die Bedeutung des Wohnens und seiner Räumlichkeiten weitere interessante Impulse geben. Zunächst ist die eigene Wohnung in der Regel ein Ort, der vor allem Bekannten und Vertrauten zugänglich ist. Das erste Mal zu jemanden nach Hause eingeladen zu werden, markiert daher einen entscheidenden Moment für die Entstehung von Freundschaften (vgl. Bowlby 2011: 617f.). In westlich-geprägten Kulturkreisen gilt: „Man dringt nicht leichtfertig in fremde Häuser, erst recht nicht ins Innere fremder Wohnungen ein; der zufällige Einblick ist nicht frei von Peinlichkeit und gilt schon als unerlaubte, voyeurhafte Handlung“ (Selle 1993: 35). Schon anhand dieser kurzen Verweise wird deutlich, dass die Übernachtung in einer fremden Wohnung aus soziologischer Perspektive einen interessanten Forschungsgegenstand konstituiert. Dies gilt umso mehr, da die Onlineplattformen die Übernachtung in fremden Wohnungen zu ihrer Kernaufgabe erklärt haben. Ihre User*innen haben die Möglichkeit, Wohnungen von Menschen zu betreten, zu denen sie über keinerlei langjährige persönliche Beziehung verfügen. Es ist hervorzuheben, dass dieses Betreten und Einblicknehmen, anders als im Zitat, kein unerlaubtes Eindringen darstellt. Nutzer*innen haben sich entschieden, die Rolle von Gastgeber*innen auf diesen Onlineplattformen einzunehmen.

Aktuell wird die Erschließung von Wohnungen zur Nutzung als *peer-to-peer* Reiseunterkunft weltweit durch eine Vielzahl unterschiedlicher Angebote vorangetrieben. Während einige Onlineplattformen ihren Service für User*innen kostenpflichtig anbieten, sind andere Dienste kostenlos. Einschlägige Beispiele für kommerzielle Plattformen sind die bereits erwähnten Angebote von Airbnb (www.airbnb.de) oder 9flats (www.9flats.de). Doch auch Wimdu (www.wimdu.de) lässt seine User*innen für die Vermittlungstätigkeit bezahlen. Als prominente Beispiele für kostenfreie *peer-to-peer* Vermittlungen sind die ebenfalls schon erwähnte Plattform Couchsurfing (www.couchsurfing.com) sowie der Dienst BeWelcome (www.bewelcome.org) anzuführen. Werden allein die zu Airbnb und Couchsurfing veröffentlichten Userzahlen addiert, verzeichnen diese Onlineplattformen mehr als 162 Millionen Nutzer*innen in über 190 Ländern (vgl. Couchsurfing About 2020; Helmore 2019). Mit steigender Popularität hat die Vermittlungstätigkeit dieser diversen Onlineplattformen auch Eingang in wissenschaftliche Diskussionen gefunden und wird hier insbesondere in

tourismussoziologischen und tourismusgeographischen Arbeiten untersucht (vgl. u.a. Chen 2018; Bialski 2012a, 2013; Germann Molz 2012a).

Dominant sind darunter vor allem Studien zur Herstellung von Sicherheit und Vertrauen unter den User*innen (vgl. u.a. Ert/Fleischer 2019; Frisch/Stoltenberg 2018; Fagerstrøm et al. 2017; Mikołajewska-Zajac 2017; Bialski/Batorski 2009). Dies rührt zum einen daher, dass sich die Nutzer*innen vor der initialen Kontaktaufnahme über die Onlineplattform in der Regel nicht persönlich kennen. Zum anderen – und eng damit verbunden – kann der auf diese Weise initiierten *face-to-face* Begegnung ein hohes Risiko inhärent sein. Dies gilt nicht nur für diejenigen, die als Gäste bei Unbekannten übernachten, sondern ebenfalls für die Gastgeber*innen, die ihre Wohnungen für Reisende öffnen und sie temporär mit ihnen teilen. Erfolgreich initiierte Begegnungen gipfeln demnach in *face-to-face* Begegnungen und dem Aufenthalt in der Wohnung der Hosts – ein in dieser Form absolut neuartiges Phänomen.

Da trotz einer potenziellen Gefahr Millionen Menschen weltweit als User*innen – Gastgeber*innen und Gäste – auf den erwähnten Onlineplattformen registriert sind, ist es naheliegend, dass sich die Erforschung der Motivation der verschiedenen Nutzer*innen als ein weiteres zentrales Themenfeld etabliert hat (vgl. u.a. Stors 2019; Karlsson/Dolnicar 2016; Buchberger 2013, 2012; Schéou 2013; Bialski 2012a). Hierbei wird vor allem die Perspektive der Gäste fokussiert, wobei diese die Übernachtung in *peer-to-peer* Unterkünften oft deutlich von Aufhalten in Hotels abgrenzen. So spielt für sie etwa die Kostenersparnis gegenüber einer Hotelbuchung eine entscheidende Rolle. Jenseits finanzieller Vorteile lassen sich zusätzlich noch drei weitere bedeutende Eigenschaften identifizieren, die stärker auf die gewählte Unterkunft und das Besuchererlebnis fokussieren.

Erstens werden *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten hinsichtlich ihrer Lage von klassischen Beherbergungsbetrieben unterschieden. So hält eine Studie zum Stellenwert von Airbnb-Unterkünften im Beherbergungssektor beispielsweise fest:

„The experience of living in a residence also offers guests the chance to have a more ‘local’ experience by living more like a local, interacting with the host or neighbours, and possibly staying in a ‘non-touristy’ area, as Airbnb accommodations tend to be more scattered than traditional accommodations“ (Guttentag 2015: 1197).

Gäste einer Airbnb-Unterkunft erhalten demnach Zugang zu Nachbarschaften und Wohnvierteln, die sich jenseits klassischer touristischer Hotspots befinden. Mit diesem Zugang verbindet sich die Hoffnung auf eine möglichst immersives Erleben des Lokalen – „to

live like a local“. Ein Erlebnis, welches ihnen die Übernachtung im Hotel allein schon deswegen nicht geben kann, weil hier eine Vielzahl Reisender untergebracht ist.

Zweitens grenzen Gäste von *peer-to-peer* Unterkünften diese hinsichtlich ihrer individuellen Ausstattung und Gestaltung von klassischen Beherbergungen ab. Sie verweisen in diesem Kontext auf die „commodified, standardized, and impersonal nature of commercial hotels“ (Germann Molz 2013: 223), welche sie entschieden ablehnen. Demgegenüber bildet die „nicht standardisierte Gestaltung der Unterkunft einen Teil des Besuchserlebnisses“ (Kagermeier/Köller/Stors 2015: 128), wenn sie in *peer-to-peer* Unterkünften übernachten.

Eine dritte Differenzierung zwischen den über Onlineplattformen vermittelten *peer-to-peer* Schlafgelegenheiten und traditionelleren Beherbergungen machen Gäste an der Art des Kontakts zu ihren Gastgeber*innen fest. Sie verstehen ihre Hosts bisweilen als Einheimische und damit als lokale Expert*innen. Von diesen erhoffen sie sich Tipps zu lokalen Aktivitäten und damit einen Zugang zu Wissen, welches Bewohner*innen eines Ortes erst im Zuge einer längeren Aufenthaltsdauer anreichern (vgl. u.a. Guttentag et al. 2018; Tussyadiah/Pesonen 2016a, 2016b).

Zusammengenommen sind Gäste von Onlineplattformen zur Vermittlung von *peer-to-peer* Unterkünften folglich dadurch motiviert, dass sie in der gewählten Unterkunft die Chance verorten, genuine Einblicke in das Alltagsleben einer bereisten Destination zu gewinnen. Sie suchen nach einer „authenticity of experience“ (vgl. Bialski 2016: 36), die sie jenseits populärer Sightseeing-Orte, bekannten Hotelnamen und unpersönlichen Empfehlungen aus Reiseführern vermuten.

Das Streben nach einem möglichst unverstellten Zugang zu einem Ort und seinen Bewohner*innen ist nicht erst durch die Vermittlung von *peer-to-peer* Unterkünften hervorgerufen worden. Schon zuvor beschreibt die Forschung zum *off-the-beaten-track*-Tourismus ebenjene Suchbewegung weg von bekannten Attraktionen und hin zu lokalem Alltagsleben (vgl. u.a. Stors et al. 2019; Füller/Michel 2014; Maitland 2010; Maitland/Newman 2009). In dieser Art von Tourismus gehen Reisende davon aus, dass sie „abseits ausgetretener Pfade“ Authentizität erleben können: „For them, the everyday and mundane activities of city residents take on significance as markers of the real“ (Maitland 2010: 176).

Das Alltägliche und scheinbar Normale wird hier plötzlich zum Gegenstand des touristischen Interesses, weil es als authentisch gedeutet wird.

Die hohe Bedeutung, die Authentizität innerhalb des *off-the-beaten-track*-Tourismus einnimmt, ist deswegen hervorzuheben, da die Tourismusforschung Authentizität seit Jahren kontrovers diskutiert (vgl. u.a. Lau 2010; Steiner/Reisinger 2006; Wang 1999; Pearce/Moscardo 1986). Diese Diskussion richtet sich auf die konzeptionelle Deutung, den Stellenwert sowie die (Un)Möglichkeit des Erlebens von Authentizität im Tourismus. Beispielsweise ist Authentizität als objektbezogen definiert worden, woraus folgt, dass Authentizität eine inhärente Eigenschaft einzelner Gegenständen ist (vgl. u.a. Lau 2010; Reisinger/Steiner 2006). Auf diese Weise die Echtheit von Objekten zu determinieren, beruht jedoch auf stark normativen Wertungen (vgl. Stoltenberg 2019: 110).

Aus diesem Grund widmen sich aktuellere Arbeiten vornehmlich Fragen des Authentisierens (vgl. u.a. Lugosi 2016; Cohen/Cohen 2012). Statt zu versuchen Authentizität als Konzept zu definieren, prüfen sie folglich, durch wen etwas als authentisch deklariert wird. Es gilt, aufzudecken, „what authenticity *does*, rather than what it *is*“ (Cohen/Cohen 2019: 164; Herv. i. O.). Dies schärft den Blick für Machtverhältnisse im Tourismus, da Authentisierungen stets auf Autoritäten gründen, die etwas als authentisch proklamieren (vgl. ebd.). Im Fall von *off-the-beaten-track*-Tourismus sind es meist Empfehlungen von Bekannten und Freund*innen oder Hinweise in Reiseführern wie dem *Lonely Planet*, die bestimmte Orte oder Aktivitäten als authentisch beschreiben und sie dadurch für Reisende attraktiv werden lassen (vgl. Maitland 2010: 180; Kenny 2002: 113).

Im Zuge des technologischen Fortschritts und der Digitalisierung von Informationen werden diese klassischen Quellen jedoch zunehmend verdrängt. Eine Vielzahl unterschiedlicher Onlineplattformen bringt Reisende mit „Locals“ zusammen,¹ Tipps zum Erkunden einer Destination *off the beaten track* sind online frei verfügbar (vgl. Stors et al. 2019). Diese beiden Aspekte werden durch die Onlineplattformen, die sich auf die Vermittlung der *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten spezialisiert haben, miteinander vereint und sogar noch

¹ Hierzu zählen beispielsweise Mealsharing-Plattformen, wie Eatwith (www.eatwith.com), die Tourist*innen die Möglichkeit geben, ein Abendessen bei anderen User*innen zu buchen – die Mahlzeit wird dann direkt im Zuhause der Kochenden serviert (vgl. u.a. Stoltenberg/Frisch 2019; Ketter 2019). Ein weiteres Beispiel ist die Onlineplattform von Context Travel (www.contexttravel.com), auf der sich registrierte User*innen als Tourguides anbieten und Interessierten Einblicke in „ihren“ Stadtteil geben.

erweitert. Denn sie führen Reisende nicht nur an Orte *off the beaten track* und stellen zugleich Kontakt zu Einheimischen her, sie lassen darüber hinaus noch Wohnungen vor Ort zugänglich werden. Damit fördern diese Onlineplattformen eine technologisch-unterstützte Öffnung des Zugangs zu lokalem Wissen und dem alltäglichen Leben einer Destination. Mit Blick auf ihre weltweite Popularität ist es aus daher wissenschaftlicher Perspektive notwendig, die Frage nach Authentisierungen ihres Angebots und der ihnen vermittelten Erlebnisse zu stellen.

Genau dieser Frage widmet sich die vorliegende Arbeit. Ausgehend von den drei beschriebenen Unterschieden zwischen den *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten und klassischeren Beherbergungen (Lage, Ausstattung, Kontakt zu „Locals“) verfolgt sie die These, dass es das Wohnen und die Wohnung eines anderen Menschen sei, die durch Authentisierungspraktiken zu Signifikanten von Echtheit erklärt werden. Zugleich reichen diese Zuschreibungen von Authentizität über das Wohnen und die Wohnung hinaus, denn sie erstrecken sich auf die Lage einer Wohnung und schließen ebenso die Bewohner*innen eines Viertels ein. Als vier mögliche Autoritäten dieser Authentisierungen identifiziert die Arbeit dabei die Betreiber der Onlineplattformen, den Einfluss ihrer digitalen Infrastrukturen, die Inszenierung und Präsentation der als Reiseunterkunft angebotenen Wohnung sowie die User*innen. Empirisch prüft sie sowohl deren Macht hinsichtlich der Zuschreibungen von Authentizität sowie die Gegenstände ihres Authentisierens mithilfe umfassender (n)ethnographisch-qualitativer Forschung.

Um das Zusammenspiel dieser vier verschiedenen Akteursgruppen treffend adressieren zu können, schlägt diese Dissertation den Terminus „*peer-to-peer* Wohntourismus“² vor. Sie trägt dadurch den umfassenden Implikationen Rechnung, die durch die Onlineplattformen im Beherbergungssektor angestoßen werden. Die Wortwahl unterstreicht zudem, dass eine Untersuchung der Vermittlung von *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten ohne die dezidierte theoretische Reflexion zur Konzeption des Wohnens nicht möglich ist. Ziel der vorliegenden Arbeit ist es folglich, Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus zu erforschen. Sie tut dies, indem sie sich auf Authentisierungen und die damit einhergehenden Autoritäten konzentriert.

² Die Wortschöpfung „Wohntourismus“ geht auf einen Artikel des Stadtforschers und Publizisten Christian Berkes zurück, der diese im Jahr 2015 nutzt, um das Unternehmen Airbnb in Hinblick auf Berlins Wohnungsnot sowie stadtrechtliche Grauzonen von Kurzzeitvermietungen zu kritisieren (vgl. Berkes 2015). Er erklärt hierbei jedoch nicht explizit, wie er diesen Begriff versteht.

Zu Beginn entwickelt Kapitel 2 für dieses Vorhaben die Grundzüge einer Soziologie des Wohnens. Als essentiellen Ausgangspunkt wählt sie dabei die von Martina Löw formulierten Kernthesen in *Raumsoziologie* (2001) und erweitert diese durch andere Theorieansätze. Löw versteht Raum als dynamisch, da dieser durch Praktiken an Orten konstituiert werde (vgl. Löw 2001: 271). Aus diesem Raumverständnis lassen sich wesentliche Impulse für die Bestimmung von Wohnräumen, Wohnorten und ihrer Beziehung zueinander ableiten. Für die Arbeit an einer Definition des Wohnens werden ergänzend Henri Lefebvres Überlegungen zum Alltag als rhythmisierter differenter Wiederholung (vgl. Lefebvre 2004), Gabriel Tardes Gesetze der Nachahmung (vgl. Tarde 2003) sowie die von Michel de Certeau entwickelte Alltagssoziologie (vgl. de Certeau 1988) herangezogen. Auch die viel zitierten philosophischen Arbeiten von Martin Heidegger und Otto Friedrich Bollnow, die sich beide in kurzen Aufsätzen dem Wohnen widmeten, werden diskutiert. Dadurch ist es schließlich möglich, das Wohnen als eine flexible und kreative Praktik zu begreifen. Zusammengefasst adressiert dieses Vorgehen ein soziologisches Theorie-Desiderat, indem es sich den essentiellen Grundzügen einer Soziologie des Wohnens widmet. Für die anvisierte Untersuchung zu Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus entwickelt es dabei das notwendige Vokabular, um dieses Phänomen theoretisch zu fundieren und damit der empirischen Untersuchung zugänglich werden zu lassen.

Kapitel 3 widmet sich der Definition von *peer-to-peer* Wohntourismus und bettet die neu gewonnenen Erkenntnisse der Soziologie des Wohnens in einen tourismuswissenschaftlichen Kontext ein. Zunächst arbeitet es hierfür die Besonderheiten einer Unterkunft im *peer-to-peer* Wohntourismus heraus, wobei es auf die englischsprachige *commercial home*-Forschung zurückgreift. Diese Forschung untersuchte zu Beginn der 2000er Jahre die Nutzung von kleinen Frühstückspensionen und Fremdenzimmern im Tourismus (vgl. u.a. Lynch 2000, 2005a, 2005b, 2005c; Lynch/MacWhannell 2000). Zudem kennzeichnet das Kapitel die netzwerkartige Organisationsform der Onlineplattformen als „hospitality network“ (vgl. u.a. Decorp et al. 2017; Mikołajewska-Zajac 2016) und diese mithilfe der soziologisch-informierten Infrastrukturforschung (vgl. u.a. Star 1999, 2002; Star/Bowker 2002) als Infrastrukturen des *peer-to-peer* Wohntourismus. Anschließend wird der Stellenwert von Authentizität für diese Art des Tourismus reflektiert, wofür das Kapitel die kontrovers geführte Debatte um Authentizität innerhalb der Tourismuswissenschaften resümiert (vgl. u.a. (vgl. u.a. Reisinger/Steiner 2006; Wang 1999; Pearce/Moscardo 1986; MacCannell 1973). Es

erläutert die hier stattgefundenene Hinwendung zu Fragen der Authentisierung (vgl. u.a. Cohen/ Cohen 2019, 2012; Lugosi 2016) und arbeitet drei verschiedene für *peer-to-peer* Wohntourismus relevante Arten der Authentisierung heraus. Abschließend werden fünf Dimensionen für die Definition von *peer-to-peer* Wohntourismus identifiziert.

Mit der Zuspitzung der Erkenntnisse der Soziologie des Wohnens auf die Vermittlung von Reiseunterkünften durch Onlineplattformen ist ein solides konzeptuelles Fundament entwickelt, um sich der gewählten Fragestellung nach der Zuschreibung von Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus empirisch zu widmen. Kapitel 4 erläutert die Gründe für die Entscheidung, dies mithilfe qualitativer Methoden entlang einer (n)ethnographischen Forschungshaltung zu untersuchen. Grundsätzlich verfolgt diese explorative Haltung das Ziel, ein Phänomen mithilfe von Feldforschung beschreibend zu erforschen (vgl. u.a. Thomas 2019; Bryman 2016; Flick 2012). Für *peer-to-peer* Wohntourismus impliziert dies, nicht nur klassische Ethnographie durch teilnehmende Beobachtungen vor Ort durchzuführen. Es müssen ebenso die Logiken der digitalen Infrastrukturen analysiert werden, weswegen die empirische Forschung auch entlang der Netnographie erfolgt (vgl. u.a. Pink et al. 2016; Hammersley/Atkinson 2007). Des Weiteren legt das Kapitel dar, wieso es für die empirische Forschung notwendig ist, Fallbeispiele auszuwählen und warum die vorliegende Arbeit sich diesbezüglich für die beiden Onlineplattformen Airbnb und Couchsurfing entschieden hat. Hervorzuheben ist, dass es diese beiden Plattformen als zwei unterschiedliche Zugänge versteht, um Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus zu untersuchen. Das vierte Kapitel schildert sodann die Einzelheiten des insgesamt drei Jahre umfassenden Feldforschungsprozesses und seiner internationalen Forschungsaufenthalte, erklärt die Wahl der verwendeten qualitativen Methoden und diskutiert das empirische Vorgehen abschließend.

Darauf aufbauend, rückt Kapitel 5 das erste Fallbeispiel, die kostenpflichtige Onlineplattform Airbnb, in den Fokus der Analyse und untersucht sie hinsichtlich ihrer Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus. Zu Beginn wird die Onlineplattform entlang einer Rezeption des wissenschaftlichen Forschungsstandes sowie ihrer zentralen Funktionslogiken vorgestellt. Ein wichtige Charakterisierung ist hierbei beispielsweise die Beschreibung des betreibenden Unternehmens Airbnb Inc. als Inbegriff der *sharing economy* (vgl. u.a. Schor 2016; Ert/ Fleischer/Magen 2016; Kagermeier/Köller/Stors 2015). Diese Deutung wird diskutiert. Insgesamt unterstreicht der Forschungsstand zu Airbnb, wie wenig wissenschaftliche

Beachtung dem Wohnen und der Wohnung innerhalb der Erforschung von *peer-to-peer* Wohntourismus bislang zuteil geworden ist. Anschließend konzentriert sich die Analyse auf die Untersuchung der Deklarationen von Authentizität bei Airbnb. Sie erforscht hierbei insbesondere die Einflussnahme von vier möglichen Autoritäten: (1) Airbnb Inc. als betreibendes Unternehmen, (2) das *hospitality network* als digitale Infrastruktur, (3) die als Reiseunterkunft genutzte Wohnung sowie (4) die User*innen, die sich als Host und Gast auf der Onlineplattform betätigen. Das fünfte Kapitel arbeitet heraus, dass Airbnb Inc. als Unternehmen vorrangig die Lage und die Ausstattung der angebotenen Wohnungen als authentisch deklariert. Es zeigt sich eine markante Diskrepanz zu den Authentisierungen der anderen drei Autoritäten in Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus.

Kapitel 6 widmet sich der Analyse des zweiten Fallbeispiels, der kostenlosen Onlineplattform Couchsurfing. Es orientiert sich am selben Vorgehen, welches auch das fünfte Kapitel gliedert. Zunächst erfolgt daher eine Auseinandersetzung mit dem Forschungsstand zu Couchsurfing. Im Gegensatz zu Airbnb, ist die Nutzung der Onlineplattform an keinerlei obligatorische Gebühren gebunden. Aus diesem Grund wird Couchsurfing International Inc. mitunter als „affective enterprise“ (vgl. Mikołajewska-Zajac 2016) gekennzeichnet. Diese Beschreibung betont die Bedeutung affektiver und emotionaler Arbeit, die in den über Couchsurfing initiierten *face-to-face* Begegnungen zwischen Gastgeber*in und Gast notwendig wird. Sie lässt zudem bereits erkennen, dass in der wissenschaftlichen Rezeption zu Couchsurfing wesentlich andere inhaltliche Schwerpunktsetzungen als im Fall von Airbnb gesetzt worden sind. Die vorliegende Arbeit stellt diese im Zuge der Rezeption des Forschungsstandes deutlich heraus. In der Analyse der Authentisierungen im über Couchsurfing initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus deckt sie anschließend einen weiteren markanten Unterschied auf. Untersucht werden, analog zu Fallbeispiel I, die mögliche Autorität (1) von Couchsurfing International Inc., (2) des *hospitality networks*, (3) der als Reiseunterkunft genutzten Wohnung und (4) der User*innen. Das Kapitel kommt zu dem Schluss, dass die verschiedenen Autoritäten übereinstimmend primär das gemeinsame Zusammenwohnen von Gastgeber*in und Gast als authentisch rahmen.

Die Abschlussbetrachtung in Kapitel 7 diskutiert die Ergebnisse der Analysen von Fallbeispiel I und II zusammenfassend und hebt dabei hervor, welche unterschiedlichen Stellenwert das Wohnen und die Wohnung in Bezug auf Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus

einnehmen können. Die zwei gewählten und untersuchten Zugänge zu Definitionsansprüchen von Authentizität zeigen zudem, wie stark Machtverhältnisse in Abhängigkeit von der gewählten Onlineplattform variieren. Das Kapitel unterstreicht dabei den essentiellen Beitrag, den die vorliegende Arbeit sowohl für die Entwicklung einer Soziologie des Wohnens als auch für die Diskussion um Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus leistet. Dieser Beitrag schafft zusätzlich das Fundament für weiterführende Untersuchungen, die ebenfalls im Kapitel identifiziert werden. Abschließend werden die gewonnenen Erkenntnisse abstrahiert, um ihre Relevanz vor dem Hintergrund der stetig zunehmenden globalen Verflechtungsprozesse des technologischen Fortschritts herausstellen.

2 Eine Soziologie des Wohnens

Im *peer-to-peer* Wohntourismus steht die als Reiseunterkunft genutzte Wohnung im Zentrum. Sie ist der Grund, weswegen User*innen über einschlägige Onlineplattformen Kontakt zueinander aufnehmen. Ist diese Kontaktaufnahme dann erfolgreich und Gastgeber*innen laden Gäste zu sich nach Hause ein, ist die Wohnung der Ort, an dem sie „space, time, the feeling of home, safety, rest and coziness“ (Bialski 2016: 36) miteinander teilen. Die Hosts öffnen ihre Wohnungen, ermöglichen ihnen den Zugang zu ihren Wohnviertel und dem dort stattfindenden Alltagsleben. Sie zeigen ihnen ihr Wohnen. Gäste können demnach in „echten“ Wohnungen statt in Hotelzimmern übernachten, erkunden „nicht-touristische“ Gegenden und erleben auf diese Weise, wie Menschen an anderen Orten „wirklich“ wohnen. Doch sollten diese Zuschreibungen von Authentizität eingehender untersucht und wissenschaftlich ergründet werden, fehlt hierfür das erforderliche Vokabular – das Wohnen und mit ihm zusammenhängende Begriffe wie Wohnraum oder Zuhause sind theoretisch nicht erschlossen.

Wie in der Einleitung angeführt wurde, ist dies insbesondere für die Soziologie überraschend. Die Uneindeutigkeit mag aus der eingangs bereits erwähnten Selbstverständlichkeit herrühren, die „wohnen“ im Deutschen in der Alltagssprache inhärent ist. Im Englischen schwimmt eine eigenständige Bedeutung des Wohnens noch stärker, da es hier vornehmlich mit „to live“ bezeichnet wird.

Auf wissenschaftlicher Ebene liegt ein zweiter Grund für die fehlende dezidierte Auseinandersetzung mit dem Wohnen im häufigen Rückgriff auf die Arbeiten von Martin Heidegger oder Otto Friedrich Bollnow. Beide widmen sich in jeweils einem kurzen Aufsatz der philosophischen Bestimmung des Wohnens. Doch während Heidegger das Wohnen als Sein definiert (vgl. Heidegger 1954: 35), begreift Bollnow es als feste Verwurzelung an einem Ort (vgl. Bollnow 1963: 128). Wohnen verliert folglich in der einen Deutung an eigener Bedeutung, in der anderem Auslegung wird ihm Schwere und Trägheit unterstellt. Arbeiten,

die auf diese Konzeptionen verweisen, diskutieren diese Implikationen nicht ausreichend und prüfen sie nicht auf ihre praktische Relevanz.

Wird speziell die deutschsprachige Soziologie in den Blick genommen, lässt sich noch ein weiterer Grund für das Theorie-Desiderat zum Wohnen anführen. Dieser ist in der ideologischen Aufladung und Verwendung des Raumbegriffs im Nationalsozialismus zu finden. Begriffe wie „Volk ohne Raum“, „Lebensraum im Osten“, „Vaterland“ oder „Heimat“³ haben dazu geführt, dass Untersuchungen jeglicher Verflechtung von Raum und Gesellschaft nach dem Zweiten Weltkrieg zunächst nicht vorgenommen wurden (vgl. Günzel 2017: 12; Kajetzke/Schroer 2010: 192).

Doch wie im vorherigen Kapitel eindrücklich dargelegt wurde, ist die konzeptionelle Arbeit an einer Soziologie des Wohnens dringend notwendig. Nicht nur, um das spezifische Phänomen des *peer-to-peer* Wohntourismus zu untersuchen, sondern auch, um grundsätzlich eine markante theoretische Leerstelle zu adressieren. Dieses Kapitel stellt sich dieser Herausforderung in zwei Schritten. Erstens, widmet sich Kapitel 2.1 zunächst den Räumen und Orten des Wohnens. Diese Art des Zugangs wurde theoriegeleitet gewählt, da sich Martina Löws *Raumsoziologie* (2001) als geeigneter Ausgangspunkt für die anvisierte definitorische Arbeit erwiesen hat. Das Kapitel beginnt wird mit elementaren Überlegungen zum Verständnis von Raum und lässt diese im weiteren Verlauf in die Definitionsarbeit zu Wohnraum, Wohnort, Wohnung und Zuhause einfließen.

Zweitens, fokussiert Kapitel 2.2 die Praktiken des (Be)Wohnens. Neben den bereits gewonnenen Erkenntnissen, diskutiert es hierfür unter anderem auch die vielfach rezipierten philosophischen Ansätze von Martin Heidegger und Otto Friedrich Bollnow. Wohnen wird schließlich als eine Praktik bzw. als ein Set von Praktiken bestimmt. Es kann vom Bewohnen und der Wohnung, als Ort des Wohnens, unterschieden werden.

Im zusammenfassenden Kapitel 2.3 werden die zentralen Erkenntnisse dieser zweigeteilten theoretischen Erarbeitung pointiert zu sieben Thesen einer Soziologie des Wohnens verdichtet.

³ Wenn in Kapitel 2.1.5 die Definitionsarbeit zum Zuhause geleistet wird, wird im Zuge dessen erneut die problematische Stellung des Heimatbegriffs aufgegriffen.

2.1 Räume und Orte des Wohnens

Aufgrund der fehlenden konzeptionellen Arbeit, musste der Entwurf einer Soziologie des Wohnens zu Beginn eigene adäquate theoretische Referenzen bestimmen. Wie in den einleitenden Worten zum zweiten Kapitel bereits dargelegt, hat sich hierfür das Werk *Raumsoziologie* (2001) von Martina Löw als essentieller Bezugspunkt behaupten können. Sie entwickelt ein relationales Verständnis von Raum, welches den Prozess seiner Konstitution offenlegt sowie die daran beteiligten Elemente identifiziert. Dabei unterscheidet sie zwischen den Praktiken, welchen Raum hervorbringen, sowie den Orten, an denen Raum entsteht. Diese Unterscheidung schien zu Beginn vielversprechend, um darauf aufbauend über die mögliche Differenz der Praktiken des Wohnens und den Räumen und Orten des Wohnens zu reflektieren.

Um die Bedeutung von Löws Raumverständnis ermessen zu können, wird zunächst in Kapitel 2.1.1 die ideengeschichtliche Hinwendung zum Raum, der *spatial turn*, beschrieben. Anschließend stehen in Kapitel 2.1.2 ausgewählte Thesen aus Löws *Raumsoziologie* (2001) im Zentrum von Kapitel 2.1.2. Auf Basis dieser grundsätzlichen Erläuterungen erörtert Kapitel 2.1.3, wodurch Wohnraum und Wohnort im Speziellen gekennzeichnet sind. Da die Wohnung hierbei eine zentrale Funktion übernimmt und darüber hinaus zentraler Gegenstand der *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten ist, wird sie in ihrer Bedeutung für die Konstitution von Wohnraum in Kapitel 2.1.4 und in ihrer Dimension als Zuhause in Kapitel 2.1.5 untersucht.

2.1.1 Spatial Turn

Die Wende zum Raum als Untersuchungsgegenstand und beschreibende Kategorie wird als *spatial turn* bezeichnet. Sie beschränkt sich nicht auf die Soziologie, sondern hat sich in einer Vielzahl von wissenschaftlichen Disziplinen, wie beispielsweise den Kulturwissenschaften oder den Medienwissenschaften, mit jeweils unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen

etablieren können (vgl. Rau 2017: 10f.).⁴ Trotz der inhaltlichen Vielfalt ist den verschiedenen Disziplinen gemein, dass sie eine „theoretische bzw. forschungspraktische Revalorisierung von Raum bzw. Räumlichkeit“ (Döring 2010: 90) vollziehen.

Begrifflich hat der *spatial turn* seinen Ursprung in der Humangeographie. Er wird das erste Mal im Jahr 1989 von Edward Soja verwendet, um in Michel Foucaults Werken Tendenzen einer Hinwendung zum Raum nachzuzeichnen (vgl. Soja 1989: 16ff.). Hervorzuheben ist, dass Foucault den Raum keinesfalls zum Mittelpunkt seines philosophischen und soziologischen Denkens und Schreibens erklärt hat. Vielmehr finden sich einzelne Texte oder Interviewpassagen, in denen er auf die Signifikanz von Raum für Gesellschaft und Machtdimensionen verweist.⁵ Ausgehend von Sojas Befund entdeckten weitere geisteswissenschaftliche Disziplinen den Raum als eigene, zu erforschende Kategorie. War zuvor die Zeit als bestimmende Größe in einer Vielzahl von Untersuchungen dominant, konnte sich nun der Raum als essentielle Einflussgröße auf gesellschaftlich-bedingte Prozesse behaupten (vgl. Lossau 2012: 185; Döring 2010: 91). Hierin erkennt Soja die größte Leistung des *spatial turns*: Er zeige, dass es „viel umfassendere Möglichkeiten gibt, über Raum nachzudenken – Möglichkeiten, die bisher kaum erkannt und genutzt wurden“ (Soja 2008: 243).

Die Soziologie adaptiert diesen Zugewinn an Möglichkeiten sehr früh; seit dem Ende der 1980er Jahre konnte sich Raum hier als eigene Größe etablieren. Vorheriger soziologischer Forschung und Theoriebildung wird mitunter „Raumvergessenheit“ (Schroer 2006: 17) oder „Raumblindheit“ (Läpple 1991: 163) attestiert. Um die Vernachlässigung einer detaillierten

⁴ Eine Übersicht zu diversen Definitionen und Postulaten findet sich unter anderem in der interdisziplinären Anthologie von Stephan Günzel (2010) sowie in dem von Barney Warf und Santa Arias herausgegebenen Sammelband *The spatial turn: Interdisciplinary perspectives* (2009). Einen stärkeren Fokus auf die Hinwendung zum Raum innerhalb der Kultur- und Sozialwissenschaften liefern Jörg Döring und Tristan Thielmann (2008).

⁵ Prominentes Beispiel ist Foucaults Konzeption von Heteropien. Hierbei handelt es sich um Orte, die sich gesellschaftlich-gültigen Normen entziehen, „in denen die wirklichen Plätze innerhalb der Kultur gleichzeitig repräsentiert, bestritten und gewendet sind, gewissermaßen Orte außerhalb aller Orte“ (Foucault 1992: 39). Foucault charakterisiert unter anderem Psychiatrien, Gefängnisse oder auch Bordelle als Heteropien. Die Etablierung derartiger Orte verweist direkt auf herrschende Machtverhältnisse. Noch deutlicher wird Foucaults Verknüpfung von Raum und Macht in einem Interview, in dem er postuliert: „Man müsste eine ganze Geschichte der Räume schreiben – die zugleich eine Geschichte der Macht wäre [...]. Es überrascht, wenn man sieht, welch lange Zeit das Problem der Räume gebraucht hat, um als historisch-politisches Problem aufzutauchen“ (Foucault 2003: 253).

Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten der Entstehung von Raum innerhalb der Soziologie zu erklären, finden sich mehrere Ansätze. Besonders hervorzuheben ist hier die Begründung, dass sich die Soziologie Mitte des 19. Jahrhunderts zunächst als eigenständige wissenschaftliche Disziplin etablieren musste (vgl. Dahms 2009: 88f.; Schroer 2006: 19f., 23f.). Damit verbunden war ein inhaltlicher Fokus auf erforderliche Abgrenzungsbestrebungen von anderen Wissenschaften gesetzt worden. Erst die zunehmenden Globalisierungsprozesse, die mit dem Ende der 1980er Jahre einsetzen, verhelfen der Hinwendung zum Raum in der Soziologie schließlich zum Durchbruch. Als sich erste Konsequenzen der fortschreitenden, vielfältigen Dynamiken globaler Verflechtungen abzeichnen, rückt dies die Kategorie des Raumes verstärkt ins Zentrum wissenschaftlicher Aufmerksamkeit (vgl. Löw 2015; Lossau 2012: 185f.; Warf/Arias 2009: 5).

In der deutschsprachigen Soziologie lässt sich der Zeitpunkt der Hinwendung zur Analyse von Raum zusätzlich durch den prominenten Stellenwert des Raum-Begriffs innerhalb der NS-Ideologie erklären. Die daraus resultierende begriffliche Vorbelastung hatte dazu geführt, dass eine dezidierte Auseinandersetzung mit der Verflechtung von Raum und Gesellschaft zunächst ausblieb (vgl. Günzel 2017: 12; Kajetzke/Schroer 2010: 192). Erst mit der Wiedervereinigung Deutschlands konnten sich Untersuchungen zu Raum schließlich rehabilitieren. Hierzu trugen insbesondere die neuen nationalen Grenzziehungen bei, die nach Beendigung des Kalten Krieges vorgenommen wurden (vgl. Lossau 2012: 186).

Mit dem Einsetzen des *spatial turns* stand die Soziologie vor der Herausforderung, eigene Raumbegriffe und Raumkonzepte zu entwickeln. Hierbei erwies sich Henri Lefebvre als zentraler Vordenker. Seinem Werk *La production de l'espace* (1974) liegt die These zugrunde, dass Raum als Produkt sozialer Praktiken hervorgebracht werde. Damit formuliert Lefebvre diejenige These, die sich im Zuge der Hinwendung zum Raum als Konsens innerhalb der Soziologie etablieren wird.

Er konzipiert seine Theorie in marxistischer Tradition, geht jedoch über die von Marx entwickelte Kapitalismuskritik hinaus (Gottdiener 1993; Löw 2008a). Lefebvre sieht die Bedingungen der Raumproduktion durch kapitalistische Logiken und Strukturen negativ beeinflusst, da biologische Reproduktion, die Reproduktion der Arbeitskraft sowie die Reproduktion von Produktionsverhältnissen im Kapitalismus ineinander greifen und infolge dessen die Analyse von Raumproduktion erschweren (vgl. Lefebvre 1991: 32). Innerhalb

dieses komplexen Beziehungsgeflechtes wird sozialer Raum entlang von drei Momenten oder Dimensionen produziert. Diese unterscheiden sich aufgrund ihnen inhärenter unterschiedlicher Konzeptionen und Wahrnehmungen von Raum (vgl. ebd.: 33): Die (a) räumliche Praxis bezieht sich auf die materielle Produktion und Reproduktion von Raum und wird subjektiv empfunden; die (b) Repräsentationen von Raum sind formale Konzeptionen von Raum, wie sie in der Wissenschaft hervorgebracht werden; die (c) Räume der Repräsentation umfassen gelebte Räume, die einen primär symbolischen Gehalt aufweisen. Lefebvre versteht diese drei Momente als gleichwertig, da jeder die Produktion von sozialem Raum bedinge (vgl. Schroer 2008: 137f.; Schmid 2005: 208f.).⁶ Trotz dieser Unterscheidung sind die drei Momente der Raumproduktion keinesfalls voneinander isoliert – im Gegenteil, sie sind dialektisch aufeinander bezogen und miteinander verwoben (Günzel 2017: 81). Sozialer Raum ist nach Lefebvre folglich ein Konglomerat aus materiellem, konzipiertem sowie symbolischem Raum.

Dieses Raumverständnis ist deswegen so bedeutend für den soziologischen *spatial turn*, weil es einen deutlichen Bruch zu der bis dahin vorherrschenden Auffassung eines absoluten Raums markiert. Ein absoluter Raum ist ein Behälter- oder Containerraum, der soziales Handeln umschließt und unabhängig von diesem existiert (vgl. Rau 2017: 60f.; Kajatzke/Schroer 2010: 193; Löw 2001: 63f.). Lefebvre hingegen versteht Raum nicht als starr, sondern als dynamisch. Raum ist demnach materiell, formal sowie symbolisch produziert. Er lässt sich aus diesem Grund als „social morphology“ deuten:

„Vis-a-vis lived experience, space is neither a mere ‘frame’, after the fashion of the frame of a painting, nor a form or container of a virtually neutral kind, designed simply to receive whatever is poured into it. Space is social morphology: it is to lived experience what form itself is to the living organism, and just as intimately bound up with function and structure“ (Lefebvre 1991: 93–94).

Lefebvre lehnt die Vorstellung eines neutralen Raums ab, indem er darauf verweist, dass Raum Rückschlüsse auf soziale Phänomene ermögliche. Gesellschaftliche Prozesse und Ereignisse sind demnach nicht einfach in einen Raum eingebettet, sondern bringen diesen aktiv hervor.

⁶ Stephan Günzel veranschaulicht das Zusammenwirken dieser drei Momente der Raumproduktion am Beispiel der Golden Gate Bridge in San Francisco: Das Überqueren der Brücke ist demnach als räumliche Praxis zu verstehen, ihre architektonische Konzeption ist eine Repräsentation von Raum und aufgrund ihrer Symbolik stellt sie ebenso einen Raum der Repräsentation dar (vgl. Günzel 2017: 80).

Diese richtungsweisende These wird erst durch Soja ins Bewusstsein der internationalen wissenschaftlichen Theoriebildung und Forschung gerückt. Denn in derselben Arbeit, in der er den *spatial turn* als Begriff prägt und sich dezidiert mit Foucaults Denken auseinandersetzt, rezipiert er ebenfalls Lefebvres *La production de l'espace* (vgl. Soja 1989: 76ff.). Neben dieser positiven Lesart beginnt auch der Humangeograph und Sozialforscher David Harvey in seinen Werken vermehrt auf Lefebvre zu rekurren. Zusammen mit der Veröffentlichung einer englischen Übersetzung von Lefebvres Werk im Jahr 1991 hat dies zur Folge, dass sich die Auffassung der sozialen Produktion von Raum im wissenschaftlichen Diskurs behaupten kann (vgl. Döring 2010: 91). Dies wiederum lässt Lefebvres Werk zu einem fundamentalen Wegbereiter für den *spatial turn* werden.

Allerdings ist hervorzuheben, dass es trotz der breiten Rezeption stark heterogene Auslegungen von Lefebvres Theoriekonzeptionen gibt (vgl. Döring 2010: 92f.; Belina/Michel 2007: 17f.; Shields 2005: 150ff.). Dies ist vor allem dem gewählten Vokabular Lefebvres geschuldet, das als „Amalgam aus französischer Phänomenologie und dialektischem Materialismus“ (Döring 2010: 92) einheitliche Interpretationen und akkurate Übersetzungen erschwert. Zudem entwirft Lefebvre seine Arbeit als kritische Gesellschaftsbeschreibung im Kapitalismus (vgl. Schmid 2005: 314; Shields 2005: 153), weswegen sozialer Raum als umkämpfter Raum zu verstehen ist – seine Kontrolle erlaubt die aktive Gestaltung von Gesellschaft (vgl. Belina/Michel 2007:18). Durch diese Deutung sind Raumproduktionen stets Zeugnisse kapitalistischer Machtverhältnisse. Ein Umstand, der Lefebvres Theorie einengt.

Nichtsdestotrotz konnte sich das von Lefebvre vorbereitete und ihm Zuge des *spatial turns* weiterentwickelte relationale Verständnis von Raum als Konsens in der Soziologie behaupten (vgl. Schroer 2009: 356f.). Eine „Entkopplung der Konstitution des ‚Raumes‘ von dem Funktions- und Entwicklungszusammenhang seines gesellschaftlichen ‚Inhalts‘“ (Läpple 1991: 191), wie sie Läpple als kennzeichnend für absolute Raumauffassungen bestimmt, wird mehrheitlich zurückgewiesen. Stattdessen ist Raum als Beziehungsgeflecht konzipiert, das durch Akteure hervorgebracht wird und auf diese zurückwirkt (vgl. Fuller/Löw 2017: 470f.; Kajetzke/Schroer 2010: 193).

Obwohl das Einsetzen des *spatial turns* in der Soziologie bereits über zwanzig Jahre zurückliegt und es seitdem weitere *turns* gegeben hat,⁷ ist die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Kategorie des Raums noch immer ein zentrales Forschungsfeld soziologischer Arbeit. Grund hierfür ist zum einen die weiterhin fortschreitende Globalisierung, die trotz ihrer zunehmenden Verflechtungen nicht dazu geführt hat, dass Raum an Bedeutung verliert. Im Gegenteil: „Far from annihilating the importance of space, globalization has increased it“ (Warf/Arias 2009: 5). Eine stärkere globale Verflechtung ist vor allem durch die Ausbildung virtueller Netzwerke ermöglicht worden. Gleichzeitig hat der technologische Fortschritt und insbesondere das Internet zudem eigene Räume hervorgebracht, die nach theoretischen Konzeptionen verlangen (vgl. Döring/Thielmann 2008: 14ff.).⁸ Untersuchungen von Raum verlieren demnach nicht an Aktualität und Relevanz. Dies zeigt sich unter anderem auch daran, dass für Mai 2020 die erste, vollständige deutsche Übersetzung von *La production de l'espace* erscheinen wird.⁹

Auf die Diversität globaler Dynamiken und durch das Internet initiiertes sozialer Prozesse reagiert soziologische Theoriebildung mit einer ebensolchen Vielfalt. Der Konsens darüber, dass Raum relational zu verstehen sei, hat nicht dazu geführt, dass sich eine einheitliche Auffassung zur Entstehung des Beziehungsgeflechtes Raum etablieren konnte. Grundsätzlich können die verschiedenen Ansätze anhand ihrer Annahmen zu den an der Hervorbringung von Raum beteiligten Elementen unterschieden werden. Sie treffen unterschiedliche Annahmen, welche Komponenten in die Produktion von Raum eingehen und welche Machtbeziehungen

⁷ Als zwei Beispiele sind diesbezüglich der *body turn* und der *affective turn* zu nennen. Ersterer setzte Anfang der 1990er Jahre ein und beschreibt die „Entdeckung des menschlichen Körpers als Gegenstand soziologischer Forschung“ (Gugutzer 2006: 12; Herv. i. O.). Die Kehre zum Affekt hingegen begann etwa Mitte der 1990er Jahre. Sie versammelt Theorieansätze, die das Vermögen von menschlichen und nicht-menschlichen Körpern, affiziert zu werden und zu affizieren, erforschen (vgl. Clough/Halley 2007).

⁸ Ein sehr früher Versuch, die durch die technologischen Innovationen ausgelösten umfassenden sozialen Transformationen in ihrer Räumlichkeit zu beschreiben, stammt aus den 1990er Jahren von Manuel Castells. Ausgehend von der Beobachtung, dass die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien die Entstehung weltweiter Netzwerke von Akteur*innen und Orten ermöglichen, konstatiert er die Ausbildung eines Raums der Ströme (*space of flows*). Dieser organisiert die globale Verbreitung und den weltweiten Austausch von Informationen (vgl. Castells 1996).

⁹ Trotz seines zentralen Stellenwerts und der breiten Rezeption war zuvor ausschließlich das Vorwort auf Deutsch in einem Sammelband zur philosophischen und kulturwissenschaftlichen Raumtheorie veröffentlicht worden (vgl. Dünne/Günzel 2006). Obwohl Lefebvre hierin Grundannahmen und Zielsetzung seines Werkes umreißt, erklärt er diese erst im Verlauf der einzelnen Kapitel ausführlich. Die deutsche Übersetzung stammt von Annett Busch und wird von *Spector Books* veröffentlicht.

sozialen Raum durchwirken. Im folgenden werden zwei aktuellere theoretische Positionen kurz vorgestellt, die sich innerhalb der Soziologie behaupten konnten.

In der poststrukturalistischen oder neo-materialistischen Soziologie wird Raum als offenes Netzwerk einer Vielzahl von Elementen gefasst. Charakteristisch für derartige Theorieentwürfe ist die „Betonung der spezifischen Ereignishaftigkeit und Potenzialität der Materie“ (Folkers 2014: 17). Ihr einflussreichster Vertreter ist Bruno Latour. Die Ereignishaftigkeit von Materie steht im Fokus der von ihm mitbegründeten Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT). Hier wird der Begriff der Handlungsmacht vom Subjekt gelöst: „[ANT] does not limit itself to human individual actors, but extends the word actor – or actant – to *non-human, non-individual* entities“ (Latour 1996: 369; Herv. i. O.). Akteur*innen/Aktanten¹⁰ müssen demnach nicht zwingend menschlich sein, um handlungsfähig sein zu können.

Dieser These folgend, lassen sich zwei Schlussfolgerungen in Bezug auf die Produktion von Raum ziehen. Erstens, ist Raum ein Netzwerk, welches sowohl von Menschen als auch von nicht-menschlichen Aktanten gemeinsam produziert wird (vgl. Löw/Steets 2014: 218). Zweitens, kann Raum selbst als Aktant wirken, der „seinerseits in die menschlichen Handlungen ein- und auf sie übergreift“ (Busch 2007: 18). Aus diesen beiden Annahmen folgt wiederum, dass Raum als Hybrid zu denken ist, der sich aus materiellem und sozialem Raum zusammensetzt (vgl. Schroer 2008: 134; Busch 2007).

Diese Schlussfolgerung ist ebenfalls für die von Martina Löw konzipierte Raumsoziologie kennzeichnend, doch trifft sie bezüglich der beteiligten Elemente der Hervorbringung von Raum abweichende Grundannahmen. Grundsätzlich fragt Raumsoziologie danach, „wie Raum durch soziale Akteure hergestellt und mit welchen Bedeutungen er versehen wird, aber auch [...] welche strukturierenden Wirkungen vorgängige Räumlichkeit auf handelnde Individuen hat“ (Kajetzke/Schroer 2010: 193). In ihrem Werk *Raumsoziologie* (2001) entwickelt Löw ein relationales Raumverständnis, bei dem ausschließlich Menschen Raum hervorbringen. Sie versteht Raum als „(An)Ordnung sozialer Güter und Menschen

¹⁰ Die Unterscheidung von Akteur und Aktant ist bei Latour nicht eindeutig, da er hierzu verschiedene Erklärungsansätze bietet. Zentral ist jedoch – unabhängig von der Begriffswahl – das beiden Termini die Möglichkeit inhärent ist, sich sowohl auf Menschen als auch auf nicht-menschliche Entitäten zu beziehen. Als einer der ersten Begründungen für die Notwendigkeit der Einführung des Begriffs „Aktant“ wird die darin zum Ausdruck kommende Betonung nicht-menschlicher Handlungsmacht genannt. Demnach habe Latour sich für diesen Begriff entschieden, „[w]eil es im Falle von nichtmenschlichen Wesen ‚ungewöhnlich‘ klinge, von Agenten oder Akteuren zu sprechen“ (Werle 2000: 87).

(Lebewesen) an Orten“ (Löw 2001: 224). Eine derartige (An)Ordnung beschreibt sie als Raumkonstitution, sie ist das Ergebnis menschlicher Handlungen. Löws Werk markiert den aktuell am umfangreichsten ausgearbeiteten Versuch, „Raum für soziologische Analysen fruchtbar zu machen, ohne ihn als dem Handeln vorgängig und damit als mögliches Explanans gesellschaftlicher Tatsachen zu behandeln“ (Lossau 2012: 189). Ihre Thesen haben die durch den *spatial turn* etablierte Raumsoziologie fundamental geprägt.

Aufgrund dieser herausragenden Bedeutung stellt Löws Raumverständnis den theoretischen Ausgangspunkt für die nachfolgenden Kapitel dar. Im Zuge dessen wird zudem erneut das Raumverständnis der neo-materialistischen Soziologie aufgegriffen, um die Handlungsmacht von Objekten und anderen nicht-menschlichen Einflussgrößen zu diskutieren. Anhand der Erläuterungen der von Löw entwickelten Theorie der Konstitution von Raum zeigt sich eindrücklich eine derjenigen Möglichkeiten, die der *spatial turn* der Soziologie eröffnet hat.

2.1.2 Raum als relationale (An)Ordnung

Martina Löw hat in *Raumsoziologie* (2001) ein relationales Raumverständnis entwickelt, das den *spatial turn* innerhalb der Soziologie tiefgreifend prägt. In ihrer detaillierten und umfassenden Konzeption definiert sie Raum als „eine relationale (An)Ordnung von Lebewesen und sozialen Gütern an Orten“ (Löw 2001: 271). Damit ist Raum dynamisch; er „wird als bewegt, nicht starr gedacht“ (Rau 2017: 103). Er entsteht infolge einer Konstitution. Zugleich grenzt Löw mit dieser Begriffsbestimmung Raum von Ort ab. Beide Aspekte, das Verständnis von Raum als relationaler (An)Ordnung verschiedener Komponenten sowie seine Unterscheidung von Ort, werden im Folgenden eingehender erläutert und diskutiert. Zudem wird dieses Kapitel Löws Ansatz mit der neo-materialistischen Soziologie verbinden, sodass Raumkonstitutionen nicht ausschließlich Resultat menschlicher Leistungen sein müssen. Auf Basis dieser theoretischen Grundlage können abschließend drei zentrale Aspekte extrahiert werden, die Raumkonstitutionen generell kennzeichnen. Diese fließen in die weitere Erarbeitung einer theoretischen Fundierung einer Soziologie des Wohnens ein.

Zunächst ist zu fragen, welche Elemente es sind, die laut Löw potenziell Teil von relationalen (An)Ordnung werden können. Im eingangs angeführten Zitat führt sie bereits Lebewesen und soziale Güter an, die an Orten zu Raum konstituiert werden können. Neben diesen beiden

Komponenten von Raum, den Lebewesen und den sozialen Gütern, ist ein drittes Element zu nennen, welches sich aus diesen beiden ergibt: Atmosphären. Die erste Komponente, die Löw als möglichen Baustein für Raumkonstitutionen identifiziert, sind Lebewesen. Hierunter fasst sie sowohl Tiere als auch Menschen, beide können in die Konstitution von Raum einfließen (vgl. Löw 2001: 154). Allerdings schreibt Löw Menschen, anders als Tieren, damit eine Doppelrolle im Kontext der Raumkonstitution zu: Sie können Raum konstituieren und als Körper selbst Teil einer relationalen (An)Ordnung werden (vgl. Löw 2001: 155). Raum und menschliches Handeln sind demzufolge nicht als zwei voneinander getrennte Dimensionen zu betrachten, sondern sind direkt aufeinander bezogen (vgl. Rau 2017: 103).

Neben Lebewesen berücksichtigt Löw ebenfalls eine Vielfalt von Objekten, die als Bausteine in Raumkonstitutionen eingehen können. Diese unterschiedlichen Elemente versammelt sie unter dem Begriff des sozialen Guts.¹¹ Laut Löw ist jedes soziale Gut durch Menschen erzeugt worden; es ist zudem sowohl materiell als auch symbolisch, wobei eine der beiden Eigenschaften dominiert. Als Beispiel für ein primär materielles Gut führt sie einen Tisch oder ein Haus an, hingegen sind primär symbolische Güter Lieder oder Vorschriften (vgl. Löw 2001: 153). Jedes soziale Gut hat folglich unterschiedliche Dimensionen. Eine weitere Besonderheit sozialer Güter ist, dass sie entweder als Komponente in die Konstitution von Raum eingehen können oder selbst einen Raum darstellen – je nach Perspektive. Konkret bedeutet dies: „Eine Stadt, ein Zimmer, ein Schrank kann als ein soziales Gut für die Konstitution des Raums betrachtet werden, er/es kann aber auch selbst als Raum gesehen werden“ (ebd.: 157). Folglich ist die Wahl der Perspektive entscheidend, wenn Raumkonstitutionen untersucht werden sollen.

Als dritte Komponente neben Lebewesen und sozialen Gütern können auch Atmosphären in die Konstitution von Raum eingehen. Grundsätzlich berücksichtigt Löw damit zunächst einmal sinnlich-wahrnehmbare Qualitäten von Lebewesen oder sozialen Gütern. Beispielsweise kann ein Geruch als olfaktorischer Einfluss prägend auf Raumkonstitutionen

¹¹ Den Begriff entnimmt Löw einer Arbeit des Soziologen Reinhard Kreckel. In *Politische Soziologie der sozialen Ungleichheit* (1992) widmet sich dieser der gesellschaftlichen Verteilung von sozialen Gütern, da er hierin die Ursache für die Entstehung sozialer Ungleichheit identifiziert. Er charakterisiert soziale Güter als „Produkte, und zwar Produkte *menschlichen* Handelns; oder genauer: *sozialen* Handelns; oder noch genauer: Produkte gegenwärtigen und vor allem vergangenen *materiellen* und *symbolischen* Handelns“ (Kreckel 1992: 77; Herv. i. O.). In Löws Konzeption der Konstitution von Raum legt die Verwendung des Begriffs offen, dass Raum stets sozial zu denken ist, da seine Bausteine sowohl Lebewesen als auch soziale Güter sind.

wirken (vgl. ebd.: 195). Diesbezüglich ist zu betonen, dass eine derartige Wirkung nicht von der tatsächlichen Sichtbarkeit eines Lebewesens oder eines sozialen Guts abhängig ist. Sie können auch ohne visuelle Wahrnehmung in die Prozesse der Raumkonstitution einfließen. Verstanden als Außenwirkungen von Lebewesen und/oder sozialen Gütern können sich sinnlich-wahrnehmbare Qualitäten verdichten und auf diese Weise ein Atmosphäre bilden. Hierbei bezieht Löw sich auf den Philosophen Gernot Böhme, der den Begriff der Atmosphäre maßgeblich geprägt hat und diese als „die gemeinsame Wirklichkeit des Wahrnehmenden und des Wahrgenommenen“ (Böhme 1995: 34) definiert. Diesem Ansatz folgend, ist eine Atmosphäre an die Anwesenheit von etwas Wahrnehmbarem, welches durch menschliche Wahrnehmung gespürt wird, gebunden.¹² Wird eine relationale (An)Ordnung vorgenommen, werden auch die verschiedenen Außenwirkungen der zu positionierenden Elemente zueinander in Beziehung gesetzt und „entwickeln im gemeinsamen Arrangement eine eigene Potentialität“ (Löw 2001: 204-205). Diese Potentialität wirkt als Atmosphäre, als „eigene Stofflichkeit des Räumlichen“ (Löw 2001: 208), prägend auf die Raumkonstitution ein. Bezogen auf die sozialen Güter lässt sich folglich festhalten, dass diese aufgrund ihrer Außenwirkungen nicht als passive Objekte klassifizierbar sind (vgl. Löw 2008b: 106).

Wenn Lebewesen, soziale Güter und Atmosphären als Bausteine in den Konstitutionsprozess von Raum eingehen können, ist zudem zu fragen, wie dieser Prozess vollzogen wird und inwiefern er sich – wie eingangs dargelegt – auf Orte bezieht. Um die Stellung des Menschen und seiner Handlungen innerhalb der Raumsoziologie von Löw adäquat diskutieren zu können, muss dies ebenfalls erläutert werden. Laut Löw gliedert sich jede Raumkonstitution auf analytischer Ebene in zwei Prozesse, dem Spacing und der Syntheseleistung. Diese sind in der Praxis untrennbar miteinander verschmolzen (vgl. Löw 2008b: 106). Mit Spacing ist die konkrete Platzierung eines Lebewesens oder eines sozialen Guts gemeint (vgl. Löw 2001: 158). Es kann als der Prozess der Anordnung von Körpern beschrieben werden, infolge dessen eine relationale Positionierung dieser zueinander vorgenommen wird (vgl. Lippuner/Lossau 2010: 113). Diese Platzierung ist zum einen an die Existenz eines Ortes gebunden, zum anderen machen Platzierungen Orte kenntlich (vgl. Löw 2001: 198). Platzierungen und Orte sind jedoch keinesfalls gleichzusetzen. Löw attestiert Orten eine Langlebigkeit, da sie

¹² Löw kritisiert zurecht, dass Böhme Atmosphären als objektiv wahrnehmbar konzipiert. Am Beispiel der Farbe Blau erklärt er, dass die Wahrnehmung dieser Farbe frei von einem „einzelsinnlichen Charakter“ (Böhme 1995: 96) sei, da sie stets mit Kälte und Leere assoziiert werde (vgl. ebd.: 97). Löw wendet demgegenüber ein, dass Sozialisation und Kultur einen markanten Einfluss auf die Wahrnehmung und Interpretation von Farben ausüben (vgl. Löw 2001: 208f.).

mithilfe der Symbolik einer vorgenommenen Platzierung den Akt der (An)Ordnung überdauern können (vgl. ebd.).

Der zweite Prozess, der essentiell für die Konstitution von Raum ist, ist die Syntheseleistung. Sie „ermöglicht es, daß Ensembles sozialer Güter oder Menschen wie ein Element wahrgenommen, erinnert oder abstrahiert werden, und dementsprechend als ein ‚Baustein‘ in die Konstruktion von Raum einbezogen werden“ (Löw 2001: 159). Folglich ist die Syntheseleistung als „ästhetische und kognitive Leistung des Menschen“ (Rau 2017: 103) zu verstehen.

Beide Prozesse, die Platzierung und die Zusammenführung, sind notwendig, um Raum zu konstituieren. Hieraus folgt, wie bereits im Zuge der Erläuterungen zum Spacing angedeutet, dass Raum und Ort sich gegenseitig bedingen. Tatsächlich konstatiert Löw eine reziproke Abhängigkeit: „Die Konstitution von Raum bringt systematisch Orte hervor, so wie Orte die Entstehung von Raum erst möglich machen“ (Löw 2001: 272–273). Ein Ort überdauert die Konstitution von Raum, da er „einen Platz, eine Stelle, konkret benennbar, meist geographisch markiert“ (Löw 2001: 224) darstellt. Dadurch verweist ein Ort auf Platzierungen, die im Zuge von vorangegangenen Raumkonstitutionen vorgenommen wurden. Gleichzeitig bedeutet dies, dass Raumkonstitutionen zukünftige Raumkonstitutionen beeinflussen: „Space [...] is shaped by and shapes action“ (Fuller/Löw 2017: 476). Bezogen auf Orte folgt daraus, dass sie als Strukturen interpretiert werden können, welche nachfolgende Raumkonstitutionen ermöglicht.

Zudem ist in Bezug auf das Verhältnis von Raum und Ort festzuhalten, dass mehrere Räume am selben Ort konstituiert werden können. Durch Spacing und Syntheseleistung muss die Struktur eines Ortes nicht zwingend bestätigt werden, es sind ebenfalls andere, abweichende Platzierungen und Zusammenführungen denkbar (vgl. Rau 2017: 64). Hierin liegt eine weitere Stärke von Löws Raumkonzeption, denn auf diese Weise werden gesellschaftliche Veränderungen möglich – Raumkonstitutionen sind nicht bloße Repetitionen vorgegebener Platzierungen, sie orientieren sich nicht unbedingt an denselben Parametern. Stattdessen ist die Synthese von platzierten Lebewesen und sozialen Gütern an die kognitive Leistung des synthetisierenden Menschen gebunden: „Nicht alle Menschen synthetisieren vom selben Ort aus in gleicher Weise“ (Löw 2001: 202). Die auf diese Weise entstandenen Räume können „nebeneinander sowie in Konkurrenz zueinander existieren bzw. in klassen- und geschlechtsspezifischen Kämpfen ausgehandelt werden“ (ebd.: 273). Dieses konfliktgeladene

Potenzial von Raumkonstitutionen ist entscheidend, um Veränderung von Orten denken zu können.

Allerdings leitet Löw die Möglichkeit unterschiedlicher Konstitutionen von Raum am selben Ort mithilfe des von Pierre Bourdieu entwickelten Habitus-Konzeptes her. Durch dieses Vorgehen werden Spacing und Syntheseleistung schlicht auf die verinnerlichte Zugehörigkeit zu sozialen Klassen zurückgeführt (vgl. Löw 2001: 197f.). Wenn es auch nicht zu leugnen ist, dass diese Prozesse maßgeblich durch Sozialisation und Kultur geprägt werden,¹³ so wurde die Existenz und die Macht eines klassenspezifischen Habitus bereits vielfach überzeugend kritisiert. Prominente Beispiele sind etwa der Verweis auf eine Pluralisierung von Lebensstilen, die einem starren Habitus widersprechen (vgl. Lahire 2003), die fehlende Berücksichtigung von kreativen und nicht-rationalen Handlungsweisen (vgl. de Certeau 1988: 123ff.) oder der Verweis auf die deterministischen Eigenschaften und die daraus resultierende Frage nach der Freiheit menschlicher Entscheidungen (vgl. Lenger/Schneickert/Schumacher 2013: 20f.). Eine Kritik an der von Löw erarbeiteten Raumsoziologie kommt folglich nicht umhin, die Erklärungskraft des Habitus-Konzeptes zurückzuweisen.¹⁴ Überraschend ist diesbezüglich, dass Löw selbst davor warnt, dem Habitus eine allzu starke Erklärungskraft zuzuschreiben, da Wechselwirkungen zwischen Raum und Handlung nicht berücksichtigt werden könnten (vgl. Löw 2001: 182f.). Dieser Aspekt wird im Anschluss an die generellen Ausführungen zu Löws entworfener Soziologie des Raums diskutiert.

Aus der Art der Unterscheidung zwischen Raum und Ort wird zugleich deutlich, wieso Löw eine „Dualität von Raum“ konstatiert. Diese erarbeitet sie in kritischer Auseinandersetzung mit Anthony Giddens' Theorie der Strukturierung (vgl. Löw 2001: 166ff.; Kajetzke/Schroer

¹³ Der Einfluss von Kultur auf Wahrnehmungs- und Deutungsprozesse ist beispielsweise Gegenstand zahlreicher Studien zu interkultureller Kommunikation (vgl. u.a. Thomas/Kinast/Schroll-Machl 2009).

¹⁴ Ein möglicher Ansatz, kulturelle Einflüsse ohne Habitus-Konzept in Beziehung zu Raum zu setzen, stammt von Benno Werlen. In der von ihm entwickelten Sozialgeographie, die insgesamt über weitreichende Parallelen mit Löws theoretischen Grundannahmen verfügt (Döring 2010: 97f.), geht er davon aus, dass raumproduzierende Handlungen „sozial-kulturelle, subjektive wie auch physisch-materielle Komponenten [aufweisen]“ (Werlen 2008: 282).

2010: 201). Während Giddens die These einer Dualität von Struktur¹⁵ entwickelt, überträgt Löw diesen Grundgedanken auf den Raum, indem sie diesen als Wechselspiel von Handlung und Struktur fasst (vgl. Löw 2001: 226). Um diese Eigenschaft von Raum noch deutlicher hervorzuheben, wählt sie die Schreibweise „(An)Ordnung“. Sie hofft, damit zu verdeutlichen, dass „Räumen sowohl eine Ordnungsdimension, die auf gesellschaftliche Strukturen verweist, als auch eine Handlungsdimension, das heißt der Prozeß des Anordnens, innewohnt“ (Löw 2001: 131).¹⁶

Spacing und Syntheseleistung bringen Löw mitunter den Vorwurf einer Tendenz zu Raumvoluntarismus ein (vgl. Schroer 2006: 175). Diese Kritik zielt auf eine allzu handlungsempathische Deutung der Produktion von Räumen ab (vgl. Döring/Thielmann 2008: 26f.). Der Eigenlogik von Räumen werde keine Rechnung getragen, dabei könne sich diese verhaltensnormierend auswirken oder spezifische Erwartungshaltungen wecken.¹⁷ In der Konsequenz wäre eine solche Auffassung sogar als gegenläufig zum *spatial turn* zu verstehen (vgl. Döring 2010: 98).

Diese Kritik lässt sich zuspitzen, wenn auf die bereits kurz vorgestellten neo-materialistischen Konzeptionen wie die ANT zurückgegriffen wird (vgl. Kapitel 2.1.1). Diese differenzieren nicht zwischen menschlichen und nicht-menschlichen Handlungen. So hat Latour beispielsweise versucht, diese Dichotomie mithilfe einer symmetrischen Anthropologie zu überwinden (vgl. Latour 1995). Diesem Ansatz folgend, sind Menschen und Objekte als Akteure und Aktanten zu fassen; die Definition von Handlung wird zugunsten einer breiteren

¹⁵ In seinem Werk *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration* (1984) konzipiert Giddens das Verhältnis von Handlung und Struktur als wechselseitig aufeinander bezogen. Zentral ist hierbei die These einer Dualität von Struktur, die besagt, dass „the structural properties of social systems are both medium and outcome of the practices they recursively organize“ (Giddens 1984: 25). Jede Handlung strukturiert folglich Gesellschaft, ist gleichzeitig jedoch selbst bereits gesellschaftlich strukturiert (vgl. Abels/König 2016: 169).

¹⁶ In seiner literaturwissenschaftlichen Untersuchung von Transit-Orten liefert Lars Wilhelmer mit dem Bahnhofsgebäude ein anschauliches Beispiel für die Dualität von Raum. Er führt aus: „Ein Bahnhof wird erst durch die Zuschreibungen und menschlichen Aktivitäten zu einem Bahnhof, andererseits bringt der gebaute Bahnhof auch permanent ganz bestimmte Alltagshandlungen hervor, die das Gebäude dann wieder funktional und strukturell bestätigen“ (Wilhelmer 2015: 26). Hier ist die Abhängigkeit der Raumkonstitution von einem Ort sowie der Einfluss seiner Strukturen auf die Konstitution von Raum sehr leicht nachzuvollziehen.

¹⁷ Als Beispiel für eine derartige Eigenlogik führt Markus Schroer die Kirche an, deren Wirkungsweise sich im Moment des Betretens spürbar entfaltet: „So gehen wir in Kirchen langsam und mit Bedacht, wir senken die Stimme und nehmen den Hut ab“ (Schroer 2006: 176).

Begriffsbestimmung gelockert. Demnach ist eine Handlung nicht anhand von Intentionen zu beschreiben, sondern primär aufgrund ihrer Wirkungen (vgl. Wieser 2012: 185).

Löw hingegen privilegiert die Handlungsmacht des Menschen, da Raumkonstitutionen für sie stets als ein Produkt menschlichen Handelns zu fassen sind (vgl. Löw 2008a: 35, 2001: 224). Aus der Perspektive der ANT bedeutet dies, dass sie dadurch den Einfluss anderer, nicht-menschlicher Akteure nicht ausreichend bedenkt. Mithilfe dieser Perspektive lässt sich die zuvor kritisierte fehlende Berücksichtigung der Eigenlogik von Räumen aus ebenjenem einengenden Verständnis von Handlungsmacht herleiten, da Raum ausschließlich als Produkt eines menschlichen Konstitutionsprozesses gefasst wird. Doch kann der Eigenlogik von Räumen mithilfe der Berücksichtigung des ANT-Postulats zur Stärkung der Position von nicht-menschlichen Akteuren Rechnung getragen werden. Haben diese eine aktive Funktion, wird deutlich, inwiefern der an einem Ort konstituierte Raum verhaltensnormierend wirken kann. Sobald das Anordnen nicht mehr ausschließlich menschliche Tätigkeit ist, sondern ebenfalls durch die Handlungsmacht anderer Einflussgrößen gestaltet wird, können Orte und Räume derartige Qualitäten aufweisen. Die Notwendigkeit der Integration einer neo-materialistischen Perspektive in die von Löw entwickelte Raumtheorie wird deutlich.

Wenn die Zuschreibung von Handlungsmacht in Bezug auf den Raum infrage gestellt wird, ist ebenfalls die Bestimmung relevanter Bausteine des Raums kritisch zu hinterfragen. Dies weist zwei Implikationen auf. Erstens, sind die Bausteine des Raums in Form von sozialen Gütern ausschließlich auf Produkte menschlichen Handelns reduziert. Diese Einschränkung ist weitreichend, schließt sie doch natürliche Faktoren kategorisch aus. Wird hingegen eine ANT-Perspektive eingenommen, ist eine derartige Einschränkung entschieden abzulehnen. Stattdessen werden Räume netzwerkartig durch die Verknüpfung und das Zusammenwirken einer Vielzahl von Objekten, Artefakten, Materialitäten und Immaterialitäten hervorgebracht (vgl. Schroer/Kajetzke 2019: 87; Busch 2007: 19). Dies ist an keine Voraussetzungen geknüpft – es ist unabhängig davon, ob sie ein Produkt menschlicher Handlungen sind.

Der zweite Aspekt, der sich hieran anschließt, betrifft den Status dieser heterogenen Akteure in Bezug auf die Konstitution von Raum. Wie bereits ausgeführt, wird den nicht-menschlichen Aktanten innerhalb der ANT ebenfalls Handlungsmacht zugesprochen. Deren aktive Einflussnahme innerhalb der Konstitution von Raum bezieht Löw nicht ausreichend ein, da sie den Menschen privilegiert (vgl. Müller 2016: 173). Ihr jedoch die schlichte Gegenüberstellung von handelndem Menschen und einer ihm unterworfenen im-/materiellen

Umgebung vorzuwerfen, greift zu kurz. Immerhin erklärt sie Atmosphären oder andere immaterielle Elemente symbolischer Natur, wie Imaginationen oder Werte, als essentiell für den Prozess der Raumproduktion. In diesem Sinn entfalten die von ihr berücksichtigten Bausteine des Raums durchaus eine ihnen eigene Handlungsmacht. Doch ist es gerade angesichts der starken Rolle, welche Löw nicht-menschlichen Einflussgrößen im Kontext der Raumkonstitution zuschreibt, nicht nachvollziehbar, wieso die Konstitution selbst ein rein menschliches Produkt bleibt. Vielmehr legen Löws theoretische Grundannahmen selbst den Schluss nah, Raum als Beziehungsgeflecht heterogener Elemente zu deuten, welches durch die Handlungsmacht dieser entsteht. Mithilfe der ANT lässt sich diesbezüglich festhalten: „Ebenso wenig wie natürliche Objekte oder Artefakte als bloße Projektionsflächen subjektiver Vorstellungen oder sozialer Konstruktionen fungieren, ist der Raum lediglich ein menschliches Konstrukt“ (Busch 2007: 19). Folglich ist die relationale (An)Ordnung von Raum als Ergebnis der gemeinsamen Konstitution von menschlichen und nicht-menschlichen Akteuren zu konzipieren.

Mithilfe der Öffnung der von Löw erarbeiteten Konzeption von Raum, kann auch der zuvor erläuterten Kritik am Habitus konstruktiv begegnet werden. Wenn die Konstitution von Raum nicht mehr allein das Erzeugnis menschlicher Handlungen ist, dann bestimmen die jeweils involvierten Elemente über jede Raumkonstitution. Das bedeutet für die Konstitution mehrerer Räume an einem Ort, dass diese nicht über habituell bestimmte Präferenzen des Menschen zu erklären sind, sondern über die unterschiedlichen netzwerkartigen Verknüpfungen beschrieben werden müssen. Jeder Ort bietet die Möglichkeit, eine Vielzahl von unterschiedlichen Bausteinen relational anzuordnen und zu synthetisieren.

Für die Annäherung an die theoretische Fundierung einer Soziologie des Wohnens können abschließend drei zentrale Erkenntnisse festgehalten werden. Diese wurden mithilfe der Rezeption der von Martina Löw entwickelten Raumsoziologie sowie ihrer Ergänzung durch eine neo-materialistische Perspektive gewonnen. Erstens, Raum ist relational aus einer Vielzahl von Bausteinen konstituiert. Diese umfassen materielle und immaterielle, menschliche und nicht-menschliche Elemente. Seine Untersuchung muss sich der Identifikation der unterschiedlichen Bausteine sowie der Analyse ihrer Beziehungen zueinander widmen. Zweitens, wenn die Position des Menschen innerhalb der Konstitution von Raum untersucht werden soll, sind hierbei vor allem die Prozesse von Spacing und

Syntheseleistung in den Fokus zu nehmen. Durch die Integration neo-materialistischer Ansätze bedeutet dies, dass nicht-menschliche Akteure einen Einfluss auf die Konstitution haben und dass sie eigene Raumkonstitutionen entwickeln können. Drittens, Raum und Ort sind wechselseitig aufeinander bezogen, wobei Räume aufgrund ihrer Konstitution dynamisch sind und Orte geographisch markiert. An einem Ort können mehrere Räume konstituiert werden.

Nachdem grundsätzlich nach der Entstehung von Raum und Ort gefragt wurde, ist es nun möglich, sich spezifischer den konkreten Bestandteilen einer Soziologie des Wohnens zuzuwenden. Im Folgenden wird im Einklang mit den bisherigen Ergebnissen erörtert werden, wie sich Wohnraum und Wohnort, die Wohnung sowie das Zuhause theoretisch bestimmen lassen.

2.1.3 Wohnraum und Wohnort

Laut dem Duden bezeichnet „Wohnraum“ einen einzelnen Raum zum Wohnen – im Sinne eines Zimmers – und kann sich ebenfalls auf die Wohnung als Ganzes beziehen (vgl. Duden 2019a). Hingegen ist der Wohnort der „Ort, an dem jemand seinen Wohnsitz hat“ (Duden 2019b), wobei Wohnsitz definiert ist als „Ort, an dem jemand seine Wohnung hat“ (Duden 2019c). Der Wohnort ist folglich an die Lage der Wohnung gekoppelt, wobei diese den Wohnsitz darstellt. Die Kopplung des Wohnortes an den Wohnsitz basiert auf einem juristischen Verständnis: Ein- und Auszug müssen behördlich gemeldet werden, bei mehreren Wohnungen ist zwischen Haupt- und Zweitwohnsitz zu unterscheiden.

Vor dem Hintergrund der vorausgegangenen Überlegungen zur Konstitution von Raum und seiner Beziehung zu Orten, entfernt sich die im Folgenden vorgenommene Definitionsarbeit bedingt von dieser rechtlichen Auslegung. Ziel ist es, auf Grundlage der von Löw entwickelten Thesen zur Konstitution von Raum, Annahmen über die Charakteristika von Wohnräumen und Wohnorten herzuleiten. Im Zuge dieser Erarbeitung wird zudem der Alltag als wichtige kennzeichnende Größe für Wohnraum und Wohnort bestimmt werden. Im Folgenden wird dabei das von Löw zugrunde gelegte Alltagsverständnis als zu eindimensional kritisiert und es werden weitere theoretische Konzeptionen von Alltag herangezogen.

Dem Postulat des *spatial turns* folgend, erarbeitet Martina Löw einen allgemeinen Raumbegriff, „der das *Wie* der Entstehung von Räumen erfaßt“ (Löw 2001: 15; Herv. i. O.). Aufgrund dieser Zielsetzung wird die Entstehung von Wohnräumen und Wohnorten nicht explizit berücksichtigt. Nichtsdestotrotz können auf Grundlage ihrer Überlegungen zu Raum und Ort (vgl. Kapitel 2.1.2) sowie weiterer Verweise in *Raumsoziologie* (2001) einige Rückschlüsse auf die Bestimmung der beiden Begriffe gezogen werden.

Grundsätzlich kann auf Grundlage der im vorherigen Kapitel erläuterten Definition festgehalten werden, dass Wohnraum aufgrund seiner Kennzeichnung als Raum als eine relationale (An)Ordnung heterogener Elemente zu bestimmen ist (vgl. Kapitel 2.1.2). Die Vielzahl der Raumbausteine erstreckt sich von Lebewesen, sozialen Gütern, Atmosphären über nicht-menschliche Akteure und Immaterialitäten. Diese begriffliche Bestimmung trifft allerdings noch keine Aussage darüber, inwiefern Wohnraum sich von anderen Raumkonstitutionen abgrenzen lässt. Eine weitere Spezifizierung kann erreicht werden, wenn zusätzlich die von Löw konstatierte Unterscheidung zwischen Raum und Ort und deren reziprokes Abhängigkeitsverhältnis herangezogen werden: Wenn Räume sich ausschließlich an Orten konstituieren lassen, dann muss die Konstitution von Wohnräumen an Wohnorten vollzogen werden (vgl. ebd.). Obwohl diese beiden Schlussfolgerungen durchaus wertvoll für die zu leistende Definitionsarbeit sind, stellen sie noch keinesfalls ein befriedigendes Ergebnis dar. Die bisherigen Resultate erscheinen noch zu unspezifisch. Folglich bleiben die zentralen Fragen: Wodurch ist Wohnraum im Besonderen gekennzeichnet? Wie ist ein Wohnort von einem anderen Ort zu unterscheiden?

Ein erster Ansatzpunkt, um eine spezifischere theoretische Bestimmung von Wohnraum und Wohnort leisten zu können, findet sich in Löws knappen Erläuterungen zur Konstitution eines „eigenen“ Stadtteils. Laut Löw entsteht ein „eigener“ Stadtteil durch die Verschmelzung von Raumbausteinen mit ihrer Platzierung – ein Vorgang, der bei Menschen automatisch innerhalb jeder Wahrnehmung vollzogen wird. So kann beispielsweise „über die Straße, in der man wohnt, die Geschäfte nördlich des eigenen Hauses, in denen man einkauft, und das Flußufer, an dem man sich zwar selten aufhält, das aber dem Erleben nach zum eigenen Raum dazugehört“ (Löw 2001: 199), ein solcher Stadtteil konstituiert werden. Die individuelle Zusammensetzung in diesem Beispiel ist durch eine Kombination von der eigenen Wohnung

(implizit umschrieben mit der „Straße, in der man wohnt“) und anderen konkret geographisch-markierten Orten erzeugt. Als Ergebnis dieser Raumkonstitution kann schließlich ein Ort entstehen: „Die Konstitution eines Raumes, bestehend aus dem Wohnhaus, den Geschäften und dem Flußufer, bringt einen Ort hervor, der entweder einen Namen trägt (z.B. Nikolaiviertel) oder persönlich als ‚Kiez‘ oder ‚eigener Stadtteil‘ bezeichnet ist“ (Löw 2001: 200).

Es ist zudem hervorzuheben, dass der „eigene“ Stadtteil relativ stabil erscheint. Für den Menschen ist er nicht jeden Tag aufs Neue Gegenstand einer umfassenden Raumkonstitution. Löw weist darauf hin, dass es Konstitutionen von Raum gibt, die aufgrund von Repetition routiniert erfolgen und daher mit wenig Aufwand vollzogen werden. Diese kennzeichnen, laut Löw, den Alltag (vgl. Löw 2001: 161ff.). Die Wiederholung macht es möglich, dass Raumkonstitutionen keiner bewussten Reflexion bedürfen, da sie durch die Konstituierenden bereits mehrfach geleistet wurde. Repetition führt schließlich dazu, dass sich ein praktisches Bewusstsein¹⁸ beim Menschen herausbildet, auf dessen Grundlage die Konstitutionen von Raum routiniert erfolgen. Bei diesem Bewusstsein handelt es sich um ein Wissen, „welches Handelnde im Alltag aktualisieren, ohne auf bewußte Reflexion zurückzugreifen“ (ebd.: 161). Konkret bedeutet dies, dass eine Raumkonstitution ständig nach scheinbar denselben Parametern und folglich mithilfe desselben Wissens vollzogen werden kann (vgl. ebd.: 166). Daraus folgt zudem, dass die vollzogene Konstitution den Ort in seinen Platzierungen bestätigt oder zumindest nicht in Widerspruch mit ihnen steht. Der „eigene“ Stadtteil wird mithilfe von Gewohnheiten konstituiert und bezieht sich hierbei auf die Strukturen des Ortes, folglich ist er der Dimension des Alltags zuzuordnen.

Werden diese Ausführungen gezielt auf mögliche Schlussfolgerungen in Bezug auf die Bestimmung von Wohnraum und Wohnort geprüft, kann die Entstehung des „eigenen“ Stadtteils als ein Beispiel für die Konstitution eines Wohnraums an einem Wohnort gedeutet werden. Löw beginnt ihre Ausführungen mit der „Straße, in der man wohnt“, wodurch auf die Wohnung und damit auf einen konkret geographisch-markierten Punkt verwiesen wird. Obwohl das Wohnen erst im Zuge eines späteren Kapitels begrifflich bestimmt wird (vgl.

¹⁸ Die Annahme, dass sich das menschliche Bewusstsein in ein praktisches und ein diskursives Bewusstsein gliedern lässt, sowie die daraus folgenden Implikationen übernimmt Löw hierbei von Anthony Giddens. Der Soziologe hat das praktische Bewusstsein als wesentlich für routiniertes Handeln definiert, wohingegen nicht-routiniertes Handeln durch ein diskursives Bewusstsein bestimmt ist (vgl. Giddens 1984: 174f.).

Kapitel 2.2), kann aufgrund der Parallelen zur Beschreibung von Orten (vgl. Kapitel 2.1.2) festhalten werden, dass es sich bei Wohnung und Straße um einen Wohnort handelt. Demzufolge ist der Raum, der an diesem Ort konstituiert wird, als Wohnraum zu verstehen. Innerhalb der Stadt, in der ein Mensch wohnt, ist es ihm folglich möglich – unter aktiver Mitgestaltung verschiedener Entitäten (vgl. Kapitel 2.1.2) – Wohnraum zu konstituieren. In dem gegebenen Beispiel formiert sich der „eigene“ Stadtteil entweder als allgemein benanntes Viertel oder über eine individuelle Zusammensetzung von Lokalisierungen.

Das Wechselspiel zwischen Raum und Ort, welches folglich ebenso kennzeichnend für das Verhältnis von Wohnraum und Wohnort ist, ist hieran eindrücklich nachzuvollziehen: An einem Wohnort wird Wohnraum konstituiert, wobei dieser wiederum auf den Wohnort zurückwirkt. Zudem zeigt das Beispiel des „eigenen“ Stadtteils ebenfalls, dass sich der Wohnort nicht auf den Ort der Wohnung begrenzen muss. Es sind ebenso weitergefasste Wohnorte denkbar, die andere physische Orte einbeziehen. Der „eigene“ Stadtteil, der als Ergebnis einer Wohnraumkonstitution einen konkreten Wohnort beschreibt, kann als Kombination verschiedener Lokalisierungen außerhalb der Wohnung entstehen. Abstrahiert von diesem Beispiel bedeutet dies, dass Wohnorte ebenfalls Nachbarschaften oder Teile einer Dorfgemeinde umfassen können. Zusammengenommen verweisen diese Überlegungen darauf, dass Wohnräume und Wohnorte nicht auf Wohnungen begrenzt sind: Wenn ein Ort als Wohnort zu beschreiben ist, kann an diesem Wohnraum konstituiert werden.¹⁹ Daraus folgt, dass Orte, die bewohnt werden, zentral für Wohnraumkonstitutionen sind.

Dies provoziert neue Fragen, etwa: Wie ist das Wohnen theoretisch zu bestimmen? Wie ist das Verhältnis von Wohnen und Wohnraumkonstitution? Und: Wann wird ein Ort bewohnt?

Die Beantwortung dieser Fragen führt an dieser Stelle zu weit von der Definitionsarbeit zu Wohnraum und Wohnort weg. Aufgrund ihrer offensichtlich hohen Signifikanz stehen diese Fragen jedoch im Mittelpunkt des gesamten Kapitels 2.2, welches sich dezidiert mit dem Wohnen beschäftigt.

¹⁹ Ein solch erweitertes Verständnis von Wohnort und Wohnraum könnte als Wohnumwelt beschrieben werden. Als Teil dieser kann die Wohnung den Ausgangspunkt für die Konstitution von engere und weiter entfernten Wohnumwelten darstellen (vgl. Heck 1981: 13f.). Wie bereits betont, ist dies jedoch keine zwingende Voraussetzung. Alternativ findet sich in der Literatur auch der Begriff des Wohnumfeldes. Dieser hat als Indikator für Wohnqualität (Anbindung der Wohnung an öffentliche Infrastruktur, Einkaufsmöglichkeiten, Naherholungsgebiete) Eingang in die Bau- und Immobilienwirtschaft gefunden (vgl. Kemper/Schöffel 2014: 202ff.), weswegen er weniger geeignet scheint.

Im Zuge der Erläuterungen zum „eigenen“ Stadtteil wurde zusätzlich auf die Dimension des Alltags verwiesen. In Bezug auf Wohnraum und Wohnort lässt sich festhalten, dass die Konstitution von Wohnraum an Wohnorten demnach ebenfalls mit dem Alltag verbunden ist. Daraus folgt, dass Wohnraum und Wohnort vor allem durch repetitive und damit routinierte Praktiken der Wohnraumkonstitution gekennzeichnet sind. Es folgt weiter, dass gewohnheitsbasierte Konstitutionen von Wohnraum die Strukturen des Wohnortes affirmativ bestätigen und sich innerhalb ihrer gesetzten Rahmenbedingungen bewegen.

Gegen ebenjene Schlussfolgerung ist einzuwenden, dass sie die Möglichkeit für Variation und Kreativität im Alltag nicht ausreichend berücksichtigt. Zudem ist – vor allem unter dem Aspekt des erweiterten Verständnisses von Handlungsmacht (vgl. Kapitel 2.1.2) – schwer vorstellbar, dass Raum überhaupt unter denselben Bedingungen erneut konstituiert werden kann. Löw selbst räumt die Möglichkeit von Irritationen der gewohnheitsbasierten Raumkonstitutionen im Alltag ein. Eine Irritation ist beispielsweise gegeben, wenn mehrere Menschen an Raumkonstitutionen beteiligt sind und es zu *Aushandlungsprozessen* kommt (vgl. Löw 2001: 184f.). Doch dass diese außerhalb von Alltag liegen sollen, erscheint abwegig. Vor dem Hintergrund dieser Ausführungen zeigt sich Alltag schon aufgrund der vielfältigen, involvierten Akteure als hochdynamisch. Wie lässt sich dies mit der Deutung eines repetitiven Alltags verbinden?

Grundsätzlich findet sich innerhalb der zentralen Arbeiten der Alltagssoziologie wie den Werken von Henri Lefebvre oder Agnes Heller ebenfalls der Verweis auf die Assoziation von Alltag mit Wiederholung (vgl. u.a. Ghisleni 2017; Göttlich 2015).²⁰ So stellt Rita Felski in ihrer feministischen Lektüre von Definitionen des Alltags die Wiederholung als spezifische Zeitlichkeit des Alltags heraus. Sie konzentriert sich hierbei vor allem auf die Rezeption von

²⁰ Der Verweis auf diese Parallele soll keinesfalls suggerieren, dass die Alltagssoziologie ihren Gegenstand konsensual theoretisch erschlossen hat. Denn wenngleich der Begriff des Alltags außerhalb der wissenschaftlichen Thematisierung kaum weiterer Erläuterungen bedarf, ist er umstrittener Gegenstand innerhalb akademischer Diskurse. Es gibt eine Vielzahl von Definitionsversuchen, die jeweils unterschiedliche Implikationen aufweisen (vgl. u.a. Bargetz 2016; Göttlich 2015; Highmore 2002a, 2002b; Hammerich/Klein 1978). Eine ausführliche Diskussion der Klassiker der Alltagssoziologie findet sich im ersten Kapitel des Werkes *Theorie des Alltags* (1983) von Hans-Gerd Prodoehl oder in einer etwas komprimierteren Form im Aufsatz *The sociology of everyday life: A research program on contemporary sociality* (2017) des italienischen Soziologen Maurizio Ghisleni. Die Erweiterung soziologischer Positionen zu Alltagskonzeptionen um philosophische und künstlerische Arbeiten wird ausgiebig in Michael Sheringhams *Everyday Life: Theories and Practices from Surrealism to the Present* (2009) dargestellt und erläutert.

Henri Lefebvres Werken, weswegen sie Alltagsleben²¹ primär durch einen sich auf Repetition stützenden Rhythmus gekennzeichnet sieht:

„Everyday life is above all a temporal term. As such, it conveys the fact of repetition; it refers not to the singular or unique but to that which happens ‘day after day’. The activities of sleeping, eating, and working conform to regular diurnal rhythms that are in turn embedded within larger cycles of repetition: the weekend, the annual holiday, the start of a new semester“ (Felski 1999: 18).

Felski erkennt im Alltagsleben einen ihm eigenen zeitlichen Rhythmus, welcher ihm Struktur verleiht. Diese Struktur basiert auf Wiederholung. Entlang dieser Struktur werden Praktiken ausgeführt; im Zitat sind Schlafen, Essen und Arbeiten als Beispiele erwähnt, die dem Tagesrhythmus folgen. Gleichzeitig ist dieser Rhythmus in weitere Repetitionen eingebunden, da er beispielsweise durch die Abfolge von Wochentagen und Wochenenden strukturiert wird.

Ausgehend von dem zeitlichen Rhythmus des Alltagslebens könnte nun angenommen werden, der Alltag sei durch Eintönigkeit zu beschreiben (vgl. Scott 2009: 69)²² – eine Schussfolgerung, die sich implizit auch bei Löw wiederfindet. Allerdings weist Lefebvre selbst darauf hin, dass der repetitive Rhythmus des Alltags keinesfalls einen Mangel an Abwechslung bedeutet. In *Rhythmanalysis. Space, Time and Everyday Life* (2004) wendet er sich direkt zu Beginn gegen eine solche Annahme, indem er der Wiederholung eine ihr inhärente Variation attestiert:

„But there is no identical absolute repetition, indefinitely. Whence the relation between repetition and difference. When it concerns the everyday, [...] there is always something new and unforeseen that introduces itself into the repetitive: difference“ (Lefebvre 2004: 6).

In diesem Zitat hebt Lefebvre hervor, dass sich Wiederholung nie als exakte Wiederholung denken lässt. Alltag ist zwar durch zeitliche Rhythmisierung gekennzeichnet, doch impliziert diese gleichzeitig Differenz. Hieraus folgt, dass der Alltag temporal zwar durchaus einen repetitiven Charakter aufweist, doch dass dieser sich nicht zwingend durch Eintönigkeit

²¹ Das Alltagsleben steht im Mittelpunkt Henri Lefebvres neo-marxistischer Soziologie, die er in seiner Trilogie *Critique of everyday life* entwickelt. Der erste Band erschien im Jahr 1947, der zweite im Jahr 1961 und der dritte wurde im Jahr 1981 veröffentlicht. Eine Unterscheidung zwischen Alltagsleben und Alltag proklamiert er erst nachträglich in späteren Werken, wobei er diese nicht gebührend darlegt (vgl. Trebitsch 1991: xxiv; Bargetz 2016: 105f.). Aus diesem Grund werden seine Beschreibungen der Charakteristika des Alltagslebens hier als Verweise auf die Eigenschaften von Alltag gedeutet.

²² Innerhalb der klassischen Tourismusforschung war ein solches Verständnis von Alltag lange wirkmächtig und wird im Zuge der Auseinandersetzung mit *peer-to-peer* Wohntourismus dezidiert behandelt (vgl. Kapitel 3).

auszeichnet. Die Politikwissenschaftlerin Brigitte Bargetz erklärt dieses Zusammenspiel sehr eindrücklich: „Repetition als Wiederholung in der Zeit bedeutet vielmehr beständige Veränderung, da kein Zyklus und daher auch keine alltägliche Wiederholung auf genau denselben Ausgangspunkt zurückkommen kann“ (Bargetz 2016: 106). Vor diesem Hintergrund ist Löws Konzeption von Alltag als bloßer, monotoner Repetition noch einmal entschieden zurückzuweisen.

Die Loslösung des Alltags von zeitlicher Wiederholung impliziert ebenfalls eine Loslösung des Alltags von monotonen Praktiken. Auch repetitive Praktiken sind durch Abweichungen gekennzeichnet. Schlafen, Essen und Arbeiten – diejenigen Praktiken, die sich in Felskis Beispiel am Tagesrhythmus orientieren –, stellen ebenfalls keine bloße, keine exakte Reproduktion ihrer selbst vom vorherigen Tag dar. Auch ihnen ist durch ihre Wiederholung die Abweichung inhärent. Diesen Aspekt gilt es noch auszuführen bevor diese Überlegungen auf die Definition von Wohnraum und Wohnort angewendet werden.

Ein interessanter Ansatz, die Praktiken des Alltags und damit den Alltag selbst trotz Wiederholung als abwechslungsreich zu fassen, findet sich in *Kunst des Handelns* (1988) von Michel de Certeau. Dieses Werk ist darüber hinaus für die vorliegende Arbeit auch deswegen von besonderer Relevanz, weil der französische Soziologe und Philosoph einige Parallelen zu Löws Soziologie des Raums erkennen lässt.

Grundsätzlich ist der Alltag für de Certeau trotz seiner Wiederholungen „voll von kreativen Aneignungen“ (Füssel 2018: 101). Ausschlaggebend für diese Deutung ist das reziproke Wechselspiel zwischen Raum und Ort, wobei diesem – wie auch bei Löw – ein relationales Raumverständnis zugrunde liegt. De Certeau erklärt: „Insgesamt *ist der Raum ein Ort*, mit dem man etwas macht“ (de Certeau 1988: 218; Herv.i.O.). Damit ist der Ort zur Bedingung für die Entstehung von Raum erklärt. Eine derartige Abhängigkeit hatte Löw ebenfalls angenommen (vgl. Kapitel 2.1.2).

De Certeau kennzeichnet Orte durch räumliche Strukturen, Regeln und eine Ordnung (vgl. Rau 2017: 112). Im Alltag schaffen Praktiken an diesen Orten Räume, welche die etablierten Regelsysteme von Orten bespielen (vgl. de Certeau 1988: 23). Diese Auseinandersetzung, das Hervorbringen von Raum an einem Ort, ist als kurzzeitige Aneignung des Ortes zu verstehen.

Sie kann, muss aber nicht subversiv sein. Das bedeutet, Räume können ebenfalls im Einklang mit der etablierten Ordnung stehen (vgl. Highmore 2002a: 153f.). Folglich verweist die Aneignung eines örtlichen Systems „weniger gezielt auf Umsturz oder Revolution gerichtetes Agieren als vielmehr auf das Umgehen der Kontrollversuche der disziplinierenden Kräfte“ (Krönert 2009: 50). Dennoch ist das Potenzial einer Aneignung nicht zu unterschätzen, da ihre Art und Weise auf die Struktur des Ortes zurückwirken kann – schließlich werden Möglichkeiten oder Verbote, die ein betreffendes System bereithält, realisiert oder missachtet.²³ Da es eine Vielzahl von möglichen Aneignungen gibt und weil diese sich geschickt mit den Ordnungen der Orte auseinandersetzen müssen, versteht de Certeau den Alltag als kreativ (vgl. de Certeau 1988: 186).²⁴ Welche Implikationen weist ein derartiges Alltagsverständnis nun für die Deutung von Wohnraum und Wohnort auf?

Lefebvre folgend, ist der Alltag per Definition durch Wiederholung und Differenzen zeitlicher Rhythmen charakterisiert. Das bedeutet für Wohnraum und Wohnort, dass diese zeitlich nicht durch monotone Repetition bestimmt sind. Stattdessen impliziert ihre Verknüpfung mit der Dimension des Alltags, dass die sie strukturierende Temporalität differente Wiederholungen aufweist. Diese erstreckt sich ebenfalls und insbesondere auf die Konstitution von Wohnraum an Wohnorten. Denn als Praktik ist diese auch dem Zusammenspiel von Wiederholung und Differenz unterlegen. Das bedeutet, dass ein Wohnraum nicht noch einmal auf die selbe Art und Weise an einem Wohnort konstituiert werden kann. Er kann vorherigen Wohnraumkonstitutionen ähneln, stellt jedoch niemals eine exakte Reproduktion dar. Für eine solche Deutung spricht zudem, dass eine Vielzahl heterogener Akteure als konstitutiv für Wohnraum identifiziert wurden.

Mit de Certeau lässt sich die differente Wiederholung von Praktiken als kreative Aneignung von Orten fassen. Wohnraumkonstitutionen bespielen die Strukturen der Wohnorte, können diese bestätigen oder aber umdeuten. Auf diese Weise haben sie schließlich ebenfalls die

²³ Ein sehr eindrückliches Beispiel liefert de Certeau mit dem Gehen in der Stadt. Während die Straße, das gesamte Streckennetz, als eine Ordnung verstanden werden kann, sind die einzelnen Schritte eines Fußgängers oder einer Fußgängerin eine Aneignung dieses Systems, in Folge derer Raum produziert wird (vgl. de Certeau 1988: 189). Es kann eine eigene kreative Interpretation der geltenden Ordnung vorgenommen werden (vgl. Füßel 2013: 30), etwa indem Abkürzungen, Umwege oder Trampelpfade abseits von angelegten Wegen geschaffen werden (vgl. de Certeau 1988: 190).

²⁴ Die von de Certeau identifizierte Bedeutung des kreativen Alltags wird erneut in Kapitel 2.2.3 relevant werden. Sie wird dort für die Bestimmung der Praktiken des (Be)Wohnens herangezogen und mithilfe de Certeaus Unterscheidung von Strategie und Taktik erweitert.

Möglichkeit, Wohnorte zu verändern. Vor diesem Hintergrund liegt der Schluss nahe, die Konstitution von Wohnraum selbst als Praktik des Wohnens zu fassen. Dies würde bedeuten, dass das Wohnen an Wohnorten diese Orte durch Wohnraumkonstitutionen prägt und verändert. Dieser Aspekt liefert einen essentiellen Hinweis auf die mögliche definitonische Bestimmung des Wohnens, er wird im Zuge der Unterkapitel von Kapitel 2.2 eingehend erörtert. Hier ist zudem eine dezidierte Auseinandersetzung mit alltäglichen Praktiken in Form von Gewohnheiten angesiedelt (vgl. Kapitel 2.2.2).

Abschließend ist in Bezug auf die theoretische Bestimmung von Wohnraum und Wohnort festzuhalten, dass diese zunächst entlang der im vorherigen Kapitel entwickelten Grundthesen zu Raum und Ort bestimmt wurden. Das bedeutet, dass Wohnräume relational sind und von Menschen und nicht-menschlichen Akteuren an Wohnorten konstituiert werden (vgl. Kapitel 2.1.2). Durch diese Deutung weicht das in dieser Arbeit entwickelte Verständnis von Wohnraum und Wohnort deutlich von der alltagssprachlichen Bedeutung ab. Am deutlichsten tritt dies in Bezug auf die Wohnung zutage, welche nicht als Wohnraum, sondern als Wohnort bestimmt wurde. Zudem konnte an Löws Beispiel der Entstehung eines „eigenen“ Stadtteils gezeigt werden, dass Wohnorte sich nicht auf die Wohnung beschränken müssen. Stattdessen können Nachbarschaften ebenfalls als Wohnorte gekennzeichnet werden. In diesem Punkt nähert sich die innerhalb dieser Arbeit vorgenommene Begriffsbestimmung doch wieder der Alltagssprache, da der Wohnort hier an die Definition mithilfe des Wohnsitzes erinnert. Grundsätzlich gilt, dass ein Ort dann zu einem Wohnort wird, wenn er bewohnt wird. Es ist noch offen, wie das Bewohnen zu verstehen ist – dieser Frage wird insbesondere in Kapitel 2.2.3 nachgegangen werden.

Zusätzlich sind Wohnraum und Wohnort durch die Dimension des Alltags gekennzeichnet. Die kritische Auseinandersetzung mit Löws Alltagsverständnis, welche unter Rückgriff auf Lefebvre und de Certeau erfolgt ist, hat diese Kennzeichnung von ihrer Bedeutung der monotonen Reproduktion gelöst. Stattdessen sind Wohnraum und Wohnort durch differente Wiederholungen charakterisiert, die Konstitution von Wohnraum ist als kreative Aneignung von Wohnorten bestimmt worden. Damit sind Wohnraumkonstitutionen in der Lage, Wohnorte leicht verändert zu reproduzieren, zu variieren oder sogar zu transformieren.

Der „eigene“ Stadtteil hat deutlich gezeigt, wie sehr der Standort der Wohnung die Konstitution von Wohnräumen beeinflussen kann. Die „Straße, in der man wohnt“ markiert hier einen zentralen Ausgangspunkt für Wohnraumkonstitutionen. Doch nicht nur aufgrund ihrer geographischen Lage ist die Wohnung ausschlaggebend für die Räume und Orte des Wohnens. Anhand ihrer Außen- und Innenarchitektur ist sie für das Wohnen bestimmt. Sie stellt damit einen Wohnort dar, dessen Zweck die Ermöglichung von Wohnpraktiken ist. Die Auseinandersetzung mit der Wohnung verspricht folglich auch mehr Aufschluss über die Beziehung von Wohnraum und Wohnort liefern zu können. In Anbetracht dieser verschiedenen Gründe steht die Wohnung im Zentrum der nachfolgenden Erörterungen.

2.1.4 Wohnung

Die Wohnung eines Menschen ist als Wohnort zu fassen. Sie ist konkret geographisch lokalisierbar und definiert mithilfe ihrer materiellen Architektur einen nach außen abgeschlossenen Bereich, welchen sie räumlich in einzelne Zimmer aufteilt. Damit kommt ihr nicht nur im Hinblick auf die theoretische Fundierung der Soziologie des Wohnens über die Reflexion zu Räumen und Orten des Wohnens ein herausragender Stellenwert zu. Zusätzlich ist eine eingehendere Untersuchung zu Charakteristika der Wohnung geboten, weil die Wohnung als temporäre Unterkunft für Reisende integraler Bestandteil der zwei Onlineplattformen Airbnb und Couchsurfing ist. Im Folgenden wird mit dem Begriff der Wohnung nicht nur ein Teil eines Wohn- oder Apartmenthauses erfasst, sondern ebenfalls alleinstehende Häuser, Doppelhäuser, Reihenhäuser oder Hütten – kurz, jedes architektonische Gebäude, das dem Menschen zum Wohnen dient.

Schon vor dem Hintergrund der Ergebnisse aus den vorherigen Kapiteln lassen sich erste Erkenntnisse zur theoretischen Beschreibung der Wohnung generieren. Grundsätzlich kann sie als Basis für Wohnraumkonstitutionen dienen, da sie einen Ort darstellt, an dem Menschen wohnen (vgl. Kapitel 2.1.3). Obwohl jede Wohnung ein Wohnort sein kann, gilt diese Schlussfolgerung natürlich nicht umgekehrt. Dies wird deutlich, wenn die Wohnung – wie am Beispiel des „eigenen“ Stadtteils illustriert – als Teil einer Kombination mit anderen (Wohn)Orten in Konstitutionen von Wohnraum eingeht (vgl. ebd.). Der von Löw verwendeten Terminologie folgend, ist die Wohnung somit entweder ein Ort für (Wohn)Raumkonstitutionen oder ein soziales Gut, das selbst wiederum einen Raum darstellt

(vgl. Kapitel 2.1.2). Als soziales Gut ist sie zwar primär das Produkt menschlicher Handlungen, allerdings darf hierbei die Rolle und der Einfluss nicht-menschlicher Akteure nicht unterschätzt werden. Wenn die Wohnung einen Wohnort darstellt, an dem Wohnraumkonstitutionen vollzogen werden können, dann ist sie ebenfalls durch die Dimension des Alltags gekennzeichnet (vgl. Kapitel 2.1.3).

Um die Wohnung nun eingehender definitorisch fassen zu können, wird zunächst erneut mithilfe von Löws *Raumsoziologie* (2001) geprüft, inwieweit sich weitere Charakteristika bestimmen lassen. Dieses Vorgehen sichert die Kohärenz der zu erarbeitenden Soziologie des Wohnens. Analog zu den vorherigen Kapiteln muss es wesentlich um die Berücksichtigung anderer wissenschaftlicher Reflexionen zur Wohnung erweitert werden.

Obwohl Löw der Wohnung als Ganzes wenig Beachtung zukommen lässt, spielt diese eine entscheidende Rolle, wenn Löw die Bedeutung von Alltag für Raumkonstitutionen erklärt. Hierfür greift sie das viel zitierte Beispiel Pierre Bourdieus vom Umzug algerischer Familien in französische Sozialwohnungen auf. Bourdieu stellt in seinem Aufsatz *Physischer, sozialer und angeeigneter physischer Raum* (1991) fest, dass algerische Familien kurz nach ihrem Einzug in die ihnen zugewiesenen Sozialwohnungen vor einer neuen Herausforderung standen. Er schildert die Beobachtung, dass „die so lang ersehnte Wohnung ihnen gleichsam ‚über den Kopf wuchs‘, da sie außerstande waren, ihren impliziten Ansprüchen nachzukommen“ (Bourdieu 1991: 31). Als Grund für diese Überforderung nennt Bourdieu sowohl mangelnde finanzielle Mittel, um die in der neuen Wohnung anfallenden Lebenshaltungskosten zu decken, als auch ein fehlendes Wissen über den „Lebensstil [...], der diesem scheinbar universellen Raum unterschwellig eingeschrieben war [...]“ (ebd.).

Löw nutzt dieses Beispiel, um aufzuzeigen, dass routinierte Raumkonstitutionen des Alltags scheitern, wenn sie nicht zu einer Reproduktion der Ortsstrukturen führen. Die Wohnung, verstanden als manifeste physische Materialität, steht in Konflikt mit den bisherigen Handlungsroutinen der neuen Bewohner*innen. Die Familien können ihre Gewohnheiten in den neuen Wohnungen nicht umstandslos fortführen, zudem sind ihnen die symbolischen Einschreibungen der französischen Sozialwohnungen noch unbekannt. Die Strukturen, die

ihre frisch bezogenen Wohnungen gestaltet haben, sind ihnen fremd (vgl. Löw 2001: 184).²⁵ Allerdings begründet Löw die familiäre Überforderung mit dem Habitus. Aufgrund der eingeschränkten Erklärungskraft wurde dies bereits kritisiert (vgl. Kapitel 2.1.2). In Bezug auf die Wohnung gilt es nun, diesen Einwand weiter zu stützen und zu konkretisieren, indem zusätzliche theoretische Überlegungen herangezogen werden.

Mithilfe der Erläuterungen aus Kapitel 2.1.2 und Kapitel 2.1.3 lässt sich das Beispiel der algerischen Familien anders deuten. Zum einen ist es die Wohnung selbst, die wesentlich auf die Konstitution von Wohnraum einwirkt. Zum anderen kann diese Situation unter Rückgriff auf die Ausführungen zu de Certeau als Teil des Alltags gedeutet werden. Die Familien versuchen hier, sich den Ort der Wohnung mithilfe ihrer gewohnheitsbedingten Wohnraumkonstitutionen anzueignen. Ihre Überforderung rührt nun daher, dass sie diejenigen Strukturen, die in diesen Ort eingeschrieben sind, nicht gut genug kennen, um diese Aneignung selbst als erfolgreich zu werten. Es sind Strukturen, die unter anderem durch die französischen ArchitektInnen der Sozialwohnungen in diesen Ort eingeschrieben wurden. Der Einzug der Familien in die Sozialwohnungen ist ein Beispiel dafür, dass Wohnraumkonstitutionen im Alltag veränderbar sind. Die Familien treffen auf einen neuen Wohnort, im Zuge dessen sind neue Bausteine für die Konstitution von Wohnraum relevant, neue Akteure sind aktiv involviert.

Die Wohnung selbst gewinnt als Akteur ebenfalls einen zentralen Stellenwert in Bezug auf die Konstitution von Raum. Folglich lässt sich die Situation der Familien ebenso ohne habituelle

²⁵ Löw führt die Überforderung der algerischen Familien darauf zurück, dass ihnen diejenigen routinierten Wohnraumkonstitutionen, die zu ebenjener physischen Formgebung der Wohnung geführt haben, nicht bekannt sind. In diesem Beispiel ist es die Materialität der Wohnung, die spezifische Raumkonstitutionen erschwert oder verhindert. Erneut fällt auf, wie leicht sich eine neo-materialistische Perspektive in Löws Ansatz integrieren lässt – und es erstaunt erneut, dass sie dies nicht selbst vorgenommen hat.

Präferenzen in der Konstitution von Raum interpretieren.²⁶ Die Wohnung als Akteur zu begreifen, ihre konkrete Architektur nicht als passiv, sondern dynamisch zu denken, das sind Aspekte, die sich ebenfalls in der ANT sowie in der relativ jungen Architektursoziologie wiederfinden lassen.

Latour hat sich in einem Aufsatz, den er zusammen mit der Architekturtheoretikerin Albena Yaneva verfasst hat, dafür ausgesprochen, durch Architektur geschaffene Gebäude nicht nur auf ihre konkrete Formgebung und ihr Design zu reduzieren. Stattdessen wird in dem Aufsatz gefordert, Gebäude dynamisch zu denken:

„Wir sollten heute in der Lage sein, ein Gebäude als *Navigation* durch eine kontroverse Datenlandschaft zu denken: mit einer lebendigen Folge von erfolgreichen und gescheiterten Konzepten und Entwürfen, mit einer kreuz und quer verlaufenden Zeitschiene unbeständiger Definitionen und wechselnder Kompetenzen, mit widerspenstigen Materialien und Technologien; wechselnden Nutzeransprüchen und Beurteilungen. Schliesslich sollten wir uns ein Gebäude als einen beweglichen Regler vorzustellen, der Eingriffe regulieren, die Aufmerksamkeit von Nutzern lenken, der Menschen zusammen bringen, den Fluss der Akteure *konzentrieren* und ihn so *steuern kann*, als würde eine neue produktive Kraft im Zeit-Raum *entstehen*“ (Latour/Yaneva 2008: 86; Herv. i. O.).

Übertragen auf die Wohnung bedeutet dies, dass diese nicht nur anhand ihrer situativen Verfassung in den Prozess der Wohnraumkonstitution eingeht, sondern dass sie als Zeugin historischer Veränderungen zu verstehen ist. Hervorgegangen aus einer Vielzahl von Entwürfen und Imaginationen ist sie Bedeutungsträgerin verschiedener Zuschreibungen, beherbergt sie unterschiedliche Erwartungen und Anforderungen. Sie ist wandelbar und ebenso ist es die Dimension ihrer Handlungsmacht. Was in diesem Zitat zudem implizit angedeutet wird, ist die Beziehung zwischen Architektur und Mensch, welche als wechselseitig zu verstehen ist.

²⁶ Eine ähnliche Situation beschreiben Norbert Elias und John L. Scotson in ihrer Studie von Etablierten-Außenseiter-Figurationen im englischen „Winston Parva“. Sie untersuchen die problembehafteten Dynamiken zwischen langansässigen Bewohner*innen und Neuhinzugezogenen und erklären diese mithilfe sozialer Machthierarchien: „Hätte man die ‚Dörfler‘ gefragt, hätten sie vermutlich geantwortet, daß sie keine Neubausiedlung vor ihrer Haustür haben wollten; und hätte man die ‚Siedlungs‘leute gefragt, hätte man wahrscheinlich zu hören bekommen, daß sie lieber anderswo wohnen wollten als neben einer solchen älteren Gemeinde. [...] Die ‚Dörfler‘ behandelten die Neuankömmlinge natürlich so, wie sie Abweichler in ihrer eigenen Nachbarschaft zu behandeln pflegten. Und die Zuwanderer benahmen sich an ihrem neuen Wohnort ganz unschuldig so, wie es *ihnen* natürlich erschien“ (Elias/Scotson 2002: 246f.; Herv. i. O.). Hervorzuheben ist, dass sich die von Elias und Scotson aufgedeckten Machtfigurationen keinesfalls entlang von Klassenzugehörigkeiten herausbildeten, sondern auf Basis der Wohndauer in Winston Parva (vgl. Treibel 2008: 80). Damit zeigt sich erneut, dass es zum von Bourdieu bevorzugten Habitus wesentlich plausible Erklärungsansätze gibt.

In der Architektursoziologie konstituiert ebenjenes Verhältnis zwischen Architektur und Mensch den zentralen Forschungsgegenstand. Im deutschsprachigen Raum ist diese Disziplin maßgeblich durch Heike Delitz, Bernhard Schäfers und Silke Steets begründet worden. Architektursoziologie erhebt einen universellen Geltungsanspruch, da sie Architektur auf Makroebene als Ausdruck sozialer Normen und Wertvorstellungen interpretiert, während sie auf Mikroebene analysiert, inwiefern gebaute Umwelten auf Körper und Wahrnehmungen wirken (vgl. Delitz 2010: 15). Folglich werden gesellschaftliche Normen und Erwartungen unter anderem als Architektur manifest und nehmen dadurch Einfluss auf diejenigen Praktiken, die innerhalb dieser Architektur vollzogen werden. Dies trifft ebenso auf Wohnungsarchitektur zu.

Obwohl die im deutschsprachigen Raum viel rezipierte sozialwissenschaftliche Analyse *Soziologie des Wohnens* (1996) nicht der Architektursoziologie zuzurechnen ist, veranschaulicht sie den Stellenwert und die Wandlungsfähigkeit von Architektur am Beispiel der Wohnung sehr eindrücklich. In ihrer Analyse konzentrieren sich die beiden Autoren Häußermann und Siebel unter anderem auf eine historische Rekonstruktion der deutschen Wohnungspolitik. Das besondere soziologische Erkenntnisinteresse ihrer Arbeit fassen sie wie folgt zusammen:

„Der Wandel der Wohnung und des architektonischen Gehäuses verweisen auf gesellschaftliche Veränderungen, auf den Wandel von Ehe und Familie, von gesellschaftlicher Arbeitsteilung und Herrschaftsorganisation, von Geschlechterverhältnis und – in Elias’ Begrifflichkeit: Wandel gesellschaftlicher Figurationen“ (Häußermann/Siebel 1996: 12).

Wenngleich die Autoren in ihrer Studie einen streng sozialwissenschaftlich orientierten Ansatz verfolgen – und sich damit grundlegend von der Position, wie sie etwa Latour und Yaneva in ihrem Aufsatz vertreten, unterscheiden –, gelingt es ihnen in dem angeführten Zitat durchaus, für die vielfältigen Einschreibungen zu sensibilisieren, die Wohnungsarchitektur durchziehen und ihr letztendlich zu ihrer konkreten Architekturumgebung verhelfen. Da sie vor allem den Wandel von Wohnungsarchitektur betonen, weisen sie implizit ebenfalls auf die disziplinierende Wirkung von gebauten Strukturen hin. Spezifische Ideen, Entwürfe und Grundrisse von Wohnungen ändern sich mit gesellschaftlichen Transformationen; überholte Architekturen werden den veränderten Ansprüchen nicht gerecht, sie verhindern das Ausleben der neuen Bedürfnisse. Aus diesem Grund kann anhand der Untersuchung der Veränderung von Architektur von Wohnungen auf gesamtgesellschaftliche Veränderungen geschlossen

werden. Als Inkorporation von dominanten Normen und Ansichten ist die gebaute Wohnung folglich Zeitzeugin von sozialem Wandel. Wird diese Erkenntnis mit den Ergebnissen aus Kapitel 2.1.2 und Kapitel 2.1.3 verbunden, so ist die Architektur der Wohnung als manifeste Struktur dieses Ortes zu interpretieren. Die bewohnte Wohnung wirkt als Akteur auf die Konstitution von Wohnraum ein, ist in ihrer Handlungsmacht jedoch nicht absolut. Sie kann nicht nur durch die situative Wohnraumkonstitution selbst umgedeutet werden, sondern ist darüber hinaus gesellschaftlichen Veränderungen von Normen und Werten ausgeliefert.

Häußermann und Siebel weisen darauf hin, dass dieses Architekturverständnis in Bezug auf Wohnungen sich bereits in der auf Norbert Elias zurückgehenden Studie zur höfischen Gesellschaft aus dem Jahr 1933 findet.²⁷ Unter dem Titel *Wohnstrukturen als Anzeiger gesellschaftlicher Strukturen* stellt Elias fest, dass die Wohnung „einen sicheren und höchst anschaulichen Zugang zum Verständnis bestimmter gesellschaftlicher Beziehungen, die für die höfische Gesellschaft charakteristisch sind“ (Elias 1992: 71), eröffnet. Elias verfolgt diese Lesart der Wohnung ebenfalls, wenn er den Prozess der Zivilisation von westeuropäischen Gesellschaften unter anderem anhand der historischen Rekonstruktion der gesellschaftlichen Verschiebung von Schamgrenzen und Peinlichkeitsschwellen beschreibt. Räumlich wurde die veränderte Empfindung vor allem in der Innenarchitektur von Wohnungen sichtbar, etwa durch die Entstehung eigener Schlafzimmer (vgl. Elias 1976: 222ff.).

Derartige Beispiele, welche den Stellenwert der Wohnungsarchitektur als materiellen Anzeiger gesellschaftlicher Normen und Strukturen hervorheben, lassen sich viele finden. Es kann unter anderem die Entstehung der Trennung von Küche und Wohnzimmer angeführt werden. In Deutschland setzt sich diese im 19. Jahrhundert in den gut-situierten bürgerlichen Wohnungen durch, um das Kochen „mit seinen Ausdünstungen und scharfen Gerüchen möglichst weit auf Distanz vom Aufenthaltsort der feineren Bewohner zu halten“ (Häußermann/Siebel 1996: 51). Die Küche hat sodann eine Vielzahl von

²⁷ Der vollständige Titel des Werkes lautet: *Die höfische Gesellschaft – Untersuchungen zur Soziologie des Königtums und der höfischen Aristokratie*. Es handelt sich um die Habilitationsschrift von Elias, die aufgrund der nationalsozialistischen Machtübernahme und Elias' Flucht ins französische Exil erst 1969 veröffentlicht wurde.

Veränderungen in Bezug auf gesellschaftliche Anforderungen und Wertvorstellungen erlebt.²⁸ War es zunächst gesellschaftlich gewünscht, Küche und Wohnzimmer räumlich voneinander zu separieren, gibt es im 21. Jahrhundert mitunter Tendenzen einer Auflösung derartiger Grenzziehungen. Dies zeigt sich beispielsweise in der zunehmenden Popularität von Loft-Wohnungen (vgl. Funke 2006). Je nachdem, ob Küche und Wohnzimmer voneinander separiert sind oder nicht, je nachdem, ob die Küche funktional klein oder repräsentativ groß und offen gestaltet ist, ermöglicht und erschwert dies in diesem Zimmer stattfindende Praktiken. Die Struktur der Wohnung wirkt wesentlich auf mögliche Wohnraumkonstitutionen ein.

Aufgrund der Macht, die jeder Wohnungsarchitektur in Bezug auf die sich in ihr aufhaltenden Menschen zukommt, ist die Wohnung ebenfalls politischer Gegenstand. Dies gilt vor allem für ihre aktive Unterstützung von Vergeschlechtlichung. Feministische Arbeiten kritisieren die materiellen Architekturen von Wohnungen mitunter als Ausdruck „baulich-räumlicher HERRschaft“ (Terlinden 1980) oder diagnostizieren das „Emanzipationshindernis Wohnung“ (Warhaftig 1985). Allgemein wird die geschlechtsspezifische Konnotation der Wohnung als Sphäre der Frau kritisiert, die gegenüber einer männlichen Öffentlichkeit hierarchisch tiefer gestellt ist (vgl. Young 2005; Wischermann 2003; Benhabib 1993). Mitunter richtet sich der Blick hierbei insbesondere auf die Küche (vgl. u.a. Llewellyn 2004; Inness 2001). In den *queer studies* werden dieser Kritik folgend Wohnkonzepte jenseits heteronormativer Aufladung entwickelt (vgl. u.a. Vallerand 2013).

Gleichzeitig ist es auch die Demographie einer Bevölkerung, wie beispielsweise ihr Altersaufbau, ihre Geburtenrate oder Migration, die als wichtige Einflussgröße auf die Architektur der Wohnung zu berücksichtigen ist. Am deutlichsten zeigt sich dies in den umfangreichen Arbeiten zu Anforderungen an eine barrierefreie Wohnung für Menschen in einem hohen Alter oder für Menschen mit Behinderung (vgl. u.a. Skiba/Züger 2016; Metzger

²⁸ Prominentes Beispiel ist die sogenannte *Frankfurter Küche*, die in den 1920er Jahren von der Architektin Margarete Schütte-Lihotzky entworfen wurde. Zielführend war die Idee, Arbeitsabläufe zu optimieren und zugleich wenig Platz in Anspruch zu nehmen. Die Küche „basiert auf vorausgegangenen Arbeits- und Ablaufstudien; jeder Handgriff, jeder Bewegungsablauf ist idealtypisch optimiert und in eine exakte Anordnung der Schränke und Geräte übersetzt. Entsprechend kann sich nur *eine* Person (die Frau) in der Küche sinnvoll aufhalten“ (Steets 2015: 126, Herv.i.O.). Die *Frankfurter Küche* zeigt beispielhaft, inwiefern konkrete Wertvorstellungen – in diesem Fall heteronormative Konzeptionen von Familie sowie konservative Zuschreibungen der Rolle von Mann und Frau – in die Architektur von Wohnungen eingeschrieben sind.

2016; Boys 2014). Umgekehrt wird hier schnell deutlich, wie stark eine spezifische Architektur Bewegungsfreiheit einschränken kann und wie umfassend der Grundriss einer Wohnung auf die Bewohner*innen zurückwirkt.

In der Architektur von Wohnung schlagen sich zudem kulturelle Einflüsse nieder. Beispielsweise ist der Eingangsbereich in japanischen Wohnungen deutlich von der restlichen Wohnung getrennt. Diese Trennung ist entweder durch eine Stufe oder eine schmale Leiste markiert. Beim Betreten der Wohnung müssen hier die Schuhe ausgezogen werden. Es ist ein Bereich des symbolischen Übergangs zwischen einem Außen und einem Innen – ein philosophischer Grundgedanke, der die japanischen Gesellschaft kennzeichnet (vgl. Ozaki/Lewis 2006).

Die Wohnung ausschließlich als Ausdruck gesellschaftlicher und kultureller Strukturen zu deuten, wäre allerdings verkürzt. Auch wirtschaftliche und technische Einflüsse sind zu nennen. Ergänzend zu den gesellschaftlich-fundierte formenden Kräften, die auf die konkrete Architektur der Wohnung und damit auf ihre Wohninfrastruktur einwirken, müssen überdies auch klimatische Faktoren angeführt werden (vgl. Mughal 2015: 215; Bär 2008: 58). In ihrer Grundfunktion ist die Wohnung dadurch existenziell, denn sie dient als Schutz vor Witterung (vgl. Gleichmann 2006: 25f.; Häußermann/Siebel 1996: 12f.; Bollnow 1963: 129f.). Zusammen mit den gesellschaftlichen Einschreibungen offenbart der Einfluss klimatischer Bedingungen die untrennbare Verknüpfung der Wohnung mit ihrer konkreten geographischen Lage. Diese bestimmt zusammen mit den anderen genannten Faktoren somit wesentlich über deren gebaute Strukturen. Dadurch determiniert die Wohnung als Wohnort nicht nur maßgeblich die dort stattfindenden Wohnraumkonstitutionen, sie verweist auch auf ihre enge Beziehung zu Praktiken. Wie bei Wohnraum und Wohnort ist es folglich ebenso für die theoretische Fundierung der Wohnung erforderlich, die dort stattfindenden Praktiken zu betrachten. Dies wird in Kapitel 2.2 geleistet.

Nachdem die Rolle der Wohnungsarchitektur als Akteur anhand seiner verschiedenen Einflussgrößen betrachtet wurde, muss die Wohnung als Wohnort auch anhand ihrer Verknüpfung mit der Dimension des Alltags sowie der Gewohnheit betrachtet werden. Diese Zuschreibung hatte sich im Zuge der Auseinandersetzungen zu Wohnraum und Wohnort ergeben (vgl. Kapitel 2.1.3). Löw hatte den Alltag vor allem mit Repetition und sich darüber

ausbildenden Gewohnheiten verbunden. In der Verbindung mit de Certeau konnte innerhalb dieser Wiederholung Kreativität verortet werden. Die Wohnung als Wohnort zu beschreiben, bedeutet dann sie als Ort alltäglicher, raumbildender Praktiken zu charakterisieren. Daraus folgt, dass sie maßgeblich durch diese Praktiken gestaltet und geprägt wird.

In frühen Deutungen der Tourismuswissenschaften ist diese Deutung der Wohnung als Ort des Alltags und der Gewohnheit prominent. Indem sie als lokaler Kondensationspunkt für alltägliche Routine gekennzeichnet wurde, konnte die Reise als kurzzeitiger Ausbruch aus der monotonen Wiederholung interpretiert werden (vgl. u.a. Cohen 1979; MacCannell 1999). Diese schlichte Gegenüberstellung wird derzeit vor allem auf theoretischer Ebene mit dem Verweis auf eine De-Differenzierung binärer Kategorisierungen abgelehnt (vgl. u.a. Stors et al. 2019; Larsen 2008; Edensor 2001). Bezogen auf den Alltag bedeutet dies, dass dieser sich nicht nur auf die Wohnung erstreckt, sondern dass alltägliche Praktiken ebenfalls den Urlaub kennzeichnen können.

Dennoch spielt die Wohnung in Bezug auf die Dimension des Alltags eine entscheidende Rolle, da sie einen zentralen Ankerpunkt für das Alltagsleben darstellt. Im Gegensatz zu anderen Wohnorten, wie beispielsweise der Stadt, kann die Wohnung im Laufe der Wohndauer nämlich in größerem Umfang durch die alltäglichen Praktiken und Gewohnheiten ihrer Bewohner*innen bestimmt und gestaltet werden. Im zweiten Band von *The Practice of Everyday Life* (1998), den der französische Soziologe Michel de Certeau zusammen mit Luce Giard und Pierre Mayol verfasst hat, wird dies detailliert beschrieben. Mayol erklärt hier in einem eigenen Kapitel in Bezug auf die Beziehung von Wohnungen und Alltag:

„A place inhabited by the same person for a certain duration draws a portrait that resembles this person based on objects (present or absent) and the habits that they imply. The game of exclusions and preferences, the arrangement of the furniture, the choice of materials, the range of forms and colors, the light sources, the reflection of a mirror, an open book, a newspaper lying around, a racquet, ashtrays, order and disorder, visible and invisible, harmony and discord, austerity or elegance, care or negligence, the reign of convention, a few exotic touches, and even more so the manner of organizing the available space, however cramped it may be, and distributing through out the different daily functions (meals, dressing, receiving guests, cleaning, study, leisure, rest) – all of this already composes a ‘life narrative’ before the master of the house has said the slightest word“ (Mayol 1998: 145).

Das Verständnis der Wohnung als privat wird hier aus den Spuren abgeleitet, die Bewohner*innen durch gewohnheitsbasierte Praktiken an diesem Ort hinterlassen. Dieser

Ansatz ist innovativ, stellt er doch keinesfalls eine gängige Konzeption dar.²⁹ Unabhängig von dieser Perspektive auf Privatheit, erläutert Mayol in dieser Darlegung, dass die Wohnung bei längerer Aufenthaltsdauer umso deutlicher durch die Praktiken ihrer Bewohner*innen geprägt und gestaltet wird. Die privaten Spuren verdichten sich mit der Zeit zu einem detaillierteren *life narrative*, welches bei entsprechender Decodierung konkrete Hinweise auf die persönliche Zusammensetzung und Kombination von Praktiken des Wohnens zulässt. Diese Praktiken werden in Kapitel 2.2 eingehender betrachtet. An dieser Stelle ist festzuhalten, dass die Wohnung umso stärker und öfter durch alltägliche Praktiken gekennzeichnet ist, je länger sie bewohnt wird.

Die hier vorgestellten Überlegungen zur theoretischen Beschreibung der Wohnung lassen sich wie folgt zusammenfassen. Als Begriff wurde „Wohnung“ nicht nur als Synonym für ein Apartment verwendet, sondern ebenfalls auf andere Wohngebäude wie Häuser ausgedehnt. Grund hierfür ist, dass sich die Überlegungen zur definitorischen Bestimmung der Wohnung vor allem auf ihre Architektur bezogen, weswegen eine derartig erweiterte Auffassung von Wohnung angemessen ist. Die Wohnung wurde als Wohnort bestimmt, der seinen Bewohner*innen die Konstitution von Wohnraum ermöglicht. Als Akteur wirkt die Wohnungsarchitektur hierbei maßgeblich auf Wohnraumkonstitutionen ein, sie fördert spezifische Praktiken, verhindert oder erschwert andere. Dies ist möglich, weil der Architektur als Wohnortsstruktur eine Vielzahl von Einschreibungen inhärent sind. Hierzu zählen beispielsweise gesellschaftliche Wertvorstellungen, demographische Qualitäten, kulturelle Einflüsse sowie klimatische Faktoren. Mit diesen Einschreibungen müssen sich Wohnraumkonstitutionen auseinandersetzen. Wie stark sich diese auf die Konstitutionen von Wohnraum auswirken können, hat das Beispiel der algerischen Familien gezeigt, die bei ihrem Einzug in die Sozialwohnungen überfordert waren. Neben den gebauten Strukturen der Wohnung wird diese ebenfalls durch die Dimension des Alltags bestimmt. Je länger eine

²⁹ Es gibt stark divergierende Auffassungen darüber, wie „privat“ begrifflich zu bestimmen ist. Je nachdem, welche Definition herangezogen wird, sind damit konsequenterweise verschiedene Implikationen verbunden. In dem von Hannah Arendt erarbeiteten Verständnis beispielsweise fällt das Private ebenfalls mit dem Bereich des Haushalts zusammen, doch versteht sie diesen als Ort der individuellen Lebensnotwendigkeiten, deren Sicherung eine aktive Teilnahme in einer politischen Öffentlichkeit ermöglicht (vgl. Arendt 1960: 27ff.). Hingegen unterscheidet Habermas diese beiden Sphären entlang ihrer Bedeutung für das Gemeinwohl. Die private Sphäre umfasst demnach Themen, die individuelle Relevanz haben, während die Öffentlichkeit sich aus kollektiven Belangen und Themen konstituiert (vgl. Habermas 1962: 58ff.).

Wohnung bewohnt wird, desto stärker nehmen die alltäglichen Praktiken der Wohnraumkonstitution auf diesen Wohnort Einfluss.

In der Auseinandersetzung mit den Räumen und Orten des Wohnens ist wiederholt auf die Bedeutung der Praktiken des Wohnens verwiesen worden. Auch im Zuge der Reflexion zur Bestimmung der Wohnung stellt sich die Frage, wie das Wohnen theoretisch zu bestimmen sei. Bevor der analytische Blick jedoch auf das Wohnen gerichtet werden kann, erfolgt eine letzte Betrachtung zu den Räumen und Orten des Wohnens. Es wird eine besondere Qualität von Wohnorten im Allgemeinen und Wohnungen im Besonderen in den Fokus genommen, welche sich über ihre Wahrnehmung als Zuhause ausdrückt. Ein Zuhause zeichnet sich vor allem durch eine starke emotionale Aufladung aus.

2.1.5 Zuhause

Der erste Schritt der Arbeit an einer Soziologie des Wohnens wird durch eine theoretische Reflexion zum Zuhause abgeschlossen. Hierfür wird dieser Begriff zunächst anhand ausgewählter Interpretationsansätze aus geisteswissenschaftlicher Literatur verschiedener Disziplinen beleuchtet und abschließend mit Rückbezug zu den bisherigen Ergebnissen definiert. Grundsätzlich ist das Zuhause – wie im vorherigen Kapitel bereits hervorgehoben wurde – eine potenzielle Eigenschaft von Wohnorten. Diese kann sich realisieren, wenn sich Bewohner*innen dieser Wohnorte besonders emotional mit ihnen verbunden fühlen. Ob sich eine derartige Verbundenheit einstellt, ist von einer Vielzahl von Faktoren abhängig.

Die Auseinandersetzung mit dem Zuhause bedarf einer sorgfältigen Selektion von Interpretationsansätzen, da es eine Vielzahl an Deutungen gibt, welche sich mitunter konträr gegenüberstehen.³⁰ Wenn diese umfangreiche Diversität im Folgenden kondensiert dargestellt und diskutiert wird, geschieht dies unter zwei Einschränkungen. Zum einen werden ausschließlich Beiträge berücksichtigt, welche das Zuhause vorrangig als emotionale

³⁰ Einen prägnanten Literaturüberblick liefert etwa Jeanne Moore in ihrem Artikel *Planing home in context* (2000).

Zuschreibungen zu Wohnorten begreifen.³¹ Dies ist notwendig, damit vor dem Hintergrund der bisherigen Ergebnisse eine kohärente Soziologie des Wohnens bestimmt werden kann. Zum anderen fokussiert dieses Kapitel eine primär positiv-konnotierte Definition von Zuhause. Negative Konnotationen, in denen das Zuhause beispielsweise Ort häuslicher Gewalt ist, finden keine Berücksichtigung.³² Diese Einschränkung wurde im Hinblick auf die empirische Untersuchung von Wohnungen, die als temporäre Reiseunterkünfte auf Onlineplattformen vermittelt werden, vorgenommen. Hier wird das Zuhause hinsichtlich seiner positiven Assoziationen hervorgehoben.³³

Der Verweis auf die Voraussetzung einer engen emotionalen Verbundenheit zu einem Wohnort, damit dieser als Zuhause zu bestimmen ist, findet sich häufig innerhalb wissenschaftlicher Literatur (vgl. u.a. Mallett 2004: 63; Moore 2000: 208). Oftmals wird der Geburtsort als Beispiel für einen diese Bedingung erfüllenden Ort genannt und mitunter mit Heimat verbunden. In klassischen Konzeptionen von Heimat beschreibt diese ein „mehr oder weniger diffuses Zugehörigkeits- und Vertrautheitsgefühl zu einem begrenzten Territorium“ (Gebhard/Geisler/Schröter 2007: 10). Heimat ist diesen Auslegungen zufolge vor allem der Ort der Kindheit. Als solcher ist er „erfüllt von ersten Erinnerungen an eine regionale Sprache, Geräusche, Gerüche, Farben, Gesten, Stimmungen und sprechende Dinge“ (Hüppauf 2007: 112).³⁴ Obwohl im Heimatbegriff eine starke Verbundenheit zu einem Ort

³¹ Es gibt mitunter Arbeiten, die das Zuhause nicht nur von Wohnorten, sondern generell von Orten lösen. Hierbei stehen zumeist Migrationserfahrungen im Vordergrund, die dazu führen, dass das Zuhause an Personen geknüpft wird („home is where the family is“; „home is people“; vgl. u.a. Lee/Wong 2019; Lam/Yeoh 2004).

³² In *Home* (2006) widmen sich Alison Blunt und Robyn Dowling sogenannten „unhomely Homes“ und thematisieren im Zuge dessen dezidiert auch die Erfahrung häuslicher Gewalt im Zuhause (vgl. Blunt/Dowling 2006: 125f.). Des Weiteren konzentriert sich das gesamte achte Kapitel in *The Domestic Space Reader* (2012) auf Erfahrungen und Definitionen, die einer positiven Zuschreibung des Zuhause widersprechen.

³³ Dieser Aspekt wird im abschließenden Kapitel 7 erneut aufgegriffen und diskutiert werden.

³⁴ In der Literatur zu Heimat findet sich oftmals auch ein Verweis auf das Heimweh. Erstmals vom Basler Arzt Johannes Hofer 1688 als ein spezifisches Krankheitsbild von SchweizerInnen beschrieben und synonym mit Nostalgie gesetzt, wurde Heimweh ursprünglich als schmerzvolle Sehnsucht nach dem vertrauten „Vaterland“ charakterisiert (vgl. Gerschmann 1975). Nicht mehr ausschließlich auf die Schweiz beschränkt, wird Heimweh in aktuelleren Diskussionen noch immer mit Nostalgie und dem Geburtsort verbunden: „Das Heimweh als Sehnsucht nach dem *locus natalis* der Heimat steht [...] in einem ganz wesentlichen Zusammenhang mit der *nachträglichen* Faszination für den Ort unserer *ersten* Atemzüge, des *ersten* Wortes, der *ersten* Begegnung mit einem Schmetterling“ (Bernet 2007: 112; Herv. i. O.).

zum Ausdruck kommt, lehnt diese Arbeit eine Annäherung an das Zuhause über diesen Diskurs aus drei Gründen ab. Erstens ist dies dadurch erschwert, dass Heimat ein ambivalentes Konzept ohne eindeutige Definition darstellt (vgl. u.a. Costadura/Ries 2016; Hüppauf 2007; Gebhard/Geisler/Schröter 2007).³⁵ Auf Heimat zu rekurrieren, erfordert folglich eine umfassende Begriffsarbeit, die für die hier angestrebte grundlegende theoretische Fundierung einer Soziologie des Wohnens nicht zielführend ist. Darüber hinaus ist der Begriff während des Nationalsozialismus ideologisch instrumentalisiert worden, indem er rassistisch fundiert wurde und als „Vaterland“ der Legitimation des Staates diente (vgl. Costadura/Ries 2016: 14f.). Diese Auslegung von Heimat haftet dem Begriff noch immer an. Solange er nicht vollständig rehabilitiert wurde – und in Deutschland scheint sich dies im Angesicht gegenwärtiger politischer Entwicklungen hinzuziehen³⁶ – kann das Zuhause nicht mit Heimat gleichgesetzt werden. Drittens, wird Heimat, wenn sie als Geburtsort definiert ist, Menschen durch ihre Geburt zuteil. Dies steht jedoch im Widerspruch zu den eingangs dargelegten Überlegungen, in denen das Zuhause als emotionale Zuschreibung zu einem Wohnort geschildert wurde. Es wurde festgehalten, dass Wohnorte das Potenzial bergen, ein Zuhause zu werden. Dieses Potenzial muss sich keinesfalls realisieren. Gleichwohl können aufgrund von mehrmaligem Wohnortswechsel mehrere Orte als Zuhause empfunden werden.

Wenngleich der Heimat-Diskurs aus diesen drei Gründen nicht für die weitere Definitionsarbeit zum Zuhause herangezogen wird, ist dem Verweis auf die enge emotionale Verbundenheit mithilfe anderer Ansätze weiter nachzugehen.

Insbesondere in der Geographie wurde die Verbundenheit, die einen Ort zu einem Zuhause werden lässt, vielfach diskutiert. Interessanterweise lassen sich starke Überschneidungen bei den beiden einflussreichsten Konzeptionen diesbezüglich feststellen. Prominent ist der Ansatz von Yi-Fu Tuan. Er wählt den Begriff „Topophilie“ und beschreibt damit „all of the human being’s affective ties with the material environment“ (Tuan 1974: 93). Denselben Begriff hatte schon der französische Philosoph Gaston Bachelard in seiner *Poetik des Raumes* (1960)

³⁵ Aufgrund der diversen Deutungen, Konnotationen und Interpretationen von Heimat wird mitunter sogar vorgeschlagen, Heimat nicht als eigenständigen Begriff zu fassen, sondern sie stattdessen als „Assoziationsgenerator“ (Gebhard/Geisler/Schröter 2007: 9) zu verstehen.

³⁶ Seit der Bundestagswahl 2017 ist mit der *Alternative für Deutschland* (AfD) eine Partei im Bundestag, die in ihrer Rhetorik wieder auf einen Heimatbegriff zurückgreift, der nationalstaatlich verankert ist. Sie nutzt diesen als Distinktionsmerkmal, das um seiner selbst willen erhalten werden muss und vor äußeren Einflüssen zu schützen ist (vgl. Geiges 2018).

verwendet, um damit „glückliche“ und „geliebte“ Räume³⁷ zu bezeichnen (vgl. Bachelard 1960: 30; Easthope 2004: 130). Hervorzuheben ist, dass Bachelard das eigene Elternhaus als einen derart positiv aufgeladenen Ort darstellt, welcher sich folglich über seine Intimitätswerte dekodieren und verstehen lässt. Bachelard erläutert diese enge Beziehung folgendermaßen:

„Aus einem Abstand von zwanzig Jahren, allen anonymen späteren Treppen zum Trotz, würden wir noch die Reflexe jener ‚frühesten Treppe‘ wiedererkennen, über eine bestimmte, etwas zu hohe Stufe würden wir nicht stolpern. [...] Wir würden die Tür aufstoßen, die noch das gleiche Knarren hat, ohne Licht würden wir in den entlegenen Speicher gehen. Das Gefühl der kleinsten Klinke ist noch in unserer Hand“ (Bachelard 1960: 47).

In diesem Zitat legt Bachelard dar, wie sich die konkrete Innenarchitektur seines Elternhauses mit emotionalen Zuschreibungen verbunden hat. Die Vertrautheit mit dieser Wohnung hat sich dabei sogar körperlich eingeschrieben: Seine Hand weiß, wie sich die Türklinke anfühlt, ohne sie tatsächlich berühren zu müssen. Diese Verbundenheit fasst er als Topophilie.

Das zweite einflussreiche Konzept ist der *sense of place*. Es wird von Edward Relph in seinem einflussreichen Werk *Place and Placelessness* (1976) geprägt. Während Topophilie eine ausschließlich positive Beziehung zu einem Ort beschreibt, verfügt *sense of place* über unterschiedlichen Abstufungen von Intensität. Konkret erkennt Relph fünf Modi eines Zugehörigkeitsgefühls zu einem Ort. Die beiden Enden dieses Spektrums werden durch ein besonders intensives Zugehörigkeitsgefühl (*existential insideness*) sowie durch ein vollkommen fehlendes Zugehörigkeitsgefühl (*existential outsideness*) markiert. *Existential insideness* stellt sich unter der Bedingung ein, dass ein Ort relevant für die persönliche Identität geworden ist: „[T]o be inside a place is to belong to it and to identify with it“ (Relph 1976: 49). Konträr hierzu versammelt *existential outsideness* Gefühle von Entfremdung,

³⁷ Bachelard unterscheidet nicht zwischen Raum und Ort, stattdessen nutzt er beide Begriffe synonym (vgl. Easthope 2004: 130).

Heimatlosigkeit und Desintegration (vgl. ebd.: 51).³⁸ Auch wenn die vorliegende Arbeit sich primär auf die positive Interpretation von Zuhause konzentriert, wird Relphs Terminus vorgezogen, da er es prinzipiell möglich macht, ebenfalls negativ konnotierte Zuschreibungen zu erfassen.

Die Ansätze von Tuan und Relph haben ausgehend von der Geographie Eingang in andere wissenschaftliche Disziplinen gefunden, um die tiefe Verbundenheit zu einem Ort konzeptionell fassen zu können.³⁹ Unabhängig davon, mit welchem dieser Ansätze eine emotionale Verbundenheit zu einem Ort theoretisch gerahmt wird, ist beiden gemein, dass sie diese auf eine Vielzahl von Faktoren zurückführen. Sie kann sich ausbilden und gefestigt werden

„through human residence and involvement in local activities and routines; through familiarity and the accumulation of memories; through the bestowal of meaning by images, ideas, and symbols; through the ‘actual’ experience of meaningful or moving events and the establishment of individual or communal identity, security, and concern“ (Pred 1983: 49).

Diese unterschiedlichen Aspekte, welche die Herausbildung eines Zugehörigkeitsgefühls fördern, verweisen sämtlich auf den symbolischen und immateriellen Gehalt, der notwendig ist, um einen Ort mit Bedeutung aufzuladen. Zudem verfügen sie über eine temporale

³⁸ Eine übersichtliche Auflistung und Erklärung der fünf Modi, die das Spektrum zwischen diesen beiden Polen ausmachen, findet sich im sechsten Kapitel von David Seamon's *Life Takes Place: Phenomenology, Lifeworlds, and Place Making* (2018). Seamon hebt diesbezüglich hervor, dass derselbe Ort durch verschiedene Menschen mithilfe von unterschiedlichen Modi empfunden werden kann: „Through varying degrees of outsidersness and insidersness, different places take on different identities for different individuals and groups, and human experience takes on different qualities of feeling, meaning, ambience, and action“ (Seamon 2018: 53). Übertragen auf die Konstitution von Wohnräumen an Wohnorten (vgl. Kapitel 2.1.3), bedeutet dies, dass das Zugehörigkeitsgefühl zu einem Wohnort ebenfalls auf den Konstitutionsprozess einwirkt. Dieser Aspekt kann auch erklären, wieso am selben Wohnort unterschiedliche Wohnräume konstituiert werden können (vgl. Kapitel 2.1.2; Kapitel 2.1.3).

³⁹ Die Anthropologin Seta M. Low und der Sozialpsychologe Irwin Altman erarbeiteten beispielsweise den Begriff *place attachment*. Sie charakterisieren die besondere Verbundenheit mit einem Ort als „complex phenomenon that incorporates several aspects of people-place bonding“ (Low/Altman 1992: 4). Zusätzlich heben sie hervor, dass Affekt und Emotion in beinahe jeder Analyse als fundamental für dieses Phänomen gedeutet werden (vgl. ebd.). Ähnlich geht auch der Soziologe David Hummon vor, der den von Relph geprägten Begriff *sense of place* nimmt und ihn unter Rückgriff auf Tuan mit einer eigenen Definition versieht. Hummon versteht *sense of place* als zweiteiliges Konzept: „Sense of place is inevitably dual in nature, involving both an interpretative perspective on the environment and an emotional reaction to the environment“ (Hummon 1992: 262; Herv. i. O.). Damit betont er, dass ein Ort ohne emotionale Resonanz beliebig bleibt und dass eine solche Resonanz die Grundlage ist, um einen Ort mit Bedeutung zu versehen.

Dimension: Es bedarf Zeit, um in lokale Aktivitäten und Routinen eingebunden zu sein oder um tiefe Vertrautheit zu entwickeln.

Übertragen auf den Wohnort bedeutet dies, dass dieser durch einen stark positiv ausgeprägten *sense of place* zu einem Zuhause werden kann. Besonders förderlich ist hierbei die Dauer des Bewohnens eines Ortes, da im Zuge dessen Vertrautheit und folglich ebenfalls Verbundenheit zu einem Wohnort aufgebaut werden können. Die Konzentration auf ein Zugehörigkeitsgefühl betont erneut die Rolle des Menschen im Kontext von Wohnorten und Wohnraumkonstitutionen. Allerdings ist auch hier, analog zur vorgenommenen Ergänzung der Raumsoziologie von Löw, der Einfluss anderer Akteure nicht zu unterschätzen (vgl. Kapitel 2.1.2). Der Wohnort selbst bestimmt beispielsweise über die Atmosphäre, über spezifische Gerüche und Geräusche ebenfalls über die Bedingungen der Ausprägung eines Zugehörigkeitsgefühls.

Bislang wurde das Zuhause als besonderes Attribut von Wohnorten im Allgemeinen, wie beispielsweise der Stadt oder einer Gemeinde, beschrieben. Im Folgenden wird die eigenommene Perspektive geschärft, indem eine Konzentration auf den physisch noch stärker eingegrenzten Wohnort der Wohnung erfolgt. Hierbei wird deutlich, dass die Wohnung als Zuhause neben dem zeitlichen Aspekt noch durch weitere Faktoren beschrieben werden kann.

Es ist hervorzuheben, dass selbst wenn eine Stadt als Zuhause empfunden wird, daraus nicht automatisch folgt, dass die sich dort befindende Wohnung ebenfalls als ein solches wahrgenommen wird.⁴⁰ Auch sie muss erst zu einem solchen werden – keine Wohnung ist a priori ein Zuhause (vgl. Meier/Frank 2016: 368; Briganti/Mezei 2012: 5; Blunt/Dowling 2006: 3; Marcus 1995: 5; Lawrence 1987: 165f.).

Besonders entscheidend für die Wahrnehmung der Wohnung als Zuhause, für die Herausbildung einer *existential insideness*, ist die Möglichkeit der Bewohner*innen, diesen Wohnort selbst besonders stark zu prägen. Sie tun dies vor allem mithilfe von materiellen Gegenständen – Mobiliar, Dekoration, Ausstattung –, welche gleichsam aufgrund von

⁴⁰ Diese Schlussfolgerung trifft natürlich umgekehrt genauso zu: Eine Wohnung kann als Zuhause empfunden werden, ohne dass der Ort, an dem sie sich befindet, durch seine Bewohner*innen als solches bezeichnet wird.

persönlichen Zuschreibungen auch einen hohen immateriellen Wert aufweisen.⁴¹ Dadurch unterscheidet sich die Wohnung als Zuhause beispielsweise vom „eigenen“ Stadtteil (vgl. Kapitel 2.1.3), dessen Lokalitäten mehreren Menschen zugänglich sind und von diesen genutzt werden.

Die Auswahl und das Platzieren von sichtbaren Objekten innerhalb der Wohnung ist in Untersuchungen verschiedener Disziplinen als essentiell für die Wahrnehmung der Wohnung als Zuhause hervorgehoben worden (vgl. u.a. Jacobs/Malpas 2013; Cieraad 2010; Miller 2001, 2006; Scott 2009: 56ff.; Belk 1988). Auch diese Arbeit beschreibt die Wohnung als gekennzeichnet durch das Alltagsleben und hat dabei die An- und Abwesenheit spezifischer Gegenstände hervorgehoben, da diese gemeinsam ein *life narrative* ihrer Bewohner*innen ausbilden können. (vgl. Kapitel 2.1.4). In Bezug auf das Zuhause zeigt sich, dass materielle Gegenstände wesentlich dazu beitragen, dass eine Wohnung zu einem Zuhause werden kann. Wenn diese als Ausdruck der Bewohneridentität gewertet werden, können sie *existential insideness* fördern; die Wohnung als Zuhause ist dann ein „mirror of self“ (Marcus 1995).⁴² Hierbei erhalten die materiellen Gegenstände zusätzlich persönliche Zuschreibungen, die sie auch in Bezug auf ihre Handlungsmacht noch einmal verändern.

Besonders anschaulich lässt sich dies am Beispiel von vererbtem Mobiliar illustrieren. Ein Erbstück ist manifeste Erinnerung: „Without narrative there is only a monetary, a functional, or at best an aesthetic value involved“ (Cieraad 2010: 95). Ist ein Erbstück mit einer positiven Erinnerung aufgeladen und zudem Teil des Interiors einer Wohnung, so kann dies dazu beitragen, dass Bewohner*innen sich ihrer Wohnung zugehörig fühlen. Das Erbstück ermöglicht es den Bewohner*innen, einen positiven *sense of place* auszubilden. Dieses Beispiel veranschaulicht zudem, dass derartige Wirkungen für Besucher*innen der Wohnung anders sein können, da sie die persönlichen Geschichten einzelner Gegenstände nicht kennen (vgl. Selle 1993: 86f.).

⁴¹ Diese Art der Gestaltung der Wohnung ist vor allem durch die finanzielle Situation der Bewohner*innen determiniert (vgl. Scott 2009: 59). Sie legt fest, inwiefern Mobiliar, Ausstattung und Dekorationsgegenstände selbst gewählt werden können. Es ist zudem zu beachten, dass die Möglichkeit der eigenen Gestaltung der Wohnung innerhalb der konkreten Architektur dieser und folglich im Rahmen der dort eingeschriebenen Normen und Ideale stattfindet (vgl. Kapitel 2.1.4).

⁴² Clare Cooper Marcus kombiniert in ihrem Werk *House as a Mirror of Self: Exploring the Deeper Meaning of Home* (1995) psychologische mit architekturtheoretischen Perspektiven, um die Bedeutung des Zuhause auf individueller Ebene zu analysieren. Sie konzentriert sich dabei explizit auf die Schilderungen von Menschen, die ihre Wohnung tatsächlich als ein Spiegel ihrer Persönlichkeit deuten.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, weswegen die Wohnung als Zuhause oftmals als eine besondere Schnittmenge emotionaler, immaterieller Zuschreibungen und materieller Objekte charakterisiert wird (vgl. u.a. Jacobs/Malpas 2013; Scott 2009: 49ff.; Pennartz 1999; Marcus 1995; Smith 1994; Karjalainen 1993; Sixsmith 1986). Zudem finden sich Beschreibungen, die ausgehend von dieser Schnittmenge eine spezifische Atmosphäre in Wohnungen, die durch ihre Bewohner*innen als Zuhause empfunden werden, konstatieren. Beispielsweise wird eine derartige Wohnung in westlichen Kulturkreisen unter anderem mit Entspannung, Gemütlichkeit, Intimität, Sicherheit, Vertrautheit und Geborgenheit assoziiert (vgl. Scott 2009: 51; Pennartz 1999: 106; Rybczynski 1986: 231).

Werden diese Betrachtungen für die bislang erarbeitete Soziologie des Wohnens nutzbar gemacht, so sind drei Aspekte der verschiedenen Definition von Zuhause festzuhalten. Erstens kann jeder Wohnort potenziell zu einem Zuhause werden. Damit ein Ort ein Zuhause werden kann, muss dieser folglich Wohnort sein, was bedeutet, dass dieser bewohnt werden muss (vgl. Kapitel 2.1.3). Ob sich dieses Potenzial realisiert, hängt davon ab, inwiefern Bewohner*innen mit den betreffenden Wohnorten ein Zugehörigkeitsgefühl ausbilden können. Die intensive und positive Verbundenheit mit einem Wohnort kann als *existential insideness* beschrieben werden.

Zweitens wurde insbesondere die Zeit des Bewohnens als wichtige Einflussgröße genannt – je länger ein Ort bewohnt wird, desto wahrscheinlicher ist es, dass dieser sein Potenzial als Zuhause realisieren kann. Dies liegt darin begründet, dass bei längerer Zeit des Bewohnens umso stärker Einfluss auf den Ort genommen werden kann. Diese Einflussnahme wurde ebenfalls als essentielle Einflussgröße bestimmt. Durch die generellen Überlegungen zu Wohnraumkonstitutionen und aufgrund ihres Wechselspiels mit Wohnorten, ist dem hinzuzufügen, dass die Entstehung eines Zugehörigkeitsgefühls auch das Resultat eines komplexen Geflechts unterschiedlicher Akteure ist (vgl. Kapitel 2.1.2; Kapitel 2.1.3). Die Zeit des Bewohnens ist dann so zu deuten, dass ein Wohnort öfter für Wohnraumkonstitutionen herangezogen wird.

Aus diesen beiden Überlegungen folgt drittens, dass Wohnorte, die ein Zuhause werden, folglich solche sind, an denen sich Konstituierende oft und viel aufhalten – wie beispielsweise die eigene Wohnung (vgl. Kapitel 2.1.4). Dies bedeutet, dass sich hier vor allem die Spuren gewohnheitsbasierter Praktiken abzeichnen, die dann wiederum als Akteure in weitere

Wohnraumkonstitutionen eingehen. Wenn eine Wohnung ihr Potenzial als Zuhause realisieren kann, dann liegt dies an dieser starken und/oder langanhaltenden Einflussnahme der Bewohner*innen, die sich sichtbar über die Auswahl und Zusammenstellung von Mobiliar und anderen Gegenständen zeigt. Da die Wohnung von ihren Bewohner*innen bewohnt wird, zeichnen sich deren Persönlichkeitsspuren hier deutlich ab und können als *life narrative* Aufschluss über die Eigenschaften ihrer Bewohner*innen geben.

Mit diesen Überlegungen zur theoretischen Bestimmung des Zuhause endet der erste Schritt der Erarbeitung einer Soziologie des Wohnens. Im Zuge der Auseinandersetzung mit den verschiedenen Räumen und Orten des Wohnens ist wiederholt auf das Wohnen oder Bewohnen verwiesen worden, obwohl diese definitorisch noch unbestimmt sind. Der zweite Schritt innerhalb der Entwicklung der Soziologie des Wohnens konzentriert sich auf die Reflexion ebenjener Verben. Durch die enge Verflechtung von Wohnorten und Wohnräumen mit den Praktiken des (Be)Wohnens vervollständigt dieser Schritt die bisherigen Überlegungen zu den Räumen und Orte des Wohnens und ermöglicht dadurch erst eine vollständige Definition.

2.2 Praktiken des (Be)Wohnens

Im Zuge dieses Kapitels gilt es, das Wohnen als Praktik zu bestimmen. Diese Zielsetzung ist eine direkte Konsequenz aus dem gewählten theoretischen Zugang zum Entwurf einer Soziologie des Wohnens. Denn wenn das Wohnen innerhalb der bisherigen theoretischen Reflexionen verortet werden soll, ist es überzeugend, dieses an den Prozess der Wohnraumkonstitution zu knüpfen und sich damit weiterhin an den fundamentalen Thesen in Löws *Raumsoziologie* (2001) zu orientieren. Das Verständnis des Wohnens als Praktik impliziert darüber hinaus, Wohnen als „ein typisiertes, routinisiertes und sozial ‚verstehbares‘ Bündel von Aktivitäten“ (Reckwitz 2003: 289) zu kennzeichnen. Im Folgenden wird erörtert, welche Aktivitäten die Praktik des Wohnens in sich vereint.

Zuvor widmet sich Kapitel 2.2.1 der dezidierten Diskussion zweier vielfach rezipierter philosophischer Ansätze zum Wohnen. Es handelt sich hierbei um Martin Heideggers These, Wohnen als ein schonendes Sein zu begreifen, und um Otto Friedrich Bollnows Verständnis des Wohnens als Verwurzelung mit einem Ort. Wie dargelegt werden wird, liefern diese beiden Ansätze keine zufriedenstellende theoretische Grundlage für eine Definition des Wohnens. Ihre Diskussion schärft nichtsdestotrotz den Blick für relevante Anforderungen, die eine Begriffsbestimmung des Wohnens beachten muss. Kapitel 2.2.2 erfüllt einen Teil dieser Anforderungen, indem es prüft, inwieweit sich alltägliche Gewohnheiten als charakteristisch für Praktiken des Wohnens beschreiben lassen und welche theoretischen Implikationen dies für die Definition des Wohnens aufweist. Die verbleibenden konzeptuellen Anforderungen berücksichtigt Kapitel 2.2.3, indem es der Unterscheidung von Wohnen und Bewohnen nachgeht. Hierfür zieht es die Alltagssoziologie des französischen Soziologen Michel de Certeau heran und nutzt die von ihm vorgeschlagene Deutung des Begriffspaares Taktik und Strategie.

2.2.1 Wohnen als Schonen oder Verwurzelung

Wenn das Wohnen im Rahmen wissenschaftlicher Reflexion überhaupt als Begriff hinterfragt und eine Definitionsarbeit geleistet wird, dann beziehen sich Autor*innen verschiedener Disziplinen in ihrer theoretischen Fundierung des Wohnens zumeist auf die Philosophen Martin Heidegger oder Otto Friedrich Bollnow (vgl. u.a. Stock 2019, 2009; Hasse 2017,

2012, 2009; Meuth 2017; Prince 2017; Meier/Frank 2016; Reschke 2013; Dörhöfer 2010; Lussault/Stock 2010; Pons 2003; Ingold 2000). Während Heidegger das Wohnen als Schonen definiert, begreift Bollnow es als Verwurzelung an einem Ort. Im Hinblick auf ihre prominente Stellung eröffnet die Darstellung dieser beiden philosophischen Ansätze die Suche nach einer geeigneten Definition des Wohnens. Die Diskussion dieser beiden Auslegungen konzentriert sich auf deren mögliche Einbindung in das in Kapitel 2.1 erarbeitete Verständnis der Räume und Orte des Wohnens. Hierbei wird geprüft, ob die zwei Ansätze hilfreiche Rückschlüsse auf kennzeichnende Eigenschaften des Wohnens ermöglichen. Wie im Folgenden gezeigt werden wird, eignet sich keine dieser beiden vielfach rezipierten Perspektiven auf das Wohnen für die im Zuge der vorliegenden Arbeit angestrebte Erarbeitung einer Soziologie des Wohnens. Gleichwohl liefert die sorgsame Auseinandersetzung mit beiden philosophischen Positionen drei zentrale Ausgangspunkte für die weiterführende theoretische Betrachtung.

Eine der weltweit meist beachteten Antwortmöglichkeiten auf die zu Beginn des Kapitels formulierte Frage „Was ist wohnen?“ hat Martin Heidegger entwickelt. Im 1951 gehaltenen Vortrag *Bauen, Wohnen, Denken*⁴³ nähert sich der Philosoph dem Wohnen phänomenologisch an und erklärt es zur Bedingung für das Bauen. Diese Schlussfolgerung resultiert daraus, dass Heidegger das Wohnen als existenziell versteht: „Das Wohnen aber ist *der Grundzug* des Seins, demgemäß die Sterblichen sind“ (Heidegger 2000: 163; Herv. i. O.). Dieses Sein findet seinen Ausdruck unter anderem in der Tätigkeit des Bauens, die Heidegger nicht nur als das Errichten von Bauwerken definiert, sondern ebenfalls als die Wartung und Pflege dieser (vgl. ebd.: 162). Folglich ist es das Wohnen, das die Voraussetzung für das Bauen darstellt – nicht etwa umgekehrt. Wenn Heidegger das Wohnen als „Grundzug des Seins“ definiert, dann ist das Wohnen insofern für den Menschen holistisch, als dass es ihn grundsätzlich in seiner Existenz betrifft. Auf Grundlage dieser Überlegungen lässt sich festhalten: „Allein das menschliche Dasein auf der Welt ist [...] bereits Wohnen“ (Dörhöfer 2010: 28). Hervorzuheben ist, dass dieses Verständnis das Wohnen weder anhand möglicher Funktionen bestimmt noch als Praktik; das Wohnen ist mit dem Sein gleichgesetzt. Zudem folgt hieraus, dass Wohnen nicht an spezifische Räume oder Orte – wie beispielsweise den Wohnraum oder

⁴³ Der Vortrag wurde im Rahmen der Symposiumsreihe *Darmstädter Gespräche* gehalten. Er ist Teil des zweiten Symposiums, das vom 4.–5. August 1951 stattfand und dem Themenschwerpunkt *Mensch und Raum* gewidmet war.

die Wohnung – gebunden ist (vgl. Hasse 2017: 39). Stattdessen ist das Wohnen durch seine Verknüpfung mit dem Sein raum- und ortsübergreifend.

Eine weitere Eigenschaft des Wohnens, die Empfindung von Zufriedenheit, leitet Heidegger aus einer etymologischen Betrachtung des Wortes „wohnen“ her. Unter Bezug auf die Bedeutung des gotischen Wortes „wunian“, konstatiert er: „Wohnen, zum Frieden gebracht sein, heißt: eingefriedet bleiben in das Frye, d. h. in das Freie, das jegliches in sein Wesen schont. Der *Grundzug des Wohnens ist dieses Schonen*“ (Heidegger 2000: 151; Herv. i. O.). Das Wohnen ermögliche demnach eine friedliche, eine geschonte Existenz. Durch dieses Verständnis erhält das Wohnen nun eine moralische Dimension, denn das Schonen, so wie Heidegger es begreift, impliziert nicht nur, „das Geschonte in Ruhe zu lassen, ihm nichts anzutun, sondern darüber hinaus es in seinem Wesen zu belassen, es zu respektieren, zu achten und zu schützen“ (Dörhöfer 2010: 29). Anders als die Gleichsetzung des Wohnens mit dem Sein ist eine derartig erweiterte Auffassung des Wohnens nicht per se realisiert. Wohnen als friedliches Dasein muss, so Heidegger, erlernt und geübt werden, da es eine „bewusste Vernetzung orts- wie raumbezogener Lebenstätigkeiten voraus[setzt]“ (Hasse 2009: 33; Herv. i. O.; vgl. Heidegger 2000: 163). Obwohl das Schonen ebenso wie das Sein als ein Grundzug des Wohnens beschrieben wird, kann es sich nur dann verwirklichen, wenn es Gegenstand kognitiver Reflexion ist.

Wenngleich Heideggers Ansatz das Wohnen nicht ausschließlich anhand seiner Funktionen charakterisiert und damit vielversprechend erscheint, ist er aus drei Gründen für die hier zu entwerfende Soziologie des Wohnens ungeeignet.

Erstens wird das Wohnen in Heideggers Konzeption zu allumfassend verstanden. Als Grundzug des menschlichen Seins ist es losgelöst von den in Kapitel 2.1 behandelten und begrifflich bestimmten Wohnräumen und Wohnorten. Für Heidegger ist jeder Ort, an dem ein Mensch sich befindet, an dem er existiert, als Wohnort zu bezeichnen. Analog wäre damit ebenfalls festgesetzt, dass jede Raumkonstitution als Wohnraum zu fassen sei. Ein solches Verständnis steht konträr zu der dieser Arbeit zugrundeliegenden Annahme, dass Wohnräume und Wohnorte sich von anderen Räumen und Orten unterscheiden. Wenn angenommen wird, dass Wohnen an Wohnorte und Wohnräume gebunden ist, dann kann Wohnen folglich nicht mit dem Sein gleichgesetzt werden. Ein solches Verständnis würde zudem voraussetzen, dass

sich das Sein an einem Wohnort von dem Sein an einem anderen Ort unterscheidet – ein Ansatz, der von Heidegger nicht vertreten wird.

Der zweite Kritikpunkt leitet sich direkt aus dem ersten ab, denn durch die Bestimmung des Wohnens als Sein ist das Wohnen jeden Menschen qua Dasein gegeben. Zusammen mit der Lösung des Wohnens von spezifischen Räumen und Orten verliert dieses Verständnis den Blick für andere Arten räumlicher Bezüge – die „zentralen Fragen der Raumeignung, Raumkonstitution und Raumbezüge kommen im Heideggerschen Ansatz nicht vor“ (Stock 2009: 108). Wie schon am Beispiel von Wohnraum und Wohnort (vgl. Kapitel 2.1.3) oder der Wohnung (vgl. Kapitel 2.1.4) gezeigt, ist das Wohnen oder Bewohnen von Orten und Räumen jedoch nicht unbedingt konfliktfrei; unterschiedliche Menschen konstituieren Wohnraum verschieden, weswegen Aushandlungsprozesse notwendig werden. Attestiert Heidegger dem Wohnen einen existenziellen Charakter, lassen sich derartige Momente räumlicher Bezugnahme nicht theoretisch fassen. Damit die geschilderten räumlichen Bezüge jedoch denkbar werden, ist es überzeugender, Wohnen als Praktik zu konzeptualisieren.

Drittens ist der Verweis auf die Notwendigkeit eines Lernens und Übens des schonenden Wohnens stark normativ aufgeladen. Dass Heidegger eine solche moralische Dimension überhaupt in seine Überlegungen inkludiert, wurde zum einen mit Verweis auf den Zweiten Weltkrieg und seine in dieser Zeit gemachte Erfahrung von umfassender Zerstörung erklärt (vgl. Dörhöfer 2010: 30). Eine andere Deutung sieht dies vor allem durch Heideggers Antisemitismus⁴⁴ begründet und wertet es „als einen Versuch [...] die Diskussion von der politischen in eine anthropologisch-existentielle Ebene zu überführen“ (Maak 2014: 225). Die von Heidegger selbst gegebene Begründung birgt dabei das Problem, dass sie sich in ihrer Argumentation oft auf etymologische Herleitungen mit Bedeutungszuschreibungen germanischer Sprachen bezieht. Dadurch ist es zwar durchaus möglich, Konnotationen aufzuzeigen, die dem Wort „wohnen“ inhärent sind – diese beschränken sich allerdings

⁴⁴ Die antisemitischen Ansichten Heideggers wurden nicht nur in der Philosophie, sondern auch in anderen akademischen Disziplinen lange Zeit ignoriert oder kleingeredet. Mit der medialen Rezeption des im März 2014 erschienen dritten Bandes der Heidegger Tagebücher, der sogenannten „Schwarzen Hefte“, änderte sich dies jedoch grundlegend. Eine wissenschaftliche, ausgewogene Diskussion dieser Debatte findet sich in Teil III des Sammelbandes *Martin Heideggers »Schwarze Hefte«: Eine philosophisch-politische Debatte* (2016). In der Einleitung erklären die beiden Herausgeberinnen Marion Heinz und Sidonie Kellerer, dass die Veröffentlichung der „Schwarzen Hefte“ als Beweis für die „intrinsische Verbindung von Heideggers Philosophie mit Rassismus, Antisemitismus und Nationalsozialismus“ (Heinz/Kellerer 2016: 10) zu werten ist.

ausschließlich auf den germanischen Sprachgebrauch. Auf Grundlage einer derartigen Argumentationsstruktur kann schonendes Wohnen als friedliches Dasein keinesfalls den universalen Geltungsanspruch erheben, den Heidegger ihm attestiert.

Aufgrund dieser drei Kritikpunkte ist Heideggers Deutung des Wohnens trotz seiner vielfachen Rezeption eindeutig nicht als theoretische Grundlage für die weiterführende Erarbeitung eines Verständnisses des Wohnens im Rahmen dieser Arbeit geeignet.

Ein weiterer viel beachteter Entwurf, das Wohnen philosophisch-phänomenologisch zu begreifen, stammt von Otto Friedrich Bollnow. In seinem Werk *Mensch und Raum* (1963) legt er eine Perspektive auf das Wohnen dar, die das Wohnen – im Gegensatz zu Heidegger – als Tätigkeit versteht. Bollnow stellt fest: „Aber Wohnen ist mehr als bloßes Sein oder Sich-Befinden“ (Bollnow 1963: 125). Zudem knüpft er das Wohnen an konkrete Orte, insbesondere an die Wohnung. Diese stellt den „räumliche[n] Bereich des Wohnens“ (ebd.: 129) dar. Im Gegensatz zu Heidegger verortet Bollnow das Wohnen, sodass es keinen allumfassenden Charakter aufweist.

Im Verlauf seiner weiteren Ausführungen, erweitert Bollnow diese Ortsgebundenheit noch, indem er ebenfalls das nähere Umfeld der Wohnung sowie deren erweiterten Standort als Orte des Wohnens identifiziert (vgl. ebd.: 131f.). Diese Öffnung erklärt sich dadurch, dass Bollnow – ähnlich wie Heidegger – im Wohnen einen normativen Gehalt erkennt. Denn im Wohnen drücke sich, so Bollnow, Zugehörigkeit zu einem Ort aus: „Wohnen heißt also: eine feste Stelle im Raum haben, an diese Stelle hingehören und in ihr verwurzelt sein“ (ebd.: 128). Dies ist insofern problematisch, als dass Bollnow die Verwurzelung an den Ort der Geburt, den er Heimat nennt, knüpft (vgl. Bollnow 1984: 31f.).⁴⁵ Ein solches Verständnis wurde

⁴⁵ Diesbezüglich könnte eingewendet werden, dass Bollnow in späteren Kapiteln seines Werkes durchaus die Möglichkeit einräumt, einen Ort auch losgelöst von der Geburt zu einer Heimat werden zu lassen (vgl. Bollnow 1963: 264ff.). Allerdings ist diese Möglichkeit stark eingeschränkt, gesteht er sie doch ausschließlich (heteronormativen) Familien zu, die sich aufgrund unterschiedlicher Geburtsorte der Eltern für einen dieser Orte entscheiden müssen, um dort gemeinsam zu leben. Folglich handelt es sich bei dieser Ergänzung Bollnows ausschließlich um eine vermeintliche Trennung der ortsbezogenen Verwurzelung vom Geburtsort, da sie sich unter nur sehr begrenzten Bedingungen realisieren kann. Darüber hinaus ist diese Möglichkeit mit Verweis auf die „implizite Übernahme bürgerlicher Gender-, Lebens- und Wohnvorstellungen“ (Hasse 2017: 43) entschieden zurückzuweisen.

bereits im Zuge der Auseinandersetzung mit dem Begriff der Heimat im Kontext der Definitionsarbeit zum Zuhause als zu einschränkend abgelehnt (vgl. Kapitel 2.1.5).

Zudem wurde Bollnows Konzeption mit Blick auf die Betonung der Abhängigkeit des Wohnens vom Geburtsort eine „Schwere‘ des Ortes“ (Hasse 2017: 43) vorgeworfen. Da dieser Vorwurf nicht weiter erläutert wird, kann er auf zweifache Weise gedeutet werden. Zum einen könnte er sich auf die generelle Abhängigkeit des Wohnens von Orten richten. Dieser Einwand wäre nur unter der Bedingung haltbar, dass einem umfassenderen Verständnis von Wohnen, so wie Heidegger es entwickelt hat, der Vorzug gegeben werden würde. Wie bereits dargelegt, ist eine solche Auffassung nicht für die Bearbeitung der im Zentrum dieser Arbeit stehenden Fragestellung geeignet. Zum anderen könnte sich die Kritik auf Bollnows Idee der Verwurzelung mit einem Ort beziehen. Denn wenn das Wohnen ausschließlich an einer einzigen „festen Stelle im Raum“ möglich ist, dann schließt dies mobile Formen des Wohnens⁴⁶ kategorisch aus. Darüber hinaus widerspricht ein solches Verständnis der zuvor erarbeiteten Definition von Wohnorten, da diese weder über die Geburt noch über die Dauer des Bewohnens als solche bestimmt wurden (vgl. Kapitel 2.1.3). Das Wohnen, wie Bollnow es hier beschreibt, wäre ausschließlich dem Zuhause vorbehalten (vgl. Kapitel 2.1.5) – und dies auch nur unter der Bedingung, dass die Verwurzelung qua Geburt aufgegeben werden würde. Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen ist folglich nicht die generelle Abhängigkeit des Wohnens von Orten zu beanstanden, wohl aber die von Bollnow erhobenen Vorbedingungen der örtlichen Zugehörigkeit.

Ausgehend von der Bindung des Wohnens an den Ort der Wohnung leitet Bollnow eine weitere essentielle Eigenschaft des Wohnens ab. Er erklärt, diese Bindung bedinge, dass Wohnen in einem physisch abgegrenzten Bereich stattfindet und ebenjener Bereich ermögliche Ruhe, Entspannung und Rückzug (vgl. Bollnow 1963: 130). Schließlich könne durch die räumliche Begrenzung sogar Geborgenheit und Sicherheit hergestellt werden; auf diese Weise verstanden, gewähre die Wohnung „einen verlässlichen Schutz gegen die Unbilden der Witterung wie gegen die unerwünschte Annäherung fremder Menschen“ (ebd.: 131). Dies wiederum ermögliche es dem Menschen, den Anforderungen der Welt jenseits seiner

⁴⁶ Unter mobile Formen des Wohnens fallen zwei Arten von Phänomenen. Entweder handelt es sich um Menschen mit mehreren Wohnorten – etwa weil sie berufsbedingt zwischen mehreren Wohnungen pendeln, oder es handelt sich um Menschen ohne einen festen Wohnsitz (vgl. Meuth 2017: 102; Hasse 2009: 24).

Wohnung gerecht zu werden (vgl. ebd.: 136). Bollnow folgend, beutetet Wohnen demnach, sich in einem abgegrenzten, geschützten Bereich zu erholen.

Diese Idee, aus der physischen Beschränkung der Wohnung eine Schutzfunktion abzuleiten, findet sich tatsächlich in einer Vielzahl anderer wissenschaftlicher Arbeiten zum Wohnen wieder (vgl. u.a. Scott 2009: 50f.; Gleichmann 2006: 25f.; Ballett 2004: 68f.; Häußermann/Siebel 1996: 12f.). Auch in dieser Arbeit wurde die Wohnung unter anderem aufgrund ihrer schützenden Eigenschaft charakterisiert (vgl. Kapitel 2.1.4). Unabhängig davon, ob der Schutz vor Witterungseinflüssen oder der Schutz vor fremden Blicken und Begegnungen besonders hervorgehoben wird, formulieren diese Ansätze den Zusammenhang von Schutzfunktion und Erholung zumeist vorsichtiger als Bollnow dies tut. Denn die Wohnung kann, muss aber nicht Geborgenheit und Erholung ermöglichen. Aus einer normativen Gleichsetzung der physischen Begrenzung der Wohnung mit Sicherheit und Erholung ergeben sich folglich mannigfaltige Komplikationen. Angesichts dieser Überlegungen kann dem Wohnen allenfalls potenziell die Fähigkeit attestiert werden, Empfindungen von Geborgenheit und Erholung zu erwecken.

Bollnow nutzt die Begrenzung des Wohnens darüber hinaus, um in knapper Form einen Unterschied zwischen dem Wohnen und dem Bewohnen zu deklarieren. Dabei versteht er das Bewohnen als eine allgemeinere Form des Wohnens, weswegen es nur eine feine Nuance der Differenz in der Bedeutung der beiden Verben gebe (vgl. Bollnow 1963: 286). Diese Nuance zwischen Wohnen und Bewohnen drücke sich darin aus, dass entweder ein Sein oder ein Besitzen stärker zum Ausdruck komme. Demnach wird im Bewohnen primär ein Besitzverhältnis artikuliert, während der Begriff des Wohnens ein tiefergehendes „Darinnen-sein“ fokussiere (vgl. ebd.). Dieses „Darinnen-sein“ bezeichnet die Verwurzelung mit einem Ort, die bereits in Bezug auf die ihr zugrundeliegende Schwere kritisiert wurde.

Wenn es bei Bollnow nicht der Geburtsort wäre, der Voraussetzung für das Besitzen eines Ortes ist, würde das von ihm beschriebene Verhältnis von Wohnen und Bewohnen durchaus räumliche Bezugnahmen und Aneignungsprozesse denkbar machen. Denn dann wäre das Bewohnen eines Ortes Resultat der Inbesitznahme eines solchen; das Wohnen an diesem Ort würde analog hierzu die Praktiken, die an diesem Ort vollzogen werden, umfassen.

Die Vorstellung und Diskussion des Ansatzes von Bollnow lässt sich damit ebenfalls anhand von drei Kritikpunkten zusammenfassen. Das Verständnis des Wohnens als Verwurzelung wurde demnach zunächst aufgrund seiner festen Bindung an den Geburtsort als unflexibel kritisiert. Hieraus folgt, wie auch schon bei Heidegger bemängelt, dass dies räumliche Bezugnahmen unmöglich werden lässt. Trotz des wertvollen Hinweises auf einen Unterschied zwischen Wohnen und Bewohnen, führen diese beiden Aspekte zudem dazu, dass die von Bollnow konstatierte Differenz von Wohnen und Bewohnen ebenfalls un schlüssig erscheint. Während bei Heidegger primär die moralische Aufladung des Wohnens kritisiert wurde, ist es bei Bollnow der normative Gehalt, welcher sich über eine Schutzfunktion als Geborgenheit und Entspannung realisiert.

Werden die Ergebnisse der Diskussion der Positionen von Heidegger und Bollnow nun zusammen betrachtet und zudem in Bezug zu den bisherigen Überlegungen gesetzt, so lassen sich aus den jeweiligen Kritikpunkten insgesamt wiederum drei wesentliche Schlussfolgerungen festigen bzw. herleiten. Diese sind zielführend für die weiterführende Arbeit an einer Definition des Wohnens wie sie im Kontext der hier anvisierten Soziologie des Wohnens geleistet werden soll.

Erstens scheint es sinnvoll, dem Wohnen eine relative Ortsgebundenheit zuzuschreiben. Diese Schlussfolgerung wurde bereits in Kapitel 2.1 vertreten, da dieses die verschiedenen Räume und Orte des Wohnens behandelt hatte. Doch auch in der Auseinandersetzung mit den beiden philosophischen Positionen von Heidegger und Bollnow ist deutlich geworden, dass eine Ortsbindung des Wohnens schlüssig ist. Heidegger hatte diese zu sehr entgrenzt, indem er das Wohnen an das Sein geknüpft hatte; Bollnow hatte diese zu eng gefasst, wodurch Wohnen zu starr und inflexibel geworden war. Um sowohl eine entgrenzte als auch eine zu enge Ortsgebundenheit des Wohnens zu vermeiden, liegt es folglich – auch mit Blick auf die vorherigen Ergebnisse – nah, das Wohnen an Wohnorte (vgl. Kapitel 2.1.3) zu knüpfen. Wohnen findet demnach ausschließlich an Wohnorten statt. Eine solche Verknüpfung des Wohnens mit dem Wohnort impliziert zudem, dass dieses mit dem Alltag verbunden wird. Denn der Wohnort sowie die Wohnung wurden insbesondere durch alltägliche Repetition gekennzeichnet (vgl. Kapitel 2.1.3; Kapitel 2.1.4). Es sind alltägliche Gewohnheiten, welche die Konstitution von Wohnraum ausmachen, weswegen folglich ebenso das Wohnen durch sich wiederholende, alltägliche Praktiken gekennzeichnet ist. Insofern ist es vielversprechend, sich dem Wohnen über eine dezidierte Auseinandersetzung mit alltäglichen Gewohnheiten

weiter anzunähern. Dies wird im Anschluss an dieses Kapitel in einem eigenen Abschnitt vollzogen (vgl. Kapitel 2.2.2).

Zweitens lässt sich festhalten, dass Wohnen als Praktik zu konzipieren ist. Diese Notwendigkeit hatte sich ebenfalls bereits in Kapitel 2.1 implizit abgezeichnet, da schon das Referieren auf den *spatial turn* und die prominente Position der von Martina Löw entwickelten Raumsoziologie eine besondere Betonung auf Praktiken gelegt hatte (vgl. Kapitel 2.1.1; Kapitel 2.1.2). In der Diskussion der beiden philosophischen Ansätze ist dieses Erfordernis manifest geworden, da sich weder mit Heideggers Position noch mit Bollnows Thesen räumliche Bezugnahmen und Aushandlungsprozesse denken lassen. Erst wenn Wohnen als Praktik verstanden wird, ist die Herstellung und Aushandlung räumlicher Bezüge überhaupt möglich.

Grundsätzlich sind Praktiken als „ein typisiertes, routinisiertes und sozial ‚verstehbares‘ Bündel von Aktivitäten“ (Reckwitz 2003: 289) bestimmt; dies war bereits in den einleitenden Worten zu Kapitel 2.2 angeführt worden. Anhand dieser Kennzeichen können Praktiken von Handlungen unterschieden werden. Eine Handlung wird folglich erst unter der Bedingung, dass sie „aufgrund ihrer Routinisiertheit als Ausdrucksgestalt tieferliegender sozialer Ordnungen verstanden und analysiert werden kann“ (Budde 2015: 14), zu einer Praktik. Die Routinisiertheit verweist auf ein implizites Wissen, das diesen Praktiken zugrunde liegt und welches sich durch Wiederholung als solches manifestieren konnte (vgl. Bongaerts 2008: 224). Aus diesem Grund bilden Praktiken „eine emergente Ebene des Sozialen“ (Reckwitz 2003: 290). Schon diese kurzen Ausführungen erinnern bereits stark an die Eigenschaften der repetitiven Raumkonstitutionen im Alltag (vgl. Kapitel 2.1.3). Die Routinen, die derartige Konstitutionen bestimmen, charakterisiert Martina Löw als regelmäßige soziale Praktiken (vgl. Löw 2001: 226). Es ist diese Ähnlichkeit, die den Versuch nahelegt, dem Wohnen die Fähigkeit zuzuschreiben, Wohnraum zu konstituieren. Das bedeutet, dass die Praktiken des Wohnens an Wohnorten Wohnraumkonstitutionen hervorbringen.

Die dritte Schlussfolgerung schließt sich direkt an die Überlegungen der ersten und zweiten an. Um Wohnen an Wohnorte zu binden und es als Praktik zu definieren, ist es notwendig, dass Wohnen dynamisch und mobil verstanden wird. Wohnen ist an mehreren Wohnorten möglich, es ist nicht auf einen einzigen Wohnort begrenzt. Dies wiederum lenkt die

Aufmerksamkeit erneut auf die Bedingungen, unter denen ein Ort zu einem Wohnort werden kann. Bislang waren Wohnorte als diejenigen Orte definiert worden, welche bewohnt werden (vgl. Kapitel 2.1.3). Wenn Wohnen dynamisch zu denken ist, dann muss dies folglich bereits Ausdruck im Bewohnen finden. Bollnow hatte zwischen Wohnen und Bewohnen unterschieden, indem er im Bewohnen primär den Besitz eines Ortes identifiziert hat. Obwohl er hierbei eine zu starke Fokussierung auf den Geburtsort vorgenommen hatte und das Wohnen dabei als zu starr konzipiert wurde, bietet dieser Ansatz von seinen grundsätzlichen Überlegungen her durchaus einen interessanten Ausgangspunkt, den es im Zuge der eigenen begrifflichen Arbeit noch weiter zu erforschen gilt. Da sich dieser Aspekt sehr gut mit der Charakterisierung des Wohnens als Praktik verbinden lässt, wird diesen beiden Schlussfolgerungen gemeinsam in Kapitel 2.2.3 nachgegangen werden. Hierfür wird die Alltagssoziologie von Michel de Certeau erneut eine wichtige theoretische Basis liefern. Sie ermöglicht nicht nur, Wohnen als dynamische Praktik zu kennzeichnen, sondern lässt mithilfe der Unterscheidung von Taktik und Strategie ebenfalls weitere definitorische Erkenntnisse auf das Wohnen und Bewohnen zu.

Abschließend lässt sich in Bezug auf die Diskussion der beiden einflussreichsten philosophischen Perspektiven auf das Wohnen festhalten, dass weder Heideggers noch Bollnows Positionen geeignet erscheinen, um Eingang in die weiteren Überlegungen zur Definition von Wohnen zu finden. Nichtsdestotrotz konnten in der Diskussion dieser Positionen essentielle Hinweise für die Arbeit an einer begrifflichen Bestimmung des Wohnens herausgearbeitet werden. Die Auseinandersetzung mit Heideggers Auffassung, das Wohnen als Schonen zu begreifen, sowie mit Bollnows Ansatz, im Wohnen eine tiefe Verwurzelung festzumachen, ließ den Schluss zu, dass Wohnen als relativ ortsgebundene, dynamische Praktik zu konzipieren sei. Wird dies in die Erkenntnisse der Bestimmung der Räume und Orte des Wohnens eingebettet, bedeutet dies, Wohnen als eine Praktik zu verstehen, welche an Wohnorten Wohnräume konstituiert. Diese Deutung macht es nicht nur möglich, räumliche Bezugnahmen zu denken, sondern bindet das Wohnen sogleich an Wohnorte. Darüber hinaus haben die beiden philosophischen Ansätze grundsätzlich dafür sensibilisiert, Wohnen weder moralisch noch normativ allzu stark aufzuladen.

Aus diesen Ergebnissen der Diskussion ergaben sich zudem neue theoretische Ausgangspunkte, die zur eigenen Definitionsarbeit zum Wohnen herangezogen werden. Zum

einen ist dies die Verbindung des Wohnens mit alltäglichen Gewohnheiten, zum anderen ist dies die Definition des Wohnens als dynamisch und damit einhergehend seine Unterscheidung zu Praktiken des Bewohnens. Nachfolgend wird folglich zunächst das Wohnen in seiner Beziehung zu alltäglichen Gewohnheiten diskutiert.

2.2.2 Wohnen und alltägliche Gewohnheiten

In *Die eigenen vier Wände: Zur verborgenen Geschichte des Wohnens* (1993) hält der deutsche Gestaltungstheoretiker Gert Selle prägnant fest: „Gewohnheit kommt von Wohnen, Wohnen vom Gewohntem“ (Selle 1993: 70). Auch in dieser Arbeit hat sich der Verweis auf eine Verknüpfung von Wohnen mit Gewohnheit und daraus folgend mit Alltag frühzeitig abgezeichnet. Die Entwicklung einer Soziologie des Wohnens muss sich somit der Aufgabe widmen, die Beziehung zwischen Wohnen und alltäglichen Gewohnheiten eingehender zu analysieren. Im Zentrum dieses Kapitels steht somit die Frage: Was bedeutet es, wenn alltägliche Gewohnheiten als charakteristisch für Praktiken des Wohnens angenommen werden?

Das erste Mal, dass sich die Relevanz von Alltag und Gewohnheiten in Bezug auf die Soziologie des Wohnens abgezeichnet hat, war bereits innerhalb der Überlegungen zur Bestimmung von Wohnraum und Wohnort (vgl. Kapitel 2.1.3). Hier waren es die gewohnheitsbasierten Raumkonstitutionen, welche sich im Zuge eines repetitiven Alltags herausbilden, die als kennzeichnend für Wohnräume und Wohnorte herausgearbeitet werden konnten. Unter Rückgriff auf Lefebvre war diesbezüglich zudem hervorgehoben worden, dass die zeitlichen Wiederholungen des Alltagslebens stets Variation beinhalten. Darüber hinaus wurde argumentiert, dass dieses Zusammenspiel von zeitlicher Repetition und Variation bedinge, dass diejenigen Praktiken, welche alltäglich vollzogen werden, ebenfalls durch differente Wiederholungen zu kennzeichnen sind.

Da diese Ergebnisse maßgeblich in die weiteren Überlegungen eingegangen sind, erstaunt es nicht, dass alltägliche Gewohnheiten auch im Zuge der theoretischen Überlegungen zur Charakterisierung der Wohnung und des Zuhause eine essentielle Rolle spielen (vgl. Kapitel 2.1.4; Kapitel 2.1.5). Zum einen ist die Wohnung in hohem Maße durch gewohnheitsbasierte, repetitive Praktiken des Alltags gekennzeichnet, zum anderen können ebenjene Praktiken zu

einem sehr positiven *sense of place* führen, welcher die Wohnung oder einen anderen Wohnort als Zuhause charakterisiert.

Schließlich wurde auch im Zuge der Auseinandersetzung mit den beiden philosophischen Interpretationen des Wohnens die Notwendigkeit deutlich, die Verbindung von Wohnen und alltäglichen Gewohnheiten eingehender zu analysieren (vgl. Kapitel 2.2.1). Aufgrund dieser vielfachen Hinweise auf die Signifikanz von alltäglichen Gewohnheiten in Bezug auf das Wohnen, ist es erforderlich, diesem Aspekt weiter nachzugehen.

Zunächst fällt auf, dass es sich um alltägliche Gewohnheiten und nicht schlicht um Gewohnheiten handelt, welche als zentral für das Wohnen erachtet werden. Grundsätzlich sind Gewohnheiten „practices that are recurrently and relatively consistently reproduced“ (Shove 2012: 101). Um diese Reproduktion genauer bestimmen zu können, wurde das Adjektiv „alltäglich“ gewählt. In Kapitel 2.1.3 wurde gezeigt, dass sich der zeitliche Rhythmus des Alltags durch tagtägliche, differente Wiederholungen auszeichnet. Folglich bedeutet dies, dass Wohnen sich nicht allgemein durch repetitive Praktiken beschreiben lässt. Stattdessen sind es alltäglich wiederholte Praktiken, welche zu Gewohnheiten werden und dadurch das Wohnen an Wohnorten prägen. Dass diese Gewohnheiten ebenfalls durch Variationen gekennzeichnet sein müssen, wurde bereits erwähnt. Allerdings ist dieser Aspekt bislang noch nicht ausgeführt worden, da in Kapitel 2.1.3 vor allem die Zeitlichkeit des Alltagslebens im Vordergrund der Überlegungen stand.

Ein hilfreicher theoretischer Ansatz, um die differente Wiederholung innerhalb von Praktiken zu verorten, stammt von dem französischen Soziologen Gabriel Tarde. In *Die Gesetze der Nachahmung* (2003) nimmt dieser praktische Nachahmungen in ihrer Bedeutung für soziale Phänomene in den Blick. Er verfolgt hierbei die These, dass jede Nachahmung maßgeblich auf Variation gründe (vgl. Tarde 2003: 32).⁴⁷ Während Lefebvre auf die Temporalität des Alltags fokussiert und hierbei in der Wiederholung eine Differenz verortet, schließt Tarde aufgrund der Wiederholung von Praktiken auf eine ihnen eigene Variation. Diese ist jeder nachahmenden Praktik inhärent, selbst wenn sie nur minimal zum Ausdruck kommt. So halten Christian Borch und Urs Stäheli in ihrer Rezeption Tardes diesbezüglich fest:

⁴⁷ An dieser Stelle ist zudem *Différence et Répétition* (1968) von Gilles Deleuze zu nennen, ein Werk, das wesentlich zur verstärkten wissenschaftlichen Rezeption der Soziologie von Gabriel Tarde beigetragen hat. Hier ist die differente Wiederholung Grundlage für eine Rehabilitation der Differenz innerhalb der Philosophie (vgl. Deleuze 1992: 11f.).

„Wiederholungen mögen noch so monoton anmuten – es gibt dennoch keine Wiederholung ohne ein Mindestmaß an Veränderung, die gerade durch die Tatsache des Wiederholtwerdens zustande kommt“ (Borch/Stäheli 2009: 16). Jede Nachahmung ist folglich durch unterschiedliche Grade der Variation gekennzeichnet.

Bezogen auf alltägliche Gewohnheiten bedeutet dies, dass diese sich in ihrer Repetition nicht exakt reproduzieren. Die Nachahmung einer Praktik, ihre Wiederholung, unterscheidet sich demnach stets von ihrem Vorbild. Diese Differenz kann latent sein, sie kann jedoch ebenfalls stärkere Abweichungen beinhalten. Alltägliche Gewohnheiten entstehen folglich entlang von differenter Wiederholung und weisen dabei selbst eine ihnen inhärente Variation auf, die sich im Moment des Vollziehens einer Gewohnheit realisiert.

Da diese Variation eben nicht zwingend umfassend sein muss, tragen alltägliche Gewohnheiten dazu bei, eine relative Stabilität zu suggerieren. Das Repetitive dieser Gewohnheiten führt dazu, dass ihre Praktiken routinierter ausgeführt werden – „doing well means doing often“ (Shove 2012: 110). Dies erfordert sodann weniger Aufwand und kognitive Reflexion. Aus diesem Grund werden Gewohnheiten innerhalb von wissenschaftlichen Betrachtungen meist mit dem Gefühl von Vertrautheit und relativer Stabilität assoziiert (vgl. u.a. Ghisleni 2017; Bissell 2014; Shove 2012; Southerton 2012; Edensor 2006). Die britische Soziologin Julia Bennett erklärt diesbezüglich: „Habit is necessary for a feeling of familiarity, of being at home“ (Benett 2015: 958). Sie erklärt Gewohnheiten folglich als Voraussetzung, um Vertrautheit entstehen zu lassen. Diese verschiedenen Überlegungen gilt es nun, in ihrer Bedeutung für das Wohnen und damit für die Soziologie des Wohnens zu prüfen.

Wenn alltägliche Gewohnheiten als kennzeichnend für das Wohnen verstanden werden, dann sind die Praktiken des Wohnens durch zeitliche und praktische differente Wiederholungen bestimmt. Das bedeutet, dass Wohnen auf der einen Seite auf eine alltägliche Zeitlichkeit verweist, deren eigene Rhythmisierung durch eine ihr inhärente Variation markiert ist. Auf der anderen Seite folgt hieraus, dass die Praktiken des Wohnens selbst ebenfalls durch eine derartige abweichende Wiederholung zu beschreiben sind. Dadurch ist das Wohnen, wie zuvor in der Auseinandersetzung mit Heidegger und Bollnow gefordert, als kreative Praktik zu bestimmen. Die zweifache Betonung der differenten Wiederholung – auf zeitlicher und

praktischer Ebene –, zeigt, dass Wohnen sich nicht entlang von starren Handlungsmustern vollzieht, sondern dass es als dynamisches Set von Praktiken zu konzipieren ist. Seine doppelte differente Wiederholung produziert Ähnlichkeit, keine Gleichheit. Dem Wohnen ist damit eine potenzielle Kreativität inhärent, die es im Zuge der routinierten Wiederholung der ihm zugehörigen Gewohnheiten mehr oder minder explizit aktualisieren kann.⁴⁸

Darüber hinaus wurde im vorherigen Kapitel herausgearbeitet, dass es die Praktiken des Wohnens sind, welche Wohnraum an Wohnorten konstituieren (vgl. Kapitel 2.2.1). Durch die Überschneidung alltäglicher Gewohnheiten mit dem Wohnen impliziert dies, dass die Konstitution von Wohnraum – das Wohnen – sich kreativ mit den Wohnorten auseinandersetzt. Das Wohnen an einem Wohnort ist durch die abweichende Reproduktion, die dem Wohnen als Praktik inhärent ist, gekennzeichnet. Inwiefern dies räumliche Aushandlungsprozesse denkbar werden lässt, wird in Kapitel 2.2.3 dezidiert beleuchtet. An dieser Stelle ist zunächst hervorzuheben: Wohnraumkonstitutionen als Wohnen zu begreifen, bedeutet, dass diese durch Praktiken alltäglicher Gewohnheiten gekennzeichnet sind.

Dies wiederum hat Konsequenzen für das Verständnis von Wohnorten. Noch immer sind diese primär als Orte, die bewohnt werden, bestimmt (vgl. Kapitel 2.1.3). Durch die Verknüpfung von Wohnen mit alltäglichen Gewohnheiten lässt sich in Bezug auf Wohnorte nun hinzufügen, dass dies Orte sind, an denen alltäglichen Gewohnheiten vollzogen werden. Dies untermauert wiederum die relative Ortsgebundenheit des Wohnens, da alltägliche Gewohnheiten nicht zwingend auf einen einzigen Ort beschränkt sind. Zudem können sie auch an mehreren Orten vollzogen werden. Nicht jeder Ort ist demnach ein Wohnort, doch kann das Wohnen an mehreren Wohnorten stattfinden. Erneut berührt dies die Frage danach, wie genau ein Ort zu einem Wohnort wird; erneut sei darauf verwiesen, dass dies im nachfolgenden Kapitel 2.2.3 ausgiebig erörtert werden wird.

In Bezug auf die Wohnung wurde herausgearbeitet, dass diese in einem besonders hohen Maße durch alltägliche Gewohnheiten gekennzeichnet ist (vgl. Kapitel 2.1.4). Wenn das Wohnen sich durch Praktiken alltäglicher Gewohnheiten beschreiben lässt, dann erschließt sich dieses Merkmal noch deutlicher. Die Wohnung als Wohnort dient dem Wohnen, sie wird

⁴⁸ Dies erscheint mit Blick auf psychologische Empirie und philosophische Theorie umso schlüssiger, betonen diese doch mitunter die hohe Signifikanz von Langeweile für die Entstehung von Kreativität (vgl. u.a. Mann/Cadman 2014; Bench/Lench 2013; Han 2010).

durch die daran gekoppelten alltäglichen Gewohnheiten geprägt und nimmt zugleich aufgrund ihrer Beschaffenheit ebenfalls Einfluss auf diese Gewohnheiten. Aufgrund dieses Zusammenspiels können alltägliche Gewohnheiten ebenso irritiert werden. In *Die eigenen vier Wände: Zur verborgenen Geschichte des Wohnens* (1993) schildert Gert Selle sehr eindrücklich, dass alltägliche Gewohnheiten auch in der eigenen Wohnung irritiert und herausgefordert werden können. Er führt aus:

„Ein besonderer Vorgang ist das Betreten der eigenen Wohnung. Man sollte meinen, hier sei keine Orientierung mehr nötig. Ein unfreiwilliges kleines Experiment zeigt den Irrtum. Bei Helligkeit rasten gewohnheitsmäßige Reaktionen unbeachtet ein: Die Schuhe werden abgestreift, der Mantel wird an den Haken gehängt, der Schlüsselbund mit geübtem Schwung an seinen Platz geworfen. Doch wenn die Birne der Flurlampe kaputt ist, wird die Suche nach dem Lichtschalter zu einer orientierenden Maßnahme, die sich im langsamen Entlangtasten an der Wand fortsetzt, bis die Hand um den Rahmen der Wohnzimmertür herumgreifen kann, um den nächsten Schalter zu finden“ (Selle 1993: 65).

Zunächst ist an diesem Zitat interessant, wie stark es die Verschränkung der eigenen Wohnung mit alltäglichen Gewohnheiten beschreibt. Das Vertrauen, welches sich im Zuge des Wohnens in einer Wohnung herausbilden kann (vgl. Kapitel 2.1.4; Kapitel 2.1.5), begründet sich folglich auch darüber, dass sich das Interieur der Wohnung nicht verändert. Es ist bekannt. Die Bewohner*innen wissen, wo die Schuhe auszuziehen sind, wo sich die Garderobe befindet und wo sich die Schale für den Wohnungsschlüssel befindet. Dies muss nicht mit jedem Betreten der Wohnung erneut herausgefunden werden. Allerdings – und dies macht das Zitat mithilfe der Lichtverhältnisse sehr eindrücklich – verbirgt sich selbst in der bekannten und vertrauten Wohnung stets etwas Unvorhersehbares, Neues, Unvertrautes. Dies schließt an die Überlegungen zu Alltag an, welche eine solches Changieren zwischen Stabilität und Wechsel ebenfalls als kennzeichnend für diesen hervorgehoben hatten (vgl. Kapitel 2.1.2).

Des Weiteren lässt sich die von Selle geschilderte Situation mithilfe der bisherigen Ergebnisse derart deuten, dass die Praktiken des Wohnens in der eigenen Wohnung kaum kognitiver Reflexion bedürfen. Aufgrund ihrer Verknüpfung mit alltäglichen Gewohnheiten kann innerhalb der eigenen Wohnung umstandslos Wohnraum konstituiert werden. Die relative Stabilität, die im Zuge der Charakterisierung alltäglicher Gewohnheiten hervorgehoben wurde, ist demnach – zumindest bei guten Lichtverhältnissen – gegeben. Durch die Dunkelheit kommt ein neuer Aktant ins Spiel, dessen Wirkmächtigkeit so umfassend ist, dass sie die relative Stabilität der Reproduktion alltäglicher Gewohnheiten beim Betreten der eigenen Wohnung stark irritiert. Die Praktiken des Wohnens müssen folglich an diese neue

Bedingung angepasst werden, in ihrer differentiellen Wiederholung zeigen sich größere Abweichungen. Da dies erfolgreich ist, eignet sich dieses Beispiel, um zu illustrieren, wie Wohnen als kreative Praxis mit seinen differentiellen Reproduktionen vorstellbar sein kann.

Diese Ausführungen zum Betreten der Wohnung bei Dunkelheit knüpfen auch an Bourdieus Beispiel des Einzugs der algerischen Familien in die französische Sozialwohnungen an (vgl. Kapitel 2.1.4). Es war festgehalten worden, dass die Familien nicht umstandslos den alltäglichen Gewohnheiten innerhalb der frisch bezogenen Wohnungen nachgehen können, weil sich die Wohnungen von den ihnen bisher bekannten Wohnungen unterscheiden. Mit Blick auf die jetzigen Erkenntnisse kann in Bezug auf diese Situation festgehalten werden, dass dies ein weiteres Beispiel ist, in dem die Praktiken des Wohnens herausgefordert und irritiert werden. Anders als bei den unterschiedlichen Lichtverhältnissen ist es in diesem Fall jedoch der Ort der Wohnung selbst, welcher das Wohnen derart erschwert, dass gewohnheitsbedingte Wohnraumkonstitutionen behindert werden. Die Wohnung in ihrer materiellen Architektur behauptet hier ihren Einfluss und ihre signifikante Teilhabe an der Konstitution von Wohnraum (vgl. ebd.). Da das Wohnen jedoch als kreativ bestimmt worden ist, sind derartige Herausforderungen für das Wohnen zu bewältigen.

Die Verbindung von alltäglichen Gewohnheiten mit den Praktiken des Wohnens eröffnet jedoch noch eine weitere Erkenntnis, wenn diese in den Kontext der vorherigen Erläuterungen zur Wohnung gesetzt wird. Um herauszustellen, dass die Wohnung ein Wohnort sei, welcher aufgrund seiner physischen Begrenzungen besonders stark durch alltägliche Gewohnheiten geprägt ist, war unter anderem ein längeres Zitat von Pierre Mayol herangezogen worden (vgl. Kapitel 2.1.4). Mayol hatte zusammen mit Michel de Certeau und Luce Giard *The Practice of Everyday Life, Vol. 2: Living and Cooking* (1998) geschrieben; den Nachfolger zu de Certeaus *Kunst des Handelns* (1988).⁴⁹ Das verwendete Zitat hob in Bezug auf die Wohnung hervor, wie stark diese durch die alltäglichen Gewohnheiten ihrer Bewohner*innen geprägt werde: „A place inhabited by the same person for a certain duration draws a portrait that resembles this person based on objects (present or absent) and the habits that they imply“ (Mayol 1998: 145). Das Wohnen zeichnet sich demnach deutlich in den Wohnorten ab.

⁴⁹ Während das erste Werk von de Certeau sowohl in der englischen als auch in der deutschen Übersetzung vorliegt, ist der zweite Band bislang nur auf Englisch und nicht auf Deutsch erschienen.

Hervorzuheben ist nun, dass Mayol dies nicht nur für Wohnungen proklamiert, sondern dass er dies ebenfalls auf Hotelzimmer ausweitet, die ausschließlich für die Dauer eines Aufenthaltes von einem Gast genutzt werden. Für den Entwurf einer Soziologie des Wohnens ist dies aus zwei Gründen bedeutsam: Es trägt, erstens, der eingangs kurz angeschnittenen Doppelbedeutung des Wohnens Rechnung und es erfordert, zweitens, die Deutung des Hotelzimmers nicht als Wohnung, aber doch als Wohnort. Diese zwei Aspekte bedürfen einer ausführlicheren Erläuterung, um sie in ihren Implikationen für die Arbeit an der Soziologie des Wohnens vollständig erfassen zu können.

Wenn Mayol unterstreicht, dass nicht nur die Wohnung, sondern ebenfalls das Hotelzimmer durch das Wohnen Rückschlüsse auf einzelne Persönlichkeitsfacetten seiner Bewohner*innen zulässt, dann bedeutet dies, dass Wohnen nicht durch die Aufenthaltsdauer an einem Wohnort determiniert ist. Mayols Auslegungen folgend, kann Wohnen sich sowohl langfristig als auch kurzfristig vollziehen. Denn alltägliche Gewohnheiten sind nicht ausschließlich an den Wohnort gebunden, sie können auf diesen angewandt werden. Damit wird unter anderem auch die in der Einleitung zum zweiten Kapitel angeführte Doppelbedeutung des Wohnens aufgegriffen (vgl. Kapitel 2.2). Es wurde hervorgehoben, dass dem „Wohnen“ im deutschen Sprachgebrauch grundsätzlich eine doppelte Zeitlichkeit eingeschrieben ist. Es kann sich auf langfristige Wohnorte oder kurzfristige Unterkünfte beziehen. Die Verbindung des Wohnens mit alltäglichen Gewohnheiten ist in der Lage, diese doppelte Verwendung theoretisch zu erfassen.⁵⁰ Folglich kann Wohnen sowohl in der eigenen Wohnung als auch in einem für wenige Nächte gemieteten Hotelzimmer stattfinden. Konsequenterweise ergibt sich hieraus zudem, dass Gäste auch in denen über Airbnb oder Couchsurfing vermittelten Unterkünften wohnen können. Dies ist interessant, sensibilisiert es doch neben den bereits mehrfach betonten räumlichen Aushandlungsprozessen für die in Kapitel 2.2.1 postulierte Dynamik des Wohnens: Wohnen ist dynamisch, es findet auch abseits von fester, langjähriger Verwurzelung mit Orten statt. Es schließt sich die Frage an, ob jeder Ort, an dem sich Praktiken alltäglicher Gewohnheiten vollziehen, zu den Orten des Wohnens zu zählen sind. Doch da auch die Beantwortung dieser Frage einen inhaltlichen Vorgriff auf Kapitel 2.2.3 darstellen würde, ist

⁵⁰ Es ist zu betonen, dass die doppelte Bedeutung von „Wohnen“ an dieser Stelle nicht dazu genutzt wird, um Rückschlüsse für die theoretische Arbeit am Wohnen zu gewinnen. Dies würde ein Vorgehen darstellen, wie es zuvor in Kapitel 2.2.1 bei Heidegger kritisiert worden war. Vielmehr wird darauf hingewiesen, dass die bisherigen Ergebnisse der Reflexion zum Wohnen auf Grundlage der Auseinandersetzungen mit alltäglichen Gewohnheiten es vermögen, diesen zweifachen Sinn zu berücksichtigen.

zunächst, konkret auf das von Mayol verwendete Beispiel bezogen, zu fragen: Ist das Hotelzimmer ebenso als Wohnort zu fassen wie die eigene Wohnung? Die Antwort auf diese Frage greift den zweiten Grund auf, der für die hohe Relevanz von Mayols knappen Ausführungen zu alltäglichen Gewohnheiten spricht.

Während der erste Aspekt auf den dualen Zeithorizont hingewiesen hat, der dem Wohnen inhärent ist, dient das angeführte Zitat zusätzlich dazu, die Deutung des Hotelzimmers als Wohnort zu ermöglichen. Auch in einem nur kurzzeitig genutzten Zimmer zeichnen sich die Praktiken der alltäglichen Gewohnheiten deutlich ab. Im Kontext der erarbeiteten Termini bedeutet dies, dass die Praktiken des Wohnens über die alltäglichen Gewohnheiten im Hotelzimmer Wohnraum konstituieren. Folglich kann sowohl das temporär genutzte Hotelzimmer als auch die längerfristig genutzte Wohnung Persönlichkeitsspuren ihrer Bewohner*innen offenbaren und somit Aufschluss über ein *life narrative* geben (vgl. Kapitel 2.1.4). Natürlich ist zu bedenken, dass sich ein solches Narrativ in der eigenen Wohnung wahrscheinlich deutlicher abzeichnen wird, da diese im Gegensatz zum Hotelzimmer ständig durch dieselben Bewohner*innen und deren alltäglichen Gewohnheiten geprägt wird. Zudem zeichnen sich Hotelzimmer durch standardisiertes Interieur aus, zumeist besteht die Einrichtung aus zusammenhängenden Festeinbaumöbeln. In der Wohnung ist eine solche Standardisierung nicht gegeben. Hier können Inneneinrichtung und Dekoration entlang alltäglicher Gewohnheiten durch die Bewohner*innen selbst gewählt und miteinander kombiniert werden (vgl. Kapitel 2.1.4).

In Bezug auf das Zuhause (vgl. Kapitel 2.1.5) kann aufgrund der Auseinandersetzungen mit der Verknüpfung alltäglicher Gewohnheiten und dem Wohnen ebenfalls eine Ergänzung vorgenommen werden. Es war betont worden, dass ein positiver *sense of place* notwendig sei, um einen Wohnort zu einem Zuhause werden zu lassen; ein solcher basiere maßgeblich auf der Ausbildung von Vertrautheit. Mithilfe der Verbindung von alltäglichen Gewohnheiten und dem Wohnen kann nun geschlussfolgert werden, dass die Entstehung von Vertrautheit dadurch begünstigt wird, dass sich das Wohnen hier an einem Wohnort vollzieht, der über einen längeren Zeitraum nicht verändert wird. Dies bedeutet, dass die differenten Wiederholungen des Wohnens eine relative Stabilität oder scheinbare Beständigkeit herstellen, da sich die heterogenen Elemente der Wohnraumkonstitutionen kaum von vorherigen unterscheiden. Eine lange Aufenthaltsdauer an einem Wohnort kann folglich dazu führen, dass die alltäglichen

Gewohnheiten besonders stark mit diesem Ort harmonieren. Der Prozess, den es braucht, damit diese Harmonie erreicht werden kann, ist im Englischen mit *homemaking* bezeichnet (vgl. u.a. Holton/Riley 2016; Dowling/Mee 2007) – auch hierbei wird die Relevanz von Praktiken betont.

Nachdem alltägliche Gewohnheiten in ihrer Beziehung zum Wohnen im Kontext der Überlegungen zu den Räumen und Orten des Wohnens gestellt wurden, ist nun zu prüfen, welche Praktiken es denn sind, die als Wohnpraktiken Wohnräume konstituieren. Welche Praktiken alltäglicher Gewohnheit kennzeichnen das Wohnen? Wie sind *homemaking*-Praktiken zu beschreiben? Allgemeiner formuliert, ist zu fragen: Was tut man, wenn man wohnt?⁵¹

Wenn das Wohnen über alltägliche Gewohnheiten erforscht werden soll, wird schnell offensichtlich, dass es sich hierbei nicht um eine einzige Praktik handelt. Es gibt keine Praktik, welche für sich genommen allein das Wohnen definiert. Vielmehr setzt sich das Wohnen aus einem Set von Praktiken zusammen – „Wohnen ist vermischtes Tun“ (Häußermann/Siebel 1996: 141). In *Theoretische Perspektiven auf Wohnen: Ein mehrdimensionales Wohnverständnis in erziehungswissenschaftlicher Absicht* (2017) identifiziert Miriam Meuth einige Tätigkeitsbereiche, denen Praktiken des Wohnens zugerechnet werden können. Ausschlaggebend ist für sie hierbei der Alltag, weswegen sich ihre Betrachtungen für die hier vollzogene Verbindung von alltäglichen Gewohnheiten und Wohnen besonders eignen. Sie hält fest, dass Wohnen durch den „Alltag des Wohnens, damit einhergehende Routinen, die Haushaltsführung, Rekreation und Reproduktion oder auch Interaktionen innerhalb des Haushalts und des Nahraums, die Aneignung dieses Ortes und die Gestaltung des Wohnraums“ (Meuth 2017: 115) zu beschreiben ist.

Diese Aufzählung enthält sehr unterschiedliche Bereiche, denen wiederum heterogene Praktiken zuzuordnen sind. Auffällig ist, dass sie sich zunächst auf den Haushalt konzentriert, da sie Praktiken der Haushaltsführung und deren Organisation nennt. Derartige Praktiken rücken klassische Haushaltstätigkeiten in den Vordergrund, wozu vor allem das

⁵¹ Diese Frage greifen die beiden Soziologen Hartmut Häußermann und Walter Siebel in ihrer *Soziologie des Wohnens: Eine Einführung in Wandel und Ausdifferenzierung des Wohnens* (1996) ebenfalls auf (vgl. Häußermann/Siebel 1996: 15). Da sie jedoch einen stark sozialwissenschaftlich geprägten Ansatz verfolgen, erkennen sie hierin vor allem die Frage nach der Funktion von Wohnen.

Saubermachen, Reinigen und Aufräumen zu zählen sind. Innerhalb von wissenschaftlichen Auseinandersetzungen sind diese weniger unter dem Aspekt des Wohnens als vielmehr unter dem Aspekt von Gender-Rollen und heteronormativen Zuschreibungen diskutiert worden (vgl. u.a. Barrett 2015; Oerton 1998; Bowlby/Gregory/McKie 1997). Wenn nicht das Wohnen fokussiert wird, sondern einzelne Bereiche der Wohnung, finden sich allerdings doch vereinzelt Arbeiten, welche die Bedeutung von Praktiken des Reparierens, Erhaltens und Pflagens hervorheben.⁵² So hält ein Autorenteam aufgrund seiner Ergebnisse einer ethnografischen Untersuchung von Praktiken des Säuberns und Reinigens innerhalb von Wohnungen in England beispielsweise fest:

„[O]bjects are continually becoming in their lives in the domestic. Indeed, the practices of cleaning, wiping, polishing and so on can be seen as concerted attempts to arrest decay; to stave off the corrosive and contaminating effects of other physical substances on both people and things; to protect and conserve consumer objects. In short, these practices endeavour either to keep consumer objects in or return them to their pristine state (as when new), to freeze the physical life of things at the point of acquisition and to mask the trace of consumption in the object“ (Gregson/Metcalf/Crewe 2009: 251–252).

Die verwendeten Termini zeigen deutlich, dass die Studie innerhalb der Konsumforschung angesiedelt ist. Nichtsdestotrotz sensibilisiert das Zitat dafür, dass die angeführten Praktiken die Wohnung und die sich darin befindlichen Gegenstände als dynamisch im Prozess des Werdens halten. Reinigung, Reparatur und Pflege werden als wesentlicher Bestandteil des häuslichen Lebens identifiziert. Werden sie als Teil der Praktiken des Wohnens begriffen, erfüllen sie neben der ihr jeweilig inhärenten Zielsetzung noch eine weitere: Sie sind nicht nur durch alltägliche Gewohnheiten gekennzeichnet, sondern sie kaschieren auch die Gebrauchsspuren alltäglicher Gewohnheiten. Zudem ist hinzuzufügen, dass selbst die Abwesenheit von Praktiken des Reinigens das Werden der Objekte unterstreicht – hierbei ist dieses der Verfall und die Abnutzung dieser.

Obwohl die Betrachtung dieser Praktiken hilfreich ist, um den Nexus alltäglicher Gewohnheiten und der Praktiken des Wohnens eingehender zu beleuchten, fällt auf, dass es hierbei vor allem die Wohnung ist, die als Determinante dafür dient, ob Praktiken als Wohnpraktiken zu bestimmen sind. Auch die weiteren Tätigkeitsbereiche in dem zuvor angeführten Zitat von Meuth beziehen sich auf die Wohnung; sie hatte die Aneignung dieses Ortes und seine Gestaltung als zusätzliche Praktiken-Komplexe angeführt.

⁵² Zusätzlich werden derartige Praktiken vor allem dann berücksichtigt, wenn noch weiter abstrahiert wird und gebaute Umwelt, Städte oder urbane Infrastrukturen als Untersuchungsgegenstand gewählt werden (vgl. u.a. Edensor 2016; Denis/Pontille 2014; Graham/Thrift 2007).

Noch deutlicher wird dieses Vorgehen, wenn anhand der wissenschaftlichen Arbeiten zu *homemaking* geprüft wird, welche Praktiken identifiziert werden, um Vertrautheit herzustellen. Ein vielzitatierter Artikel hebt diesbezüglich beispielsweise Kochen, Dekorieren oder das Fernsehen hervor (vgl. Dowling/Mee 2007: 161). Allerdings war bereits herausgearbeitet worden, dass Wohnen nicht ausschließlich auf die Wohnung beschränkt ist, sondern allgemein an Wohnorten stattfinden kann. Abseits von Untersuchungen, die sich konkret auf Wohnpraktiken innerhalb der Wohnung als Wohnort konzentrieren, ist folglich zu fragen, wie Orte überhaupt zu Wohnorten werden können – eine Frage die sich seit der Auseinandersetzung mit den Räumen und Orten des Wohnens durch diese Arbeit zieht.

Für dieses Kapitel bleibt festzuhalten: Wenn alltägliche Gewohnheiten als charakteristisch für Praktiken des Wohnens angenommen werden, lassen sich Wohnpraktiken durch eine ihnen inhärente Kreativität kennzeichnen. Diese gründet in der differentiellen Wiederholung, welche sich zum einen aus der Zeitlichkeit des Alltags und zum anderen aus der Repetition einer Praktik ergibt. Produziert diese Art der Wiederholung primär latente Abweichungen, können Wohnpraktiken dazu dienen, Vertrautheit mit einem Wohnort aufzubauen und diesen zu einem Zuhause werden lassen. In einem solchen Fall ähneln sich die vollzogenen Wohnraumkonstitutionen und trotz der heterogenen Einflussgrößen und Komponenten wird eine relative Stabilität suggeriert. Zudem hat die Annäherung über die Auseinandersetzung mit alltäglichen Gewohnheiten den Schluss zugelassen, dass Wohnpraktiken heterogen sind. Wohnen ist ein Set von Praktiken, insbesondere wurden bislang Praktiken der Wartung und Pflege, aber auch des Kochens und des Dekorierens angeführt. Wohnpraktiken wurden über den Ort ihres Vollziehens als Wohnpraktiken identifiziert.

Wenn dies auch im Einklang mit dem Postulat einer relativen Ortsgebundenheit des Wohnens ist, erfordert es eine gründliche Auseinandersetzung mit den Voraussetzungen, welche einen Ort zu einem Wohnort werden lassen. Das folgende Kapitel nimmt sich anhand des Begriffspaars Taktik und Strategie der Unterscheidung von Wohnen und Bewohnen dieser drängenden Frage an. Damit markiert es zugleich den finalen theoretischen Schritt auf dem Weg der Entwicklung einer Soziologie des Wohnens.

2.2.3 Wohnen und Bewohnen als Taktik und Strategie

Innerhalb der bisherigen Überlegungen zur theoretischen Fundierung einer Soziologie des Wohnens gibt es noch zwei Leerstellen, die es zu schließen gilt. Noch ist nicht klar, wie räumliche Bezugnahmen und räumliche Aushandlungsprozesse theoretisch zu fassen sind. Zudem ist in den bisherigen thematischen Schwerpunktsetzungen wiederholt dieselbe Frage aufgetaucht: Wie wird ein Ort zu einem Wohnort? Dieses Kapitel nimmt sich diesen beiden noch offenen Aspekte an, indem es erneut auf Grundannahmen der von Michel de Certeau entworfenen Alltagssoziologie zurückgreift. Auf Grundlage seiner Konzeption von Taktik und Strategie ist es nicht nur möglich, die Wohnpraktiken in ihrem Wirken als räumliche Bezugnahmen zu erörtern. Sie liefert zudem essentielle Referenzpunkte, um das Bewohnen als entscheidend für die Entstehung von Wohnorten zu beschreiben. Die auf diese Weise gewonnenen Erkenntnisse werden abschließend anhand von zwei konkreten praktischen Fragen in ihrer Erklärungskraft geprüft: Wie ist das Bewohnen und Wohnen im Kontext der Wohnung zu konzipieren? Wie können Bewohnen und Wohnen jenseits eines einzigen festen Wohnortes gedacht werden?

Dass de Certeaus *Kunst des Handelns* (1988) erneut als zentrale theoretische Grundlage herangezogen wird, hat primär zwei Gründe. Zum einen versteht de Certeau das Wohnen ebenfalls als eine alltägliche Praktik, weswegen seine Thesen grundsätzlich nicht in hartem Kontrast zu den im Rahmen dieser Arbeit entwickelten Grundannahmen steht. Zum anderen enthält de Certeaus Werk wertvolle Überlegungen, welche zielführend für die Arbeit an der theoretischen Bestimmung zur Unterscheidung von Wohnen und Bewohnen genutzt werden können.

Im Zuge der Auseinandersetzung mit den Eigenschaften von Wohnraum und Wohnort war de Certeaus Soziologie des Alltags herangezogen worden, um das von Löw verwendete Verständnis von Alltag als simple Routine und monotone Wiederholung aufbrechen zu können (vgl. Kapitel 2.1.3). Darauf aufbauend konnte die Konstitution von Wohnräumen als eine Auseinandersetzung mit Wohnorten charakterisiert werden – sie stellt eine temporäre Aneignung dieser Orte dar. Dieses Zusammenwirken von Raum und Ort wird im Folgenden erneut beleuchtet, allerdings mithilfe de Certeaus Deutung von Taktik und Strategie. Dies macht es möglich, das Wohnen als Praktik in seiner Beziehung zu Wohnorten noch

eingehender zu ergründen. Darüber hinaus liefert dies essentielle theoretische Impulse, um das Bewohnen in der Soziologie des Wohnens verorten zu können.

Laut de Certeau sind es Praktiken mit einem taktischen Charakter, welche raumbildend wirken und dadurch Orte bespielen. Folglich wird Taktiken eine performative Kraft zugewiesen (vgl. Füssel 2013: 30). De Certeau charakterisiert sie als ein situativ-wirkendes Kalkül:

„Die Taktik hat nur den Ort des Anderen. Sie dringt teilweise in ihn ein, ohne ihn vollständig erfassen zu können und ohne ihn auf Distanz halten zu können. [...] Das ‚Eigene‘ ist ein Sieg des Ortes über die Zeit. Gerade weil sie keinen Ort hat, bleibt die Taktik von der Zeit abhängig; sie ist immer darauf aus, ihren Vorteil ‚im Fluge zu erfassen‘. Was sie gewinnt, bewahrt sie nicht. Sie muß andauernd mit Ereignissen spielen, um ‚günstige Gelegenheiten‘ daraus zu machen“ (de Certeau 1988: 23).

Das Eindringen in einen Ort schafft eine taktische Praktik, indem sie an diesem Ort Raum entstehen lässt. Da sie über keinen eigenen Ort verfügt, kann die Taktik dynamisch agieren, ist aber gleichzeitig eben auch auf günstige Situationen angewiesen. Aus diesem Grund können Taktiken ausschließlich situativ entstehen; de Certeau attestiert ihnen Unvorhersehbarkeit und Spontaneität. Dies wiederum impliziert, dass Taktiken als Prozesse von Subversion und temporärer Aneignung zu verstehen sind (vgl. Bernardy/Klimpe 2017: 180). Sie verfügen folglich über einen antidisziplinären Charakter, welcher jedoch keinesfalls auf den Umsturz der örtlichen Regelsysteme zielt, sondern das kreative Umfunktionieren dieser fokussiert (vgl. de Certeau 1988: 73).

Taktiken sind „Züge innerhalb eines geordneten strategischen Feldes, das sie aber nicht überschreiten können“ (Winter 2007: 32).⁵³ Als Beispiel für eine Taktik führt de Certeau unter anderem das Wohnen an: „Wohnen, Umhergehen, Sprechen, Lesen, Einkaufen oder Kochen – all diese Aktivitäten scheinen den Merkmalen der Finten und taktischen Überraschungen zu entsprechen“ (de Certeau 1998: 93–94). Obwohl das Wohnen in diesem Zitat nur erwähnt und nicht dezidiert behandelt wird, genügt dies, um es als Praktik mit einem taktischen Charakter definieren zu können. De Certeau folgend, ist Wohnen demnach eine Kunst – eine „Kunst, im Bereich des Anderen ‚Coups zu landen““. Hierbei ist zu beachten, dass diese Kunst alltäglich ist, weil es ebenjene Praktiken sind, welche den Alltag kennzeichnen (vgl. ebd.: 12).

⁵³ Taktiken sind folglich kein Instrument des Kampfes gegen ein an Orten etabliertes System. Wie bereits zuvor betont, bilden sie zusammen mit Strategien ein Begriffspaar – keinen antagonistischen Gegensatz. Mitunter wurde dieses Zusammenwirken in der Rezeption von de Certeaus Thesen übersehen, weswegen die Widerständigkeit taktischer Praktiken überschätzt wurde.

Die Beschreibung der Wirkungsweise von taktischen Alltagspraktiken knüpft direkt an die bisherigen Ergebnisse zur theoretischen Reflexion zu Wohnraum und Wohnort (vgl. Kapitel 2.1.3) an und ergänzt diese. Es ist festzuhalten, dass Wohnen aufgrund seines taktischen Charakters in der Lage ist, an Wohnorten Wohnraum zu konstituieren. Dabei ist diese Konstitution ein kreatives Ausloten der Strukturen und Rahmenbedingungen, welche an Wohnorten vorherrschen. Aus diesem Grund fehlt es dem Wohnen folglich an etwas Eigenem – es benötigt den Wohnort, um an diesem situativ Wohnräume hervorbringen zu können.

Der Taktik stellt de Certeau die Strategie zur Seite, zusammen bilden beide ein festes Begriffspaar. Anders als taktische Alltagspraktiken bringen Strategien Orte hervor, stützen deren Ordnungen und zielen darauf, diese langfristig zu etablieren (vgl. de Certeau 1988: 78). Bei de Certeau werden Strategien folglich mit „place, property, propriety, own, owning, ownership“ (Highmore 2002a: 157) assoziiert. Der eigene Ort ermöglicht es der Strategie, sich „eine Unabhängigkeit gegenüber den wechselnden Umständen zu verschaffen“ (de Certeau 1988: 88). Diese Unabhängigkeit rührt daher, dass Orte stabiler als Räume sind (vgl. Kapitel 2.1.3). Diese Stabilität bedingt, dass Strategien Regeln und Systeme hervorbringen. Folglich ist ihre Ordnung bei de Certeau mit der Etablierung von Ort gleichgesetzt (vgl. Rau 2017: 112). Gleichzeitig wirken die Regeln und Ordnungen, welche an Orten herrschen, sowohl als Verbot als auch als Autorisierungen von Praktiken: „The act of excluding, of interdicting, is an activity that shapes and signifies, just as much as the act of permitting and promoting“ (Highmore 2006: 34). Folglich artikuliert sich in der Strategie – anders als in der Taktik – ein konkreter Machtanspruch, welcher sich im Einklang mit den Regeln und Strukturen von Orten manifestiert.

Analog zu Ort und Raum, sind Strategie und Taktik folglich reziprok aufeinander bezogen (vgl. u.a. Bernardy/Klimpe 2017: 180; Füssel 2013: 27ff.; Kapitel 2.1.3). Obwohl sie durch Gegensätze gekennzeichnet sind, stellen sie selbst keine dar (vgl. Highmore 2002a: 154). Vielmehr bedingen sie sich: Raumbildende, taktische Praktiken beziehen sich stets auf die herrschende Ordnung; in der Auseinandersetzung mit dem Ort identifizieren sie Lücken innerhalb der strategischen Operationen und nutzen diese für sich (vgl. Winter 2007: 31f.; Highmore 2002a: 163).

Wie lassen sich diese Erläuterungen zu Eigenschaften strategischer Praktiken im Kontext einer Soziologie des Wohnens fruchtbar machen? Diesbezüglich ist zu beachten, dass de Certeau Strategien mit Orten verbindet und zudem eine wechselseitige Beziehung zwischen Strategie und Taktik konstatiert. Zudem wurde zuvor ausgehend von de Certeaus Thesen das Wohnen als taktische Alltagspraktik bestimmt, welche an Wohnorten Wohnräume konstituiert. Vor diesem Hintergrund schlägt die vorliegende Arbeit vor, das Bewohnen als eine Praktik strategischen Charakters zu konzipieren.

Wenn das Bewohnen als eine Strategie verstanden wird, artikuliert sich in dieser Praktik ein Machtanspruch an einen Ort. Dieser Machtanspruch ist es, welcher einen Ort zu einem Wohnort werden lässt. De Certeaus Auslegungen folgend, impliziert dies, dass sich der bewohnte Ort durch eigene Regeln und Vorschriften auszeichnet, welche andere, an diesem Ort stattfindende Praktiken regulieren. Diese Praktiken sind die taktischen Praktiken des Wohnens. Einen Ort zu bewohnen, bedeutet dann, diesen Ort als Wohnort für die Konstitution von Wohnraum zu beanspruchen. Daraus folgt, dass das Bewohnen dem Wohnen zeitlich vorgelagert ist: Ein Ort muss erst *bewohnt* werden, damit an diesem Ort *gewohnt* werden kann.

Der Machtanspruch des Bewohnens impliziert zudem, dass der betreffende Ort als Wohnort in Besitz genommen wird. Das Bewohnen mit dem Besitzen zu assoziieren, tauchte bereits in der Auseinandersetzung mit der philosophischen Perspektive Bollnows auf (vgl. Kapitel 2.2.1). Bollnow hatte darauf hingewiesen, dass das Bewohnen als eine allgemeinere Form des Wohnens zu verstehen sei, in der sich vor allem ein Besitzen artikuliere. Dies wurde kritisiert, da der Besitz eines Ortes bei Bollnow ausschließlich auf den Geburtsort beschränkt ist. Unter Berücksichtigung der Kritik an Bollnows Ansatz und mit Blick auf die Ausführungen de Certeaus zur Kennzeichnung der Strategie, lässt sich an dem grundsätzlichen Verständnis von Bewohnen dennoch festhalten. Es ist als Inbesitznahme eines Ortes zu verstehen, die notwendige Voraussetzung ist, um Wohnen zu können.

Im Folgenden werden die Implikationen dieser Interpretationen anhand von zwei konkreten Beispielen weiter geprüft. Dies dient zum einen dazu, die theoretischen Annahmen dahingehend zu testen, ob sie Fragestellungen, die sich aus realen Situationen herleiten lassen, beantworten können. Zum anderen hilft dies, um das Zusammenwirken von Bewohnen und

Wohnen zu veranschaulichen und einige Beispiele für die ihnen jeweils zugehörigen Praktiken zu identifizieren. Das erste Beispiel widmet sich (1) der Wohnung als Wohnort, das zweite betrachtet anschließend kurz (2) mobile Formen des Wohnens.

(1) Das erste Beispiel betrachtet das Zusammenspiel von Bewohnen und Wohnen im Kontext der Wohnung. Dieser Fokus begründet sich dadurch, dass er räumliche Aushandlungsprozesse berücksichtigt. Der Einzug in eine Wohnung markiert den wesentlichen Moment der Inbesitznahme eines Ortes. Folglich ist er als Bewohnen zu verstehen. Der Ort der Wohnung wird zu einem Wohnort und ermöglicht damit Wohnen. Durch den Einzug, das Bewohnen, artikuliert sich ein Machtanspruch an die Wohnung. Es ist hierbei unwesentlich, ob es sich um eine Miet- oder Eigentumswohnung handelt. In beiden Fällen nehmen die Bewohner*innen in erheblichem Umfang Einfluss auf die Strukturen und Regeln, welche die spezifische Wohnung prägen. Darüber hinaus ist die Wohnung sowohl als Mietwohnung als auch als Eigentumswohnung in weitere strukturelle Kontexte eingebunden, welche diesen Ort prägen. In Deutschland gibt es beispielsweise Auflagen bezüglich der äußeren Erscheinung von Häusern, bei einem Neubau muss für das betreffende Grundstück eine Katastervermessung durchgeführt werden, es gibt rechtliche Regelungen, welche Lärmbelastigungen regulieren. Anders als es de Certeau für Strategien und ihren Bezug zu Orten geschildert hat, trifft das Bewohnen als strategische Praktik folglich bereits auf etablierte Orte.⁵⁴ Es nimmt diese in Besitz und versucht dann, weitere Strukturen und Regeln an diesem zu einem Wohnort gewordenen Ort zu begründen. Aus diesem Grund ist das Bewohnen mit dem Einzug in eine Wohnung nicht abgeschlossen. Es findet im Einrichten der Wohnung, im Aufstellen von Möbelstücken und im Dekorieren mithilfe von Bildern, Pflanzen und Gegenständen statt. Sie etablieren langfristige Strukturen, fördern dadurch bestimmte Praktiken und unterbinden andere. Im Bewohnen drückt sich somit eine Verfügungs- und Nutzungsgewalt über den betreffenden Wohnort aus, welche jedoch an die Bedingungen des Ortes gebunden sind. Aus diesem Grund ist das Bewohnen nach dem Einzug nicht an die physische Präsenz der Bewohner*innen gebunden. Die Wohnung ist auch bei Abwesenheit dieser bewohnt.

⁵⁴ Neben den bereits genannten rechtlichen Bestimmungen ist die Wohnung natürlich ebenfalls von der zuvor diskutierten Vielzahl an heterogenen Einschreibungen in ihre Architektur durchzogen (vgl. Kapitel 2.1.4). Auch sie fördern bestimmte Praktiken, während sie andere erschweren oder gar unmöglich werden lassen.

Das Wohnen findet hingegen innerhalb der gesetzten Rahmenbedingungen des Ortes und des Wohnortes statt. Aufgrund der Charakterisierung des Wohnens als Taktik ist es den Wohnpraktiken möglich, die Wohnung im Alltag zu bespielen, indem sie Wohnraum konstituieren. Jede Konstitution stellt eine temporäre Aneignung des Wohnortes dar. Ähnlich argumentiert die Architekturprofessorin Kerstin Dörhöfer, wenn sie das Alleinwohnen von Frauen als „Protest gegen die vorgegebene Wohnarchitektur“ (Dörhöfer 2010: 44) deutet. Das Wohnen ermöglicht die Auseinandersetzung mit den räumlichen Strukturen, in dem Fall der alleinwohnenden Frauen zeigt es seinen subversiven Charakter.

Grundsätzlich zeigt sich an den Betrachtungen zur Wohnung deutlich, wie Praktiken strategischer und taktischer Natur – das Bewohnen und das Wohnen – koexistieren können. Da alltägliche Gewohnheiten zuvor als kennzeichnend für das Wohnen beschrieben worden waren (vgl. Kapitel 2.2.2), sind all jene Praktiken nun als Wohnpraktiken zu fassen, welche sich durch differente Wiederholungen am Wohnort vollziehen. Das kreative Potenzial, das dem Wohnen dadurch inhärent ist, schlägt sich zusätzlich in seiner Definition als Taktik nieder. Gleichzeitig macht es die Charakterisierung des Wohnens mithilfe alltäglicher Gewohnheiten möglich, dass die ständige Aneignung des Wohnortes, welche sich im Wohnen vollzieht, relativ stabil erscheint (vgl. Kapitel 2.2.2).

Aus der Perspektive der Bewohner*innen ist die eigene Wohnung folglich ein Wohnort, der durch die Praktiken des Bewohnens und Wohnens gekennzeichnet ist.⁵⁵ Während sich im Bewohnen eine Verfügungs- und Nutzungsgewalt in Bezug auf den Ort ausdrückt, agiert das Wohnen innerhalb dieses Machtanspruchs und spielt mit der durch ihn begründeten Ordnung. Das Zusammenwirken von Bewohnen und Wohnen wird besonders deutlich, wenn Besuch empfangen wird. Dieser trifft auf einen ihm fremden Wohnort, der durch das Bewohnen und Wohnen seiner Gastgeber*innen deutlich gekennzeichnet ist. Gäste fügen sich diesen Strukturen, gleichzeitig moderieren die Strukturen selbst, welche Praktiken angemessen sind und welche nicht. Die Kulturwissenschaftlerin Monika Wohlrab-Sahr erkennt in einer solchen Situation, dem Empfang von Besuch in einer privaten Wohnung, ein essentielles Beispiel für das Ziehen und Aushandeln von Grenzen. Gastgeber*innen stehen demnach als Bewohner*innen vor der Aufgabe, „den Grad an Informalität, der herrschen soll, zu

⁵⁵ Obwohl sich der gewählte Ansatz bereits von de Certeaus grundsätzlicher Kennzeichnung von Taktik und Strategie entfernt hat, indem es sie auf Wohnräume und Wohnorte bezieht, sei angemerkt, dass hier eine weitere Abweichung zu seinen Thesen erfolgt. Grundsätzlich geht es de Certeau nämlich um das Aufspüren von „Vorgehensweisen und Handlungsmuster und nicht direkt um das Subjekt, das Urheber oder Träger derselben ist“ (de Certeau 1998: 11f.).

regulieren“ (Wohlrab-Sahr 2011: 45). Der Gast hingegen muss noch vor dem tatsächlichen Betreten der Wohnung darüber reflektieren, wie die Strukturen des fremden Wohnorts auszulegen sind, was sie von ihm erwarten: „Das Mitbringen von Gastgeschenken, die Wahl der Kleidung etc. werden von dieser Situationsdefinition abhängig sein“ (ebd.). Anders als Wohlrab-Sahr dies schildert, sind es nicht ausschließlich Gast und Gastgeber*in, welche auf diese Situation einwirken und diese prägen. Wie im Zuge von Kapitel 2.1.2, Kapitel 2.1.3 und Kapitel 2.1.4 ausgeführt, sind hierbei zusätzliche Einflussgrößen und andere Aktanten zu berücksichtigen, zudem sind es die Praktiken des Bewohnens und Wohnens, welche ebenfalls erheblich auf die Wohnung Einfluss genommen haben.

Ein weiterer Fall, der im Kontext der Auseinandersetzung mit den Praktiken von Bewohnen und Wohnen in der Wohnung beachtet werden muss, ist das gemeinsame Bewohnen von und das Wohnen an einem Wohnort. In einer solchen Situation müssen sich die Bewohner*innen als Träger*innen der Bewohn- und Wohnpraktiken nicht nur mit den gegebenen Strukturen der Wohnung als Ort, sondern zusätzlich mit den Inbesitznahmen des jeweiligen Mitbewohners oder der jeweiligen Mitbewohnerin auseinandersetzen. Zudem konstituieren unterschiedliche Menschen Wohnraum verschieden, weswegen weitere Aushandlungsprozesse notwendig werden. Wird ein möglichst harmonisches Zusammenleben in der gemeinsamen Wohnung angestrebt, müssen die jeweiligen Praktiken des Bewohnens – zumindest bei den gemeinsam genutzten Zimmern – aufeinander abgestimmt werden. Konkret bedeutet dies unter anderem, dass über die Auswahl und das Arrangement von Möbeln zu diskutieren ist. In Bezug auf das Wohnen ist es der taktische Charakter der Wohnpraktiken sowie die sie kennzeichnenden alltäglichen Gewohnheiten, die darüber bestimmen, ob Wohnraumkonstitutionen in der gemeinsamen Wohnung Konflikte provozieren oder nicht.

(2) Neben dem Beispiel des Wohnens in und des Bewohnens von Wohnungen, muss eine Soziologie des Wohnens ebenfalls in der Lage sein, Situationen zu erfassen, in denen sich diese beiden Praktiken im Kontext mehrerer Wohnorte abspielen. Unter mobilen Formen des Wohnens werden im Rahmen dieser Arbeit zwei solche Fälle gefasst, wobei diese sich sehr stark voneinander unterscheiden.

Der erste Fall fokussiert Situationen, in denen Wohnen und Bewohnen an mehreren Wohnorten vollzogen werden. Dies trifft beispielsweise auf Menschen zu, die berufsbedingt zwischen mehreren Wohnungen pendeln. In solchen Fällen wird von einem multilokalen oder

polytopischen Wohnen gesprochen (vgl. Hilti 2013; Stock 2009).⁵⁶ Hierbei sind durch das Bewohnen mehrere Orte zu Wohnorten deklariert worden, an diesen finden sodann Wohnpraktiken statt, die in Abhängigkeit der jeweiligen räumlichen Strukturen und etablierten Regeln Wohnraum konstituieren. Bewohnen und Wohnen verhalten sich folglich wie bei dem zuvor behandelten Beispiel einer Wohnung, nur dass sie sich beim multilokalen Wohnen auf mehrere Wohnorte konzentrieren.

Der zweite Fall nimmt die beiden Praktikenbündel in den Blick, wenn diese ausschließlich außerhalb von eigenen Wohnungen vollzogen werden. Hier ist das Wohnen insofern mobil, als dass der Wohnort regelmäßig gewechselt wird. Dies betrifft Menschen ohne einen festen Wohnsitz, wie beispielsweise Nomad*innen oder auch Obdachlose. Obwohl die beiden hier geschilderten Phänomene sich stark voneinander unterscheiden, müssen auch sie im Rahmen einer Soziologie des Wohnens theoretisch erfassbar sein.

Hervorzuheben ist, dass sich das Bewohnen von Orten außerhalb der Wohnung durch kurzfristige Inbesitznahmen auszeichnet. Waren die bislang betrachteten Situationen von langfristigen Machtansprüchen ausgegangen, ist die Nutzungs- und Verfügungsgewalt beim Wohnen ohne Wohnsitz mit einem kurzfristigeren Zeithorizont versehen. Bewohnen und Wohnen sind demnach nicht zwingend an eine lange Verweildauer gebunden. Kurzzeitige Inbesitznahmen von Orten sind essentiell, um NomadInnen einen Wohnort und folglich auch das Wohnen zusprechen zu können – eine Betrachtungsweise, welche unkonventionell ist, für die sich jedoch unter anderem auch Markus Schroer in seiner Abhandlung zu *Raum, Wohnen und Mobilität* (2019) ausspricht (vgl. Schroer 2019: 167ff.). NomadInnen wechseln ihren Wohnort oft, indem sie sich in kurzer Zeit nacheinander an verschiedenen Orten niederlassen. Hier bestimmen sie einen Ort nur kurzzeitig als Wohnort, etwa indem sie dort ihr Zelt aufschlagen. Wenn das Bewohnen und mit ihm konsequenterweise auch das Wohnen derart dynamisch konzipiert werden, dann ist es möglich, beide Praktiken vollkommen von der Bedingung der Wohnung zu entkoppeln. Dadurch ist selbst das Leben von Obdachlosen auf der Straße durch kurzzeitige Inbesitznahmen von Orten gekennzeichnet – sei es das

⁵⁶ Der Unterschied zwischen multilokalem und polytopischem Wohnen ist unklar. Dennoch setzt sich insbesondere der Geograph und Tourismusforscher Mathis Stock dafür ein, hier eine Differenz zu konstatieren. Er beschreibt diese folgendermaßen: „Im Unterschied zu multilokalem Wohnen, das sich auf mehrere relativ regelmäßig genutzte Wohnsitze bezieht, meint polytopisches Wohnen die Praxis einer Vielzahl von Orten – zu welchem Zweck auch immer –, die sowohl von einem hauptsächlich genutzten als auch von einer Vielfalt von zeitnah genutzten Wohnsitzen ausgehen“ (Stock 2009: 107; Herv. i. O.).

Übernachten in einer Notunterkunft, das Aufschlagen eines Zelttes oder das Beziehen eines leerstehenden Gebäudes. Obdachlose bewohnen Orte und können folglich ebenso an diesen Wohnorten wohnen (vgl. Hasse 2009: 92f.).

Abschließend sind für dieses Kapitel drei zentrale Ergebnisse festzuhalten:

- Erstens ist Wohnen eine taktische Alltagspraktik. Als Konstitution von Wohnraum an Wohnorten ist das Wohnen somit in der Lage, sich Wohnorte anzueignen. Dieses Ergebnisse greift die Überlegungen aus vorherigen Kapiteln auf (vgl. u.a. Kapitel 2.1.2; Kapitel 2.2.3) und stärkt damit die These, Wohnen als eine kreative und dynamische Praktik zu bestimmen.
- Zweitens, ist das Bewohnen demgegenüber eine strategische Praktik. Es stellt einen Machtanspruch an einen Ort und lässt ihn dadurch zu einem Wohnort werden. Des Weiteren fokussiert das Bewohnen die Etablierung von Strukturen und Regelungen an Wohnorten. Das Bewohnen geht dem Wohnen zeitlich voraus. Dies begründet sich darüber, dass ein Wohnort notwendige Voraussetzung ist, um Wohnpraktiken zu ermöglichen. Ein Ort muss folglich erst bewohnt werden, damit an diesem dann gewohnt werden kann.
- Drittens, sind Wohnen und Bewohnen nicht von einer langen Aufenthaltsdauer an einem Wohnort abhängig. Die Inbesitznahme eines Ortes kann auch nur für eine kurze Zeit erfolgen, auch dann wird dieser Wohnort bewohnt und an ihm kann Wohnraum konstituiert werden. Die Assoziation Bollnows ist damit endgültig aufgebrochen worden; Bewohnen ist nicht an einen einzigen Wohnort gebunden (vgl. Kapitel 2.2.1).

Die erneute Auseinandersetzung mit de Certeaus Thesen hat es erlaubt, die drängende Frage nach dem Bewohnen zu beantworten. Des Weiteren konnte das Zusammenspiel von Wohnen und Bewohnen eingehender analysiert werden. Damit sind die Überlegungen zu den theoretischen Grundannahmen einer Soziologie des Wohnens abgeschlossen. Sie werden im nachfolgenden Kapitel noch einmal anhand ihrer Kernergebnisse zusammenfasst, wobei die einzelnen Entwicklungsschritte nun noch stärker zueinander in Beziehung gesetzt werden können.

2.3 Sieben Thesen einer Soziologie des Wohnens

„Wo wohnst du?“ Diese kurze Frage hatte in der Einleitung demonstriert, wie stark alltäglicher Sprachgebrauch und wissenschaftliche Betrachtung mitunter divergieren können. Die schrittweise erfolgte Entwicklung einer Soziologie des Wohnens stellt nun keinesfalls eine Überwindung dieser Differenz dar. Dies ist im Zuge jeder vorgenommenen Konzeptionsphase deutlich geworden. Gleichwohl ist es die Komplexität des erarbeiteten theoretischen Fundaments, welche es überhaupt erst ermöglicht, die vermeintliche Einfachheit der alltagssprachlichen Antwortmöglichkeiten zu erfassen. Im Folgenden wird dies anhand der zentralen Kernthesen der Soziologie des Wohnens aufgezeigt werden. Die vorherigen Überlegungen lassen sich in insgesamt sieben Thesen zusammenfassen.

(1) Wohnen ist die relationale Konstitution von Wohnraum an Wohnorten.

Grundsätzlich folgt diese These dem *spatial turn*, indem sie Raum nicht als einen gegebenen Containerraum, sondern als sozial hervorgebracht versteht (vgl. Kapitel 2.1.1). Darauf aufbauend bezieht sie sich wesentlich auf Grundannahmen, welche die Soziologin Martina Löw in Auseinandersetzung mit dem *spatial turn* in ihrem Werk *Raumsoziologie* (2001) entwickelt hat (vgl. Kapitel 2.1.2). Löw konzipiert Raum als relationale (An)Ordnung, welche ausschließlich an Orten entstehen kann. Die Bezugnahme des Raums auf den Ort, spiegelt sich in dem erarbeiteten Verständnis von Wohnen wider. Zudem ist Wohnen als Wohnraumkonstitution an einem Wohnort als Praktik gekennzeichnet (vgl. Kapitel 2.1.3). Diese Praktik kann sich nur an Wohnorten vollziehen, weswegen die Existenz eines solchen essentielle Voraussetzung für das Wohnen ist. Wird an einem Wohnort Wohnraum konstituiert, fließen in diese Konstitution eine Vielzahl heterogener Akteur*innen ein, die selbst einen erheblichen Einfluss auf Wohnraumkonstitutionen ausüben. Hatte Löw die Konstitution von Raum allein als Ergebnis menschlicher Praktiken angelegt, so erweitert die Soziologie des Wohnens diese Grundannahme, indem sie der Konstitutionsleistung anderer nicht-menschlicher Akteur*innen ebenfalls Rechnung trägt (vgl. ebd.).

(2) Ein Ort wird zu einem Wohnort, indem dieser bewohnt wird.

Das Bewohnen ist die zentrale Bedingung, um einen Ort zu einem Wohnort werden zu lassen (vgl. Kapitel 2.1.3). In ihm artikuliert sich ein temporärer oder langwieriger Machtanspruch an einen Ort (vgl. Kapitel 2.2.3). Dieses Verständnis folgt der philosophischen Konzeption Otto Friedrich Bollnows insofern, als dass es das Bewohnen ebenfalls primär mit dem

Besitzen eines Ortes assoziiert (vgl. Kapitel 2.2.1). Allerdings ist dieses Besitzen aufgrund der zwei unterschiedlichen Zeithorizonte weniger starr konzipiert als Bollnow dies vorgenommen hat. Ein Ort kann für wenige Tage und Nächte zu einem Wohnort werden, er kann jedoch ebenfalls für mehrere Jahre als solcher fungieren. Je nach Zeitlichkeit erhebt das Bewohnen eine kurz- oder langfristige Macht- und Verfügungsgewalt über einen Ort, welche sich aus dem strategischen Charakter des Bewohnens herleitet (vgl. Kapitel 2.2.3). Die Inbesitznahme eines Ortes geht nämlich mit dem Etablieren und Schützen von Strukturen und Regeln einher – Fähigkeiten, welche unter Rückgriff auf Michel de Certeaus Konzeption der Strategie als Praktik hergeleitet werden konnten (vgl. ebd.). Daraus ergibt sich zudem, dass ein Ort auch dann bewohnt ist, wenn die Bewohner*innen dieses Wohnortes physisch nicht anwesend sind.

(3) Ein klassischer Wohnort ist die Wohnung und je länger diese bewohnt wird, desto stärker ist sie durch das Alltagsleben ihrer Bewohner*innen gekennzeichnet.

Für die theoretische Fundierung der Soziologie des Wohnens wurde „Wohnung“ als Sammelbegriff verwendet, der jedes architektonische Gebäude, welches dem Menschen zum Wohnen dient, bezeichnet (vgl. Kapitel 2.1.4). Die Wohnung ist insofern als klassischer Wohnort zu bestimmen, da sie einen Ort darstellt, der vielen Menschen als Wohnort dient. Im Fall der Wohnung ist das Bewohnen vor allem im Moment des Einzugs zu verorten, hier wird der Ort zu einem Wohnort (vgl. Kapitel 2.2.3). Als Ort und als Wohnort determiniert die Wohnung maßgeblich mögliche Wohnpraktiken. Hierbei ist zu beachten, dass bereits in der Architektur von Wohnungen eine Vielzahl von Einschreibungen inhärent ist, welche spezifische Praktiken fördern und andere verhindern (vgl. Kapitel 2.1.4). Zusätzlich zu diesen werden durch das Bewohnen weitere Strukturen in der Wohnung etabliert, die ebenfalls auf das Wohnen einwirken. Ein längeres Bewohnen impliziert, dass die etablierten Rahmenbedingungen nachhaltig gefestigt und gestützt werden. Dies bedeutet wiederum, dass die Konstitution von Wohnraum in einem relativ konstanten Umfeld stattfindet. Als Träger*innen der (Be)Wohnpraktiken wird die Wohnung dabei vor allem durch das Alltagsleben und die Gewohnheiten ihrer Bewohner*innen geprägt. Aus diesem Grund kann sie als *life narrative* interpretiert werden (vgl. ebd.).

(4) Durch Vertrautheit mit einem Wohnort können Bewohner*innen eine sehr starke Beziehung zu diesem Ort aufbauen, welche ihn zu einem Zuhause werden lässt.

Hier steht eine positive Konnotation des Zuhause im Vordergrund, wobei ebenso auf die Möglichkeit sehr tiefer negativer Assoziationen zu diesem Begriff hingewiesen wurde (vgl. Kapitel 2.1.5). Grundsätzlich kann jeder Wohnort zu einem Zuhause werden. Ist ein Wohnort ein Zuhause, dann empfinden die Bewohner*innen ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zu diesem Ort (*existential insideness*). Ein solches bildet sich vor allem dann aus, wenn derselbe Wohnort über einen längeren Zeitraum bewohnt wird, da er dann öfter als Fundament für Wohnraumkonstitutionen gedient hat und seine geltenden Regeln und Strukturen vertraut sind (vgl. ebd.; Kapitel 2.2.3). Wohnorte, die ein Zuhause werden, sind somit solche, an denen sich Konstituierende oft und viel aufhalten – wie beispielsweise die eigene Wohnung (vgl. Kapitel 2.1.4) – und denen sich Bewohner*innen stark zugehörig fühlen.

(5) Durch die Abhängigkeit des Wohnens vom Bewohnen, weist das Wohnen eine relative Ortsgebundenheit auf.

Wenn das Bewohnen einen Ort zu einem Wohnort werden lässt und prinzipiell jeder Ort bewohnt werden kann (vgl. Kapitel 2.1.3; Kapitel 2.2.3), dann folgt daraus, dass dem Wohnen ebenfalls eine Dynamik und Mobilität inhärent sein muss. Die relative Ortsgebundenheit des Wohnens, die sich auch neuen Wohnorten widmen kann, stellt einen essentiellen erkenntnistheoretischen Gewinn der Soziologie des Wohnens dar. Sie schafft es, das Wohnen flexibel zu konzipieren und ihm dennoch die Fähigkeit der Beständigkeit zu geben. Damit ist das Wohnen mehr als ein Sein, mehr als ein sich Befinden – eine Perspektive, wie sie prominent durch den Philosophen Martin Heidegger formuliert worden war (vgl. Kapitel 2.2.1). Stattdessen findet im Wohnen eine Auseinandersetzung mit Wohnorten statt, wobei diese Orte erst einmal durch das Bewohnen zu solchen gemacht werden müssen. Als relationale Konstitution von Wohnraum an Wohnorten setzt sich das Wohnen mit denjenigen Elementen auseinander, welche es an diesen Orten vorfindet. Wohnen und Bewohnen sind folglich räumliche Bezugnahmen; sie sind Praktiken, welche räumliche Aneignungen und Machtansprüche erheben und folglich ebenso Aushandlungsprozesse erforderlich werden lassen. Zugleich ist das Wohnen durch seine relative Ortsgebundenheit auch von der einseitigen Reduzierung auf Assoziationen wie Inflexibilität oder Verwurzelung gelöst worden – Assoziationen, wie sie Bollnow in seiner philosophischen Betrachtung des Wohnens

nahelegt (vgl. Kapitel 2.2.1). Analog zum Bewohnen ist dem Wohnen somit ebenfalls ein zweifacher Zeithorizont inhärent, da es sich an lang bewohnten Wohnorten ebenso vollzieht wie an kurz bewohnten (vgl. Kapitel 2.2.3). Dieses Verständnis macht es darüber hinaus möglich, das Wohnen derart von einem festen Wohnsitz zu lösen, dass Wohnen auch ohne Wohnung möglich ist.

(6) Wohnpraktiken sind durch alltägliche Gewohnheiten bestimmt, weswegen sie sich durch differente Wiederholungen auszeichnen – Wohnen ist kreative Praxis.

Diejenigen Praktiken, welche an Wohnorten Wohnräume konstituieren, sind durch alltägliche Gewohnheiten gekennzeichnet (vgl. Kapitel 2.2.2). Damit sind Wohnpraktiken repetitiv und können routiniert vollzogen werden. Dies impliziert jedoch nicht, dass Wohnen sich durch Monotonie auszeichnen würde. Unter Rückgriff auf Gabriel Tarde und Henri Lefebvre konnte der praktischen und der zeitlichen Wiederholung jeweils eine ihr eigene Differenz attestiert werden (vgl. ebd.). Übertragen auf das Wohnen bedeutet dies, dass dieses sich ebenfalls durch eine abweichende Wiederholung beschreiben lässt. Dies kann als Ursprung von Kreativität verstanden werden, weswegen Wohnen als potenziell kreativ zu kennzeichnen ist. Für einen über einen längeren Zeitraum bewohnten Ort bedeutet dies, dass die Kreativität des Wohnens sich wahrscheinlich nicht besonders stark zeigen wird, da die durch das Bewohnen etablierten und gestützten Strukturen nachhaltig gestärkt und infolgedessen kaum verändert werden (vgl. Kapitel 2.1.3; Kapitel 2.2.2; Kapitel 2.2.3). In einem solchen Fall erscheint der Wohnort vertraut und Bewohner*innen können sich leicht zugehörig fühlen, wodurch dieser Wohnort sein Potenzial als Zuhause realisieren kann (vgl. Kapitel 2.1.4).

(7) Die Wirkungsweise dieser Kreativität äußert sich in den verschiedenen Möglichkeiten des Wohnens, die Strukturen von Wohnorten zu bespielen – Wohnen ist taktisch.

Die Kreativität, die dem Wohnen potenziell inhärent ist, wird zudem durch die Kennzeichnung des Wohnens als taktische Praktik unterstrichen (vgl. Kapitel 2.2.3). Wohnend werden Wohnorte erschlossen und bespielt. Dieses Verständnis beruft sich erneut auf de Certeau, welcher der Taktik die Fähigkeit zugesprochen hatte, Leerstellen und Grauzonen innerhalb der Strukturen und Regelsysteme von Orten zu entdecken und diese kreativ für sich zu nutzen (vgl. ebd.). Sobald ein Ort mithilfe des Bewohnens zu einem Wohnort wird, obliegt

es den Praktiken des Wohnens sich diesen Wohnort temporär anzueignen. Der Rekurs auf de Certeau ermöglicht es zudem Wohnen, Taktik und Wohnraum theoretisch miteinander zu verknüpfen sowie demgegenüber Bewohnen, Strategie und Wohnort. Dabei stellen die jeweiligen Begriffspaare keine Gegensätze dar, sondern sind vielmehr reziprok aufeinander bezogen: Wohnen und Bewohnen, Taktik und Strategie, Wohnraum und Wohnort (vgl. ebd.; Kapitel 2.1.3).

Diese sieben Thesen stellen das theoretische Fundament der Soziologie des Wohnens dar. Es ist dabei durch die Berücksichtigung und Diskussion ganz unterschiedlicher Arbeiten, welche sich dem Wohnen oder der Wohnung widmen, gelungen, das Wohnen selbst als Praktik zu definieren und zu charakterisieren. Es ist damit von der Wohnung abgegrenzt. Die Gleichsetzung von Wohnen und Wohnung war eingangs kritisiert worden und hatte die Erarbeitung einer Definition von Wohnen erschwert, da wissenschaftliche Publikationen beide Begriffe oftmals synonym verwenden. Durch die Bindung des Wohnens an Wohnorte, welche wiederum durch das Bewohnen als solche bestimmt werden können, ist das Wohnen nicht mit der Wohnung gleichzusetzen. Wohnen kann außerhalb von Wohnungen stattfinden. Dies impliziert, dass Wohnen als Praktik zunächst einmal frei von normativen Wertungen ist – ein weiterer erkenntnistheoretischer Gewinn, der das Wohnen jenseits präskriptiver Annahmen ansiedelt.

Nichtsdestotrotz markiert die Wohnung einen essentiellen Wohnort und ist dadurch oft ein fundamentaler Bezugspunkt für das Wohnen. Die Wohnungsarchitektur dient dem Wohnen; als Ort vereint die Wohnung eine Vielzahl von Annahmen zu menschlichen Bedürfnissen in sich, deren Standardisierungen insbesondere die Innenarchitektur prägen. Für eine Soziologie des Wohnens bildet die Wohnung doch nicht nur aufgrund ihrer besonderen Architektur und deren Einschreibungen einen interessanten Forschungsgegenstand. Sie erlangt insbesondere durch das Bewohnen und Wohnen, durch das Werden eines Wohnortes und das anschließende Bespielen dieses, einen hohen Stellenwert für die empirische Untersuchung der Soziologie des Wohnens.

Die Betonung der Loslösung des Wohnens von der (eigenen) Wohnung einerseits sowie des herausragenden Stellenwertes der Wohnung für das Wohnen andererseits, erfolgt abschließend keineswegs zufällig. Im Kontext der Vermittlung von *peer-to-peer*

Übernachtungsmöglichkeiten vereinen Onlineplattformen wie Airbnb oder Couchsurfing vereinen sie sich und konstatieren einen umso spannenderen Untersuchungsgegenstand: Denn aus der Perspektive der erarbeiteten Soziologie des Wohnens kann selbst auf Reisen gewohnt werden – erinnert sei an das Beispiel des Hotelzimmers. Für Airbnb- und Couchsurfing-Gäste bedeutet dies, dass sie während ihres jeweiligen Aufenthaltes einen Machtanspruch an ihre Unterkunft stellen, diese folglich bewohnen und hier temporär wohnen. Gleichzeitig handelt es sich bei ihrer Unterkunft nicht um eine herkömmliche Übernachtungsmöglichkeit, wie sie durch klassische Beherbergungsbetriebe angeboten wird, sondern um die Wohnung eines anderen Community-Mitglieds. Gäste treffen folglich auf einen Wohnort, welcher in hohem Maße bereits durch das Bewohnen und die Wohnpraktiken ihrer Gastgeber*innen gekennzeichnet ist. Die räumlichen Bezugnahmen, welche sich im (Be)Wohnen artikulieren, werden nun insofern herausgefordert, als dass verschiedene Bewohner*innen am selben Wohnort Wohnräume unterschiedlich konstituieren. Zusätzlich wirken die jeweiligen Onlineplattformen selbst aufgrund ihrer digitalen Organisation, ihrer Selbstvermarktung und ihrer Prinzipien maßgeblich auf dieses Setting ein.

Um diese vielschichtigen Konstellationen erfassen und beschreiben zu können, wird im nachfolgenden Kapitel der Terminus „*peer-to-peer* Wohntourismus“ vorgeschlagen und begrifflich entwickelt. Er stellt die erarbeiteten Grundannahmen der Soziologie des Wohnens in den Kontext von Tourismusforschung und -theorie. Mit Blick auf die Fragestellung der vorliegenden Arbeit, bezieht die Entwicklung dieses Terminus insbesondere Reflexionen zu Authentizität im „*peer-to-peer* Wohntourismus“ ein.

3 *Peer-to-peer* Wohntourismus

Die Vermittlung von *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten über Onlineplattformen ist eine Facette der tiefgreifenden Transformationen, die durch das Internet und insbesondere das Web 2.0 initiiert worden sind. Sie reiht sich in eine Vielzahl von weiteren Angeboten ein, die zusammengenommen Mobilität – das Reisen und Verreisen – prägen. Beispielsweise unterstützen die Plattformen von TripTogether (www.triptogether.com) und Travel Buddies (www.travel-buddies.com) ihre User*innen bei der Suche nach Reisepartner*innen; über online Mitfahrzentralen können gemeinsame Fahrten organisiert werden (vgl. u.a. Bialski 2012a); auf TripAdvisor (www.tripadvisor.de) sprechen User*innen Empfehlungen zu Restaurants, Aktivitäten und Hotels aus (vgl. u.a. van Nuenen 2016; O'Connor 2008).

Die internetbasierte Erschließung von Wohnungen für die Beherbergung von Reisenden über Onlineplattformen wie Airbnb (www.airbnb.de) oder Couchsurfing (www.couchsurfing.com) stellt demnach ein recht neuartiges Phänomen dar. Abseits der Untersuchung einzelner Fallbeispiele (vgl. u.a. Decrop et al. 2017; Mikołajewska-Zajac 2016; Dayter/Rüdiger 2014; Bialski 2012a; Bialski/Batorski 2010), fehlt es daher bislang an einer allgemeinen theoretischen Reflexion verbindender Gemeinsamkeiten. In Reaktion hierauf, entwickelt die vorliegende Arbeit den Terminus „*peer-to-peer* Wohntourismus“. Diese Begriffswahl signalisiert vorrangig, dass die Vermittlung von *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten über das reine Anbieten und Suchen einer Unterkunft hinausgeht. Stattdessen wird angenommen, dass die Nutzung diesbezüglich relevanter Onlineplattformen eine eigene Art von Tourismus etabliert.

Der gewählte Begriff betont zusätzlich eine besondere Relevanz des Wohnens, welche sich im *peer-to-peer* Wohntourismus auf unterschiedlichen Ebenen zeigt. Einerseits, dies hat die Arbeit an der Soziologie des Wohnens deutlich werden lassen, verfügen Gäste im *peer-to-peer* Wohntourismus über die Möglichkeit, Zugang zu fremden Wohnungen zu erhalten und dadurch Einblicke in ein fremdes *life narrative* nehmen (vgl. Kapitel 2.1.4; Kapitel 2.3).

Andererseits, dies wird im Verlauf dieses Kapitels noch gezeigt werden, verbinden sich mit diesem Zugang Vorstellungen und Zuschreibungen zu Authentizität.

Auf einer davon abstrahierten Ebene ist zusätzlich hervorzuheben, dass die herausgestellte Dynamisierung des Wohnens impliziert, dass Gäste während ihres Aufenthaltes einen Besitzanspruch an die Wohnung stellen, diese bewohnen und temporär in ihr wohnen (vgl. Kapitel 2.3). Durch dieses Verständnis wird die in der Tourismusforschung vorherrschende strikte Dichotomie zwischen dem Reisen und dem Wohnen überwunden (vgl. u.a. Turner/Ash 1975; Cohen 1979; Urry 1990). Reisen ist hierbei meist als zirkuläre Bewegung aufgefasst worden: „[T]he last destination is the same as the point of origin: home“ (MacCannell 1999: 168). Das Zuhause markiert dann den Ausgangs- und Endpunkt einer Reise. Bislang hat es nur vereinzelt Versuche gegeben, diesen konzeptionellen Gegensatz zu lösen (vgl. Stock 2009; Pons 2003).⁵⁷ Doch mithilfe der Soziologie des Wohnens sind Reisen und Wohnen zusammen zu denken – auch auf Reisen kann gewohnt werden, auch auf Reisen können Orte zu Wohnorte und zu einem Zuhause werden.

Um *peer-to-peer* Wohntourismus vor diesem Hintergrund als eigenständiges Phänomen zu charakterisieren, werden im Folgenden zwei Annäherungen vorgenommen. Die erste erfolgt in Kapitel 3.1 und konzentriert sich auf die Besonderheit der Nutzung einer Wohnung als *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit. Es wird insbesondere die Rolle der Onlineplattformen herausgearbeitet, indem ihre netzwerkartige Organisation der Vermittlungstätigkeit als *hospitality network* und weiterführend als Infrastruktur (vgl. u.a. Star/Ruhleder 1996; Bowker/Timmermans/Star 1996; Star 2002) gekennzeichnet wird. Die zweite Annäherung nimmt Kapitel 3.2 vor, indem es sich mit dem Stellenwert von Authentizität in Bezug auf das Wohnen und die Wohnung auseinandersetzt. Das abschließende Kapitel 3.3 fasst die zentralen Ergebnisse dieser beiden Annäherungen zu fünf kennzeichnenden Dimensionen von *peer-to-peer* Wohntourismus zusammen.

⁵⁷ Wenn der vorherrschende konzeptionelle Gegensatz zwischen Wohnen und Reisen innerhalb der Tourismuswissenschaften als problematisch kritisiert wird, findet sich oftmals ein Verweis auf die Arbeit des Historikers James Clifford. Dieser hat sich schon Ende der 1990er Jahre dafür ausgesprochen, Wohnen und Reisen stärker miteinander in Bezug zu setzen und schlägt hierfür die beiden Termini „traveling-in-dwelling“ und „dwelling-in-traveling“ vor (vgl. Clifford 1997: 36). Allerdings arbeitet er diesen Vorschlag nicht aus, es fehlt sowohl an einer dezidierten Konzeption von Wohnen und Reisen als auch an einer konkreten Definition der zwei Termini.

3.1 *Peer-to-peer* Unterkünfte und *hospitality networks* als Infrastrukturen

Innerhalb der Tourismusforschung ist die Reiseunterkunft bislang vornehmlich aus einer wirtschaftlichen und marketingzentrierten Perspektive heraus untersucht worden. Es finden sich beispielsweise Studien zur Zufriedenheit von Hotel-Gästen (vgl. u.a. Ariffin 2013; Ariffin/Atefeh 2012, Countryman/Jang 2006) oder es werden Strategien zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit in Konkurrenz mit anderen Anbietern im Beherbergungssektor entwickelt (vgl. u.a. Mody/Suess/Lehto 2017; Zervas/Proserpio/Byers 2017; Richard/Cleveland 2016). Diese Arbeiten erkennen zwar durchaus die Relevanz einer Unterkunft an, allerdings resultiert diese für sie aus einem primär gewerblichen Nutzeffekt. Demgegenüber ist die Unterkunft im „*peer-to-peer* Wohntourismus“ zentrale Komponente dieses Phänomens. Von ihr ausgehend, etabliert sich eine neue Art von Tourismus. Aus diesem Grund ist aufzuzeigen, worin ihre kennzeichnenden Besonderheiten liegen, die diesen herausragenden Stellenwert begründen. In diesem Kapitel wird dargelegt werden, dass diese Besonderheiten sich zum einen aus der Nutzung einer Wohnung als Reiseunterkunft ergeben und zum anderen aus den infrastrukturellen Bedingungen ihrer Art der Vermittlung herrühren.

Die *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit zeichnet sich vorrangig dadurch als Reiseunterkunft aus, weil es sich hierbei um die Wohnung eines anderen Menschen handelt. Das Ausmaß, mit dem diese Erschließung von Wohnungen für die Beherbergung von Reisenden weltweit durch die betreffenden Onlineplattformen realisiert wird, ist neu. Die grundsätzliche Idee, Wohnungen als Übernachtungsmöglichkeiten zu nutzen, ist indes nicht erst durch das Aufkommen der Onlineplattformen etabliert worden. Schon zuvor gab es Unterkünfte, bei denen sich die Reiseunterkunft im selben Haus wie die Wohnung der Gastgeber*innen befindet. Hierzu zählen Frühstückspensionen, Fremdenzimmer oder kleine familiengeführte Gästehäuser.

Innerhalb der Tourismusforschung wurde diese Art der Unterkunft als „commercial home“ gekennzeichnet (vgl. Lynch 2005a, 2005b, 2005c, 2000; Tucker/Lynch 2005; Lynch/MacWhannell 2000). Unter diese Bezeichnung fallen Übernachtungsmöglichkeiten „where visitors or guests pay to stay in private homes, where interaction takes place with a host and/or family usually living upon the premises and with whom public space is, to a degree, shared“ (Lynch 2005a: 534). Im Gegensatz zu den Unterkünften im *peer-to-peer*

Wohntourismus werden *commercial homes*⁵⁸ vor allem über Touristeninformationen vermittelt (vgl. Di Domenico 2008; Tucker/Lynch 2005). Als Forschungsfeld sind *commercial homes* vornehmlich zu Beginn der 2000er Jahre durch Studien des neuseeländischen Professors für Tourismus Paul Lynch etabliert worden. Seit mehreren Jahren wird die Forschung nicht weiter vorangetrieben, weswegen es sich um ein relativ kleines Forschungsgebiet handelt, bei dem digitale Einflüsse noch keine Einflüsse spielen.⁵⁹

Für die Arbeit zu *peer-to-peer* Wohntourismus erweist sich dieser wenig beachtete Forschungsstrang als wichtige erste theoretische Orientierung, da er sich als einziger systematisch mit der Nutzung einer Wohnung als Reiseunterkunft beschäftigt hat. *Commercial homes* sind folglich als Wegbereiter der weltweit verbreiteten Nutzung von *peer-to-peer* Unterkünften zu verstehen.

Die Forschung zu *commercial homes* erkennt die Einzigartigkeit dieser Art der Unterkunft in ihrer Individualität. Diese führt sie auf die enge Beziehung zwischen dem *commercial home* und seinen Betreiber*innen zurück. Eine Studie führt dies wie folgt aus:

„The nature and construction of the commercial home experience provided for guests is to a large extent determined by the homeowner and occupants; their personality, motivations, expectations, experience, interpersonal skills, own tidiness and style, management strategies, tolerance and attempts to make the accommodation experience ‘homely’“ (McIntosh/Harris 2009: 89).

Neben persönlichen Charaktereigenschaften, den Motivationen für das Betreiben eines *commercial homes* und den individuellen Sozialkompetenzen der jeweiligen Gastgeber*innen, bestimmt folglich auch der Einrichtungsstil der Wohnung sowie der herrschende Grad von

⁵⁸ Die Arbeit verwendet den englischen Begriff, da eine Übersetzung vor dem Hintergrund der erarbeiteten Soziologie des Wohnens problematisch ist. Schließlich ist herausgearbeitet worden, dass nicht jede bewohnte Wohnung automatisch als ein Zuhause zu verstehen ist (vgl. Kapitel 2.1.4; Kapitel 2.1.5). Ein Zuhause bedarf einer starken positiven Beziehung zwischen Wohnort und Bewohner*innen (vgl. Kapitel 2.1.5). Wenn nicht dargelegt wird, ob eine solche Bindung besteht, wäre für die Übersetzung von „commercial home“ folglich „kommerzielle Wohnung“ vorzuziehen. Dies entfernt sich jedoch zu weit von der originalen Begriffswahl.

⁵⁹ Zum Zeitpunkt der Etablierung des Forschungsfeldes richtete sich der allgemeine Fokus der Tourismuswissenschaften verstärkt auf die zunehmenden Globalisierungsprozesse und ihre Auswirkungen auf das Reisen (vgl. Vukonić 2012: 20f.), sodass die Forschung zu *commercial homes* innerhalb der Tourismuswissenschaften wenig Resonanz erfahren hat. Ein weiterer Grund für die Übersichtlichkeit des Forschungsfeldes ist, dass die Übernachtung im *commercial home* im Vergleich mit anderen Unterbringungsmöglichkeiten eine Nische konstituierte. Zusätzlich ist die starke Abhängigkeit des Feldes von Lynchs wissenschaftlichem Interesse anzuführen. Seit sich dieser sich im Jahr 2011 anderen thematischen Schwerpunktsetzungen zuwandte, sind *commercial homes* nicht weiter untersucht worden.

(Un)Ordnung wesentlich über das Gasterlebnis. Um diese umfassende Einflussnahme der Betreiber*innen auf das *commercial home* zu betonen, wurden die Gastgeber*innen mitunter als „lifestyle entrepreneurs“ bezeichnet (vgl. u.a. Mottiar/Laurincikova 2009; Lynch 2005a; Ateljevic/Doorne 2000).⁶⁰

Da Gäste sich im selben Haus oder in derselben Wohnung wie ihre Gastgeber*innen aufhalten, ist zudem auf die Notwendigkeit räumlicher Grenzziehungen im *commercial home* verwiesen worden (vgl. McIntosh/Lynch/Sweeney 2011; Benmore 2009). Den Betreiber*innen wurde diesbezüglich eine eindeutige Vormachtstellung attestiert: Sie bestimmen darüber, wem sie Zutritt zu ihrem *commercial home* gewähren, welche Zimmer durch die Gäste genutzt werden dürfen und welche Hausregeln es zu beachten gilt (vgl. Benmore 2009; Lynch 2005c: 537). Ein Beispiel für eine räumliche Grenzziehung ist das Verschließen einer Zimmertür, welches den Gästen das Betreten dieses Zimmers erkennbar untersagt (vgl. Darke/Gruney 2000).

Die enge Beziehung zwischen dem *commercial home* und seinen Betreiber*innen ist genutzt worden, um die Individualität dieser Art der Unterkunft hervorzuheben und sie von klassischeren Übernachtungsmöglichkeiten wie den Angeboten von Hotel- oder Hostelbetrieben zu unterscheiden (vgl. u.a. McIntosh/Lynch/Sweeney 2011; Benmore 2009; O’Gormann/Lynch 2009; Lynch 2005b, 2005c).

Werden diese Ergebnisse aus der Perspektive der Soziologie des Wohnens betrachtet, ist die besondere Relevanz der Gastgeber*innen auf ihre Rolle als reguläre Bewohner*innen zurückzuführen. Durch die dort stattfindenden Praktiken des (Be)Wohnens prägen sie ihre Wohnungen und schreiben ihr Spuren ihres *life narratives* ein (vgl. Kapitel 2.1.4; Kapitel 2.2.2; Kapitel 2.2.3). Sie haben die Wohnung durch einen langfristigen Besitzanspruch zu einem Wohnort werden lassen. Die taktischen Wohnpraktiken bespielen die Ordnung dieses Ortes zwar stets situativ, dafür jedoch über einen längeren Zeitraum. Empfinden sie ihre

⁶⁰ Die Begriffswahl soll zudem zum Ausdruck bringen, dass es nicht ausschließlich der finanzielle Gewinn ist, welcher Gastgeber*innen motiviert, ihre Wohnung als *commercial home* anzubieten. Laut empirischen Studien überwogen persönliche Vorteile in Bezug auf die eigene Lebensführung (vgl. Carmichael/McClinchey 2009; Lynch/Di Domenico/Sweeney 2007). Dies galt vor allem für Gastgeberinnen, welche laut der Untersuchungen einen Großteil der kommerziellen Wohnungen anboten (vgl. Harris/McIntosh/Lewis 2007; Lynch/MacWhannell 2000). Sie sahen in ihrer Tätigkeit mitunter die Chance, Familie und Beruf leichter miteinander vereinen zu können (vgl. Mottiar/Laurincikova 2009) oder werteten sie als Moment der Emanzipation (vgl. Acharya/Halpenny 2013; Di Domenico 2008).

Wohnung zusätzlich noch als Zuhause, dann ist dieser Wohnort umso stärker emotional aufgeladen (vgl. Kapitel 2.1.5).

Die Relevanz räumlicher Grenzziehungen ergibt sich aus dem gemeinsamen Bewohnen und Wohnen von Gast und Gastgeber*in (vgl. Kapitel 2.2.3). Denn den gewonnenen Erkenntnisse der Soziologie des Wohnens zufolge, wohnen Gäste für ihre Aufenthaltsdauer in dieser Art der Unterkunft. Mit ihrer Ankunft stellen sie einen Besitzanspruch an den Wohnort ihrer Gastgeber*innen, sie nutzen ihn für relationalen Wohnraumkonstitutionen (vgl. Kapitel 2.3). Als reguläre und temporäre Bewohner*innen müssen sich Gastgeber*in und Gast daher nicht nur mit den vorherrschenden Strukturen einer Wohnung als Ort auseinandersetzen, sondern ebenfalls die Inbesitznahmen und taktischen Wohnpraktiken der jeweils anderen Person berücksichtigen. Bei möglichen Aushandlungsprozessen haben die Gastgeber*innen als reguläre Bewohner*innen und Betreiber*innen des *commercial homes* eine Vormachtstellung. Dies impliziert allerdings nicht, die Gäste über keinerlei Möglichkeiten der Einflussnahme verfügen.⁶¹ Als temporäre Bewohner*innen können auch sie beispielsweise darüber bestimmen, wann sie die Tür zu ihrem Zimmer schließen.

Des Weiteren werden in dem zuvor angeführten Zitat die Bemühungen der Betreiber*innen, ihr *commercial home* für Gäste möglichst gemütlich („homely“) erscheinen zu lassen, erwähnt. Unter Rückgriff auf die Soziologie des Wohnens werden diese als Versuche des Managements von Atmosphären gedeutet (vgl. Kapitel 2.1.2). Als „eigene Stofflichkeit des Räumlichen“ (Löw 2001: 208) sind Atmosphären als wichtiges Element der relationalen Konstitution von Raum identifiziert worden (vgl. Kapitel 2.1.2). Gemütlichkeit ist darüber hinaus neben Entspannung, Intimität, Sicherheit, Vertrautheit und Geborgenheit als eine derjenigen Atmosphären aufgeführt worden, welche in positiven Deutungen ein Zuhause kennzeichnen (vgl. Kapitel 2.1.5). Sollen Gäste sich im *commercial home* wohlfühlen, können Betreiber*innen versuchen, die Entstehung derartiger Atmosphären zu fördern. Durch diese Versuche des Managements von Atmosphären, unterstützten sie demnach potenziell, dass Gäste das *commercial home* kurzzeitig zu ihrem Zuhause werden lassen.

Für die Kennzeichnung der Unterkünfte im *peer-to-peer* Wohntourismus folgt aus diesen Überlegungen, dass sich die Besonderheit der Übernachtungsmöglichkeit vornehmlich aus

⁶¹ Es ist überraschend, dass die *commercial-home*-Forschung die Möglichkeiten räumlicher Grenzziehungen durch Gäste nicht berücksichtigt hat. Vor allem, weil in der Tourismusforschung zum damaligen Zeitpunkt der Etablierung des Forschungsfeldes vielfach auf die Praktiken der Aneignung von Räumen und Orten durch Reisende, durch Besucher*innen und durch Gäste verwiesen worden ist (vgl. u.a. Pott 2007; Edensor 2001; Crouch/Aronsson/Wahlström 2001; Urry 1995).

ihrer besonderen Beziehung zu den Gastgeber*innen ergibt. Als reguläre Bewohner*innen prägen sie diese durch Praktiken des (Be)Wohnens, die Wohnung erscheint damit als Ausdruck ihrer individuellen Persönlichkeit. Durch die Öffnung der Wohnung für Reisende lassen sie diesen Ort für kurzzeitige Praktiken des (Be)Wohnens zugänglich werden, wodurch räumliche Grenzziehungen und deren Aushandlungen zwischen Gastgeber*in und Gast notwendig werden können. Durch Versuche des Managements von Atmosphären können Gastgeber*innen die Wahrnehmung ihrer Wohnung als temporäres Zuhause der Gäste unterstützen.

Diese Schlussfolgerungen lassen sich ebenfalls für die weiterführende Erläuterung der Ergebnisse der Untersuchungen einzelner Fallbeispiele im *peer-to-peer* Wohntourismus heranziehen. Bei Couchsurfing hatten Gäste beispielsweise erklärt, dass sie die „commodified, standardized, and impersonal nature of commercial hotels“ (Germann Molz 2013: 223) ablehnen. Die Deutung eines Hotels als unpersönlich resultiert aus der Abwesenheit regulärer (Be)Wohnpraktiken. Einrichtung und Ausstattung sind normiert, sie spiegeln kein individuelles *life narrative* wider. Aus diesem Grund ist die „nicht standardisierte Gestaltung der Unterkunft“ (Kagermeier/Köller/Stors 2015: 128), wie sie in Hinblick auf Airbnb-Unterkünfte beschrieben wurde, für *peer-to-peer* Wohntourismus ein zentrales Merkmal.

Eine zweite wesentliche Eigenschaft, durch welche sich die Übernachtungsmöglichkeiten im *peer-to-peer* Wohntourismus auszeichnen, ist die Art ihrer Vermittlung. Die betreffenden Onlineplattformen übernehmen diese, indem sie ihre weltweiten User*innen netzwerkartig miteinander verbinden. Diese Organisationsform ist als „hospitality network“ bezeichnet worden (vgl. u.a. Decorp et al. 2017; Mikołajewska-Zajac 2016; Forno/Garibaldi 2015; Grit/Lynch 2011).⁶² Betreiber*innen dieser Netzwerke sind Unternehmen oder Organisationen,

⁶² Neben dem hier gewählten Begriff, finden sich in der wissenschaftlichen Literatur eine Vielzahl ähnlicher Begriffsvorschläge zur Erfassung dieser Art der Organisation durch Onlineplattformen. Beispiele sind unter anderem „hospitality exchange networks“ (vgl. Chen 2017), „online hospitality exchange networks“ (vgl. Germann Molz 2012b, 2014), „online hospitality exchange platforms“ (vgl. Schöpf 2015), „hospitality exchange platforms“ (vgl. Lampinen 2016) oder „technologies of hospitality“ (vgl. Bialski 2011, 2012a). Bislang hat sich keiner dieser Bezeichnungen als dominant behaupten können. In der vorliegenden Arbeit wird „hospitality network“ deswegen der Vorzug gegeben, weil dieser Terminus bislang am häufigsten verwendet wird (vgl. u.a. Decorp et al. 2017; Mikołajewska-Zajac 2016; Forno/Garibaldi 2015; Grit/Lynch 2011).

welche die Mitgliedschaft und Nutzung eines *hospitality networks*⁶³ als kostenpflichtig oder kostenlos bestimmen.

Unabhängig vom spezifischen Geschäftsmodell attestiert die Soziologie Jennie Germann Molz diesen Netzwerken die Förderung eines neuen Paradigmas im Tourismus, die Entstehung der „network hospitality“⁶⁴ (vgl. Germann Molz 2014). Das radikal Neue erkennt sie dabei in der Ermöglichung von „flexible peer-to-peer (rather than corporation-to-customer) exchanges of the material resources of hospitality“ (ebd.). Diese Kennzeichnung stützt zwar durchaus die These, dass *peer-to-peer* Wohntourismus als eigenständiges Phänomen zu adressieren sei, doch arbeitet sie die umfassenden Implikationen der Vermittlung durch diese Netzwerke noch nicht ausreichend heraus.

Um diesen Aspekt weiter zu erörtern, deutet die vorliegende Arbeit die *hospitality networks* der Onlineplattformen als Infrastrukturen des *peer-to-peer* Wohntourismus. Hierfür greift sie auf eine soziologisch-fundierte Definition von Infrastruktur zurück, die vor allem von Susan Leigh Star in Zusammenarbeit mit Karen Ruhleder und Geoffrey C. Bowker etabliert worden ist (vgl. Star/Ruhleder 1996; Bowker/Timmermans/Star 1996; Star 1999, 2002; Star/Bowker 2002). Es werden zwei Merkmale, Praxisgemeinschaften und die Bedeutung von

⁶³ Es wird an dem englischen Begriff festgehalten, da dem Wort „hospitality“ eine besondere Zweideutigkeit inhärent ist. Er bezeichnet zum einen das Empfangen anderer Menschen im Sinne von (kostenloser) Gastfreundschaft; zum anderen steht er für gewerbliche Angebote, bei denen es um die kostenpflichtige Unterhaltung, Beherbergung und/oder Bewirtung von Gästen geht. In der deutschen Übersetzung mit „Gastfreundschaft“ wird die zweite Bedeutung nicht ausreichend herausgestrichen. Doch da im *peer-to-peer* Wohntourismus sowohl kostenpflichtige als auch kostenlose Onlineplattformen existieren, sind beide Bedeutungen relevant.

⁶⁴ Wie bereits in der vorherigen Fußnote erklärt, wird aufgrund der Doppeldeutigkeit der Wortbedeutung von „hospitality“ auf eine Übersetzung ins Deutsche verzichtet. Germann Molz wählt diesen Begriff in Anlehnung an das Konzept der „Netzwerk-Sozialität“ des Kulturwissenschaftlers Andreas Wittel. Ausgehend von der Beobachtung, dass technologische Netzwerke sich zunehmend als Form der Organisation von Gesellschaft behaupten konnten, nutzt Wittel dieses Konzept, um soziale Beziehungen innerhalb dieser Netzwerke zu beschreiben (vgl. Wittel 2006: 164ff.). Germann Molz arbeitet die Eigenschaften der Netzwerk-Gastfreundschaft entlang der von Wittel identifizierten Merkmale von Netzwerk-Sozialität heraus (vgl. Germann Molz 2014).

Standardisierungen, als Kernelemente dieser Definition herausgegriffen und auf die Deutung der *hospitality networks* als Infrastrukturen des *peer-to-peer* Wohntourismus bezogen.⁶⁵

In der soziologischen Infrastrukturforschung ist ein Infrastrukturen stets in Verbindung mit ihrer sogenannten Praxisgemeinschaft („community of practice“)⁶⁶ zu analysieren (vgl. Star/Ruhleder 1996: 131; Star 1999: 381, 2002: 117; Bowker/Timmermans/Star 1996: 350). Dies ergibt sich daraus, dass Infrastrukturen als relational und praxeologisch verstanden werden – Infrastruktur „never stands apart from the people who design, maintain and use it“ (Star/Bowker 2002: 151). Da diese verschiedenen Personengruppen durch dieselbe Infrastruktur bei dem Vollziehen spezifischer Praktiken unterstützt werden, bilden sie zusammen eine Praxisgemeinschaft. Diese besteht unabhängig von körperlicher Kopräsenz und deutlich sichtbaren Grenzziehungen, da die Auseinandersetzung mit und die Nutzung von derselben Infrastruktur als ausschlaggebend für die Mitgliedschaft in einer Praxisgemeinschaft gewertet wird (vgl. Star/Ruhleder 1996: 131; Star 1999: 381).

Da der Sinn und Zweck einer Infrastruktur den Mitgliedern einer Praxisgemeinschaft klar ist, erscheint sie während der Nutzung als derart selbstverständlich, dass sie von ihnen als

⁶⁵ Die Konzentration auf die Kernelemente erfolgt deswegen, weil in den betreffenden Publikationen unterschiedliche Angaben zur Anzahl der charakteristischen Dimensionen von Infrastrukturen angeführt werden, sodass es in dieser Hinsicht keine einheitliche Definition gibt. Anfangs identifizieren Star und Ruhleder in *Steps Toward an Ecology of Infrastructure: Design and Access for Large Information Spaces* (1996) insgesamt acht Dimensionen, in einer Publikation desselben Jahres werden hingegen nur sechs Merkmale hervorgehoben (vgl. Bowker/Timmermans/Star 1996). In späteren Arbeiten stellt Star neun kennzeichnende Dimensionen von Infrastrukturen heraus (vgl. Star 1999, 2002) und verweist in *How to Infrastructure* (2002) zusammen mit Bowker wiederum auf nur acht Merkmale von Infrastrukturen. In Anbetracht dieser variierenden Anzahl von identifizierten Dimensionen hat die vorliegende Arbeit über die verschiedenen Publikationen hinweg Kernelemente identifiziert. Auf ebenebene stützt sich die Deutung von *hospitality networks* als Infrastrukturen des *peer-to-peer* Wohntourismus.

⁶⁶ Der Begriff übernehmen Star und ihre Kolleg*innen aus einer Arbeit von Jean Lave und Étienne Wenger, die mit diesem Dynamiken und Prozesse von situativem Lernen beschreiben (vgl. Lave/Wenger 1991).

unsichtbar wahrgenommen wird (vgl. Star/Ruhleder 1996: 113; Star/Bowker 2002: 152; Gießmann/Taha 2017: 57).⁶⁷

Neben der Praxisgemeinschaft, zeichnen sich Infrastrukturen des Weiteren durch ihnen eigene Standardisierungen aus. Diese unterstützten die Mitglieder der Praxisgemeinschaft zwar in Hinblick auf das Ausführen spezifischer Praktiken, verhindern und unterdrücken dabei zugleich jedoch andere Handlungsmöglichkeiten (vgl. Star/Bowker 2002: 154; Stäheli/Stähle 2014: 15). Dadurch wirken die in einer Infrastruktur inkorporierten Standardisierungen disziplinierend auf die Mitglieder einer Praxisgemeinschaft (vgl. Star/Ruhleder 1996: 113; Star 1999: 381). Aufgrund der engen Verbindung von Infrastruktur und Praxisgemeinschaft haben die Mitglieder allerdings die Möglichkeit, mithilfe ihrer lokalen Praktiken die in eine Infrastruktur eingeschriebenen Standardisierungen zu verändern (vgl. Star 1999: 382, 2002: 117). Infrastrukturen sind somit als „lernende Prozesse“ zu begreifen, welche auf Feedback reagieren und dementsprechend editiert werden können (vgl. Niewöhner 2014: 345).

Standardisierungen ermöglichen der Infrastruktur darüber hinaus ein „reach beyond a single event or one-site practice“ (Star 1999: 381). Denn obwohl eine Infrastruktur aufgrund ihres relationalen Charakters im Moment der Interaktion aktualisiert wird, reicht sie zeitlich und räumlich über diesen hinaus (vgl. Gießmann/Taha 2017: 57).

Im *peer-to-peer* Wohntourismus sind es die *hospitality networks*, die das Inserieren, Suchen und Finden von Reiseunterkünften und damit den Kontakt zwischen Gastgeber*in und Gast organisieren. Sie als Infrastrukturen dieser Art des Tourismus zu verstehen, impliziert, dass ihre User*innen genauso wie die sie betreibenden Unternehmen oder Organisationen als Praxisgemeinschaft zu fassen sind. Mit der Anmeldung bei einer spezifischen Onlineplattform werden die User*innen Teil des *hospitality networks* und nutzen es, um *peer-to-peer*

⁶⁷ Für Nicht-Mitglieder könne, so Star, eine Infrastruktur diese Selbstverständlichkeit jedoch nicht behaupten: „Strangers and outsiders encounter infrastructure as a target object to be learned about“ (Star 1999: 381). Darüber hinaus gebe es ebenfalls Situationen, in denen Infrastrukturen ihre Selbstverständlichkeit auch für die Mitglieder einer Praxisgemeinschaft verlieren könnten – etwa in Momenten des Zusammenbruchs oder Nicht-Funktionierens von Infrastrukturen (vgl. Star/Ruhleder 1996: 113; Star 1999: 382; Star/Bowker 2002: 152). Diese Momente und ihre Implikationen haben in der wissenschaftlichen Rezeption stets besondere Aufmerksamkeit und Kritik erfahren (vgl. u.a. Graham/Thrift 2007; Larkin 2013; Berlant 2016). Dies mag vor allem daher rühren, dass Infrastrukturen in Momenten ihres Zusammenbruchs ihre gesamte Wirkmächtigkeit retrospektiv bewusst werden lassen (vgl. Berlant 2016: 403). Für die Kennzeichnung der *hospitality networks* als Infrastrukturen des *peer-to-peer* Wohntourismus spielt dies jedoch eine untergeordnete Rolle, da die Bedingungen der Vermittlungstätigkeit und ihre damit einhergehende Macht mithilfe der im obigen Text identifizierten Dimensionen adäquat theoretisch erschlossen werden kann.

Unterkünfte anzubieten oder zu finden. Die Unternehmen und Organisationen sind hingegen insofern Mitglieder der Praxisgemeinschaft, als sie die jeweiligen *hospitality networks* betreiben und verwalten. Da ein solches Verständnis von Gemeinschaft diese aus der Abhängigkeit von körperlicher Anwesenheit löst, ist im Hinblick auf *peer-to-peer* Wohntourismus besonders entscheidend: Die *hospitality networks* verbinden Mitglieder aus unterschiedlichen Städten, Gemeinden und Ländern miteinander. Die jeweiligen Praxisgemeinschaften der verschiedenen *hospitality networks* sind demnach nicht an spezifische territoriale Grenzen gebunden.

Analog zu den vorherigen Ausführungen, sind derartige Gemeinschaften vornehmlich durch die ihr eigenen Standardisierungen zu kennzeichnen. Diese werden ihnen durch das jeweilig genutzte *hospitality network* eingeschrieben. Für die Untersuchung von *peer-to-peer* Wohntourismus ergibt sich hieraus eine entscheidende Implikation: Die Analyse der Praxisgemeinschaft einer spezifischen Onlineplattform muss über die Erforschung der dieser Gemeinschaft inhärenten Standardisierungen erfolgen.⁶⁸ Sie muss die inkorporierten Normierungen und Festsetzungen des *hospitality networks* offenlegen.

Im *peer-to-peer* Wohntourismus werden die infrastrukturellen Standardisierungen auf zwei unterschiedliche Weisen festgesetzt, artikuliert und in Bezug auf die Praxisgemeinschaft wirkmächtig. Zum einen durch Algorithmen und zum anderen durch die Implementierung von Tools.

Die Algorithmen der *hospitality networks* diktieren im *peer-to-peer* Wohntourismus die Bedingungen des Teilens von Unterkünften. Sie werden von den Betreibern einer Onlineplattform programmiert und bestimmen dann als infrastrukturelle Standardisierung beispielsweise nicht nur darüber, welche User*innen bei einer Suche nach verfügbaren Unterkünften in einer Destination als Ergebnis angezeigt werden, sondern auch, in welcher Reihenfolge diese Ergebnisse zu sortieren sind (vgl. Stors et al. 2019; Frisch/Stoltenberg

⁶⁸ Diese Implikation ist für die durchgeführte Untersuchung maßgeblich und wird daher im Zuge der Reflexion zentraler Entscheidungen im Forschungsprozess erneut aufgegriffen (vgl. Kapitel 4.1).

2017; Bialski 2016; Germann Molz 2014).⁶⁹ Nach welchen konkreten Parametern Such- und Filteralgorithmen diese Entscheidungen treffen, variiert je nach betrachtetem *hospitality network*.⁷⁰ Doch durch diese Kontrolle von (Un)Sichtbarkeiten nehmen sie im *peer-to-peer* Wohntourismus gravierenden Einfluss auf die Begegnungen zwischen Host und Gast.

Zusätzlich ist auf eine imaginierte Wirkung von Algorithmen verwiesen worden (vgl. Bucher 2017), die es im *peer-to-peer* Wohntourismus ebenfalls zu berücksichtigen gilt.⁷¹ Im Umgang mit einer Onlineplattform entwickeln User*innen demnach Vorstellungen und Annahmen darüber, wie ein spezifischer Algorithmus wirkt. Diese imaginären Algorithmen erweisen sich nicht minder wirkmächtig als die konkreten, da sie ebenfalls starken Einfluss auf Verhaltensweisen von User*innen ausüben (vgl. Bucher 2017; Beer 2017).

Als Ausdruck weiterer infrastruktureller Standardisierungen ist die technologische Implementierung von Tools zu nennen. Diese umfassen „technical protocols that enable, constrain, and shape user behavior“ (Bossetta 2018: 471), und sind fester Bestandteil der *hospitality networks*. Als Beispiel ist die Einführung eines reziproken Bewertungssystems zu nennen, welches jede der Onlineplattformen im *peer-to-peer* Wohntourismus kennzeichnet (vgl. u.a. Frisch/Stoltenberg 2017; Ert/Fleischer/Magen 2016; Bialski/Batorski 2010). User*innen erhalten dadurch die Möglichkeit, sich nach einem Aufenthalt gegenseitig zu bewerten und über erhaltene Bewertungen wird ihre digitale Reputation kreieren (vgl. Frisch/Stoltenberg 2018; Bridges/Vásquez 2016; Hung/Wu/Chen 2014). Unerwünschtes Verhalten, das heißt von geltenden Normen abweichendes Verhalten, kann mithilfe einer negativen

⁶⁹ Die Macht der Algorithmen, die sich insbesondere an der Filterfunktion von Suchergebnissen zeigt, ist kein alleiniges Merkmal von *hospitality networks*. Der Medienwissenschaftler Geert Lovink legt in *Networks Without a Cause: A Critique of Social Media* (2011) unter anderem am Beispiel der Suchmaschine Google eindrücklich dar, wie Unternehmen im Web 2.0 die Aufbereitung und Filterung von verfügbaren Daten und Informationen kontrollieren und plädiert infolge dessen für eine Aufklärung der Internetnutzer*innen über die angewandte „filter architecture“ (Lovink 2011: 34).

⁷⁰ Aufgrund der Vielzahl an Anbietern ist dies gerade unter den kostenpflichtigen Plattformen meist wohlgehetetes Betriebsgeheimnis. Im Zuge der durchgeführten Feldforschung zu Airbnb wurde beispielsweise beim Besuch des Firmenhauptsitzes in San Francisco erst nach der Unterzeichnung einer Verschwiegenheitsklausel und auch dann nur recht oberflächlich über einige der Funktionslogiken und Entscheidungsparameter der Such- und Filteralgorithmen berichtet (vgl. Kapitel 4.1).

⁷¹ Die Kraft des Imaginären betont auch der Soziologe David Beer, wenn er darüber reflektiert, wie die soziale Macht von Algorithmen zu bemessen sei: „[W]hen thinking about the power of the algorithm, we need to think not just about the impact and consequences of code, we also need to think about the powerful ways in which notions and ideas about the algorithm circulate through the social world“ (Beer 2017: 2).

Bewertung sanktioniert werden. Die daraus folgende geschwächte Reputation schränkt dann die Möglichkeiten der zukünftigen Partizipation der User*innen stark ein (vgl. Frisch/Stoltenberg 2018: 90ff.; Germann Molz 2014).

Im Zuge der Erläuterungen zu den Standardisierungen von Infrastrukturen, war zudem auf ihre Wandelbarkeit verwiesen worden. Sie sind als „lernende Prozesse“ beschrieben, welche durch lokale Praktiken einer Praxisgemeinschaft modifiziert werden können. Wie die Ausführungen zu den infrastrukturellen Standardisierungen der *hospitality networks* veranschaulichen, kommt den betreibenden Unternehmen gegenüber den User*innen diesbezüglich eine deutlich stärkere Machtposition zu – denn sie programmieren und designen die Infrastruktur im *peer-to-peer* Wohntourismus. Allerdings kann ein Editieren auch in Reaktion auf Impulse aus der Gruppe der User*innen geschehen (vgl. Frisch/Stoltenberg 2017, 2018). Demnach gibt es im *peer-to-peer* Wohntourismus zwar durchaus eine deutliche Machtasymmetrie innerhalb der jeweiligen Praxisgemeinschaften, welche Unternehmen gegenüber den Nutzer*innen privilegiert, doch die Veränderbarkeit von Infrastrukturen ist nicht vollkommen losgelöst von den User*innen.⁷²

Abschließend lässt sich auch die ausgedehnte räumliche Reichweite und zeitliche Geltungsdauer der Infrastrukturen leicht auf die *hospitality networks* übertragen. Dadurch, dass sie ihre User*innen weltweit miteinander verbinden, sind sie nicht auf einzelne, individuelle Begegnungen und Momente beschränkt. Sie unterstützen als „unterliegende Struktur“ (Stäheli 2012: 113) die Vermittlung von Wohnungen als *peer-to-peer* Reiseunterkünfte.

Zusammenfassend ist vor dem Hintergrund dieser Ausführungen festzuhalten, dass die erste Annäherung an die kennzeichnende Beschreibung von *peer-to-peer* Wohntourismus drei Dimensionen besonders herausgearbeitet hat. Die erste Dimension ist Unterkunft selbst. Im *peer-to-peer* Wohntourismus zeichnet sie sich durch eine ihr eigene Individualität aus, die sich aus den regulären Praktiken des (Be)Wohnens der Gastgeber*innen ergibt. Als zweite Dimension ist die Bestimmung der *hospitality networks* als Infrastrukturen des *peer-to-peer* Wohntourismus anzuführen. Sie unterstreicht insbesondere den umfassenden Einfluss, welche

⁷² Ist ein *hospitality network* hinsichtlich seiner disziplinierenden Kraft beispielsweise zu restriktiv, verliert es seine Nutzer*innen – ohne Mitglieder einer *community of practice* werden Infrastrukturen aufgrund ihres relationalen und praxeologischen Charakters irrelevant.

infrastrukturelle Standardisierungen auf die Organisation der Vermittlung von Unterkünften sowie auf den Kontakt zwischen User*innen haben. Die dritte Dimension des *peer-to-peer* Wohntourismus sind Praxisgemeinschaften. Sie entstehen aufbauend auf den Infrastrukturen und umfassen die Betreiber ebenso wie die Nutzer*innen einer Onlineplattform.

Wie das nachfolgende Kapitel zeigen wird, ist *peer-to-peer* Wohntourismus als Phänomen durch diese drei Dimensionen noch nicht abschließend definiert. Daher wird eine zweite Annäherung vorgenommen, die sich mit dem Stellenwert von Authentizität in Bezug auf das Wohnen und die Wohnung auseinandersetzt.

3.2 Authentizität und Authentisierungen

Im *peer-to-peer* Wohntourismus inszenieren die Betreiber der *hospitality networks* das Versprechen des Erlebens von Authentizität besonders stark. Auf der Startseite der Onlineplattform Wimdu bietet das betreibende Unternehmen Interessierten beispielsweise „authentische Übernachtungsmöglichkeiten“ und stellt fest: „[W]er das Lebensgefühl einer Stadt sucht, der wohnt besser nicht in einer anonymen, überkauften Hotelkette“ (Wimdu META GmbH 2020). Ähnlich wird auf der Startseite von 9flats argumentiert. Sie richtet sich an diejenigen, die nach einer „authentischen und zugleich günstigen Unterkunft“ (9flats PTE 2020) suchen. Denn mit solch einer Unterkunft, so das Versprechen, können sie „die Welt durch die Augen eines Einheimischen [entdecken]“ (ebd.). Ausgehend von dieser auffälligen Betonung der Authentizität von Unterkünften und des besuchten Ortes, widmet sich dieses Kapitel der zweiten Annäherung an die Bestimmung des Phänomens *peer-to-peer* Wohntourismus. Es stellt drei Arten von Authentisierungen, das heißt der Zuschreibung von Authentizität, als charakteristisch für diesen Tourismus heraus.

Zunächst ist zu betonen, dass Fragen nach Authentizität innerhalb der Tourismuswissenschaften grundsätzlich an eine langanhaltende kontrovers geführte Debatte anknüpfen. Wie in den einleitenden Worten der vorliegenden Arbeit bereits dargelegt, markieren die Diskussionen um die Definition von Authentizität, ihren Stellenwert im Tourismus sowie um die (Un)Möglichkeit ihres Erlebens durch Reisende eine der klassischen Themenfelder in der Tourismusforschung und ihrer Theorie (vgl. u.a. Ricky-Boyd 2013; Lau 2010; Reisinger/Steiner 2006; Steiner/Reisinger 2006; Wang 1999; Pearce/Moscardo 1986; MacCannell 1973).

Hinsichtlich der Definition von Authentizität haben sich vor allem drei Deutungen herauskristallisiert, die diesen Begriff jeweils ganz unterschiedlich bestimmen. In *Rethinking Authenticity in Tourism Experience* (1999) gibt der Soziologe Ning Wang einen Überblick über diese drei Konzeptionen. Demnach ist zwischen einer „objektbezogenen Authentizität“, einer „konstruktiven Authentizität“ und einer „existentiellen Authentizität“ zu unterscheiden (vgl. Wang 1999: 352). Wird Authentizität als objektbezogen angenommen, ist diese als eine Eigenschaft von Gegenständen zu verstehen. Sie beschreibt dann deren Echtheit und gründet auf „a museum-linked usage of the authenticity of the originals“ (ebd.: 351). Problematisch an

diesem Verständnis ist, dass es stark normativ aufgeladen ist (vgl. Stoltenberg 2019: 110). Authentizität wird als ein objektives und damit messbares Attribut gefasst.

Demgegenüber erklären Ansätze, die von einer konstruktiven Authentizität ausgehen, dass Authentizität relational sei. Sie werde durch Reisende konstruiert und einem Objekt zugeschrieben. Gegenstände sind demnach authentisch, „because they are constructed as such in terms of points of view, beliefs, perspectives, or powers“ (Wang 1999: 351). Wie auch im Fall objektbezogener Authentizität, steht dabei die Frage im Zentrum, ob ein Objekt authentisch sei.

Wenn Authentizität als existenzielle Authentizität verstanden wird, ist sie von dieser Frage gelöst. Statt die Authentizität von Objekten festzusetzen, richtet sie sich auf die individuellen Erfahrungen und Erlebnisse von Reisenden. Wang erläutert, dass Reisende existentielle Authentizität im Zuge von Aktivitäten, die auf Schwellenerfahrungen („liminal experiences“) aufbauen, erleben (vgl. ebd.). Eine solche Erfahrung tritt ein, wenn „people feel they themselves are much more authentic and more freely self-expressed than in everyday life, [...] because they are engaging in non-ordinary activities“ (ebd.: 351f.). Er bezeichnet diese Definition von Authentizität daher auch als „activity-related authenticity“ (ebd.: 352). Kritisch an dieser Konzeption ist, dass sie annimmt, dass Authentizität ausschließlich über die Erfahrung einer besonders ausgeprägten Differenz erlebt werden kann. Zudem verliert sie den Blick dafür, dass die Zuschreibung von Authentizität zu Objekten im Tourismus gängige Praxis ist – dies haben die eingangs angeführten Beispiele eindrücklich illustriert.

In Reaktion auf die konzeptuellen Schwierigkeiten, die jede dieser drei verschiedenen Deutungen von Authentizität aufweist, nehmen aktuellere Arbeiten Abstand von dem Versuch, eine absolute Definition von Authentizität zu entwickeln. Da sie dennoch eine grundsätzliche Wirkmächtigkeit von Authentizität als Versprechen im Tourismus erkennen, haben sie sich vornehmlich der Untersuchung von Prozessen der Authentisierung („authentication“) gewidmet (vgl. Cohen/Cohen 2019, 2010; van Nuenen 2019; Lugosi 2016; Mkono 2013). Damit konzentrieren sie sich auf die Frage, wer oder was im Tourismus etwas wie als authentisch deklariert – es authentisiert.

Authentisierung ist demnach definiert als „process by which something—a role, product, site, object or event—is confirmed as ‘original’, ‘genuine’, ‘real’ or ‘trustworthy’“ (Cohen/Cohen 2010: 1296). Dieses Verständnis privilegiert folglich weder Objekte noch Subjekte in Bezug auf die Erforschung von Authentizität im Tourismus. Stattdessen kann einer Vielzahl von

unterschiedlichen Dingen, Personen und Ereignissen im Zuge von Authentisierungen Originalität, Einzigartigkeit, Echtheit und Glaubwürdigkeit attestiert werden.⁷³

Die Hinwendung zur Untersuchung von Authentisierungsprozessen impliziert eine Hinwendung zu Erforschung von Machtverhältnissen und darauf gründenden Autoritätsansprüchen im Tourismus. Diese Implikation macht den Kern der tourismuswissenschaftlichen Untersuchung von Authentisierungen aus, denn:

„Authentication emerges through networks of relations as different actors mobilise resources in their attempt to make claims about the qualities of experiences, spaces and artefacts. This suggests that claims are open to contestation as different actors, institutions or even objects have power to shape how assertions of authenticity are made and qualified“ (Lugosi 2016: 103).

Da potenziell alles durch ein Vielzahl von Akteur*innen authentisiert werden kann, können Authentisierungen folglich durch andere Akteur*innen angezweifelt oder zurückgewiesen werden. Es ist daher zu prüfen, wessen Authentisierungen sich als dominant behaupten können (vgl. Cohen/Cohen 2019: 164).⁷⁴

Interessanterweise liefert bereits eine der klassischen Arbeiten der Tourismusforschung für dieses Zielsetzung relevante Erkenntnisse. In seinem vielfach zitierten Artikel *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings* (1973), der später erneut in *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* (1999) publiziert worden ist, widmet sich Dean MacCannell der Zuschreibung von Authentizität im Tourismus. Er versteht diese Zuschreibung als „Inszenierung“ (vgl. MacCannell 1973; 1999). Mit dieser Begriffswahl, dies wird nachfolgend dargelegt werden, bezeichnet er grundsätzlich Prozesse der Authentisierung.

Auf der Suche nach einer Erklärung dafür, wieso Reisende einzelne Orte und Begegnungen im Tourismus als authentisch wahrnehmen (und andere nicht), identifiziert MacCannell eine unter Tourist*innen verbreitete Denkfigur. Durch diese kann eine Destination in Vorder- und

⁷³ Die Forschung zu Authentisierungen im Tourismus beruht demnach auf einer grundsätzlichen Offenheit – potenziell kann alles authentisiert und damit touristisch in Wert gesetzt werden.

⁷⁴ In *Authentication: Hot and cool* (2010) unterscheiden Erik Cohen und Scott A. Cohen diesbezüglich zwischen zwei Modi von Authentisierungen im Tourismus: „‘Cool’ authentication tends to be static, independent of the visiting public; ‘hot’ authentication is dynamic, maintained and augmented by the visitors’ performative practices“ (Cohen/Cohen 2010: 1301). Der Modus der „cool authentication“ bettet damit die Konzeptionen objektbezogener Authentizität in die Fragen zu Prozessen von Authentisierung ein. Hingegen überführt der Modus der „hot authentication“ die beiden Ansätze zu konstruktiver und existenzieller Authentizität in dieses Forschungsfeld.

Hinterbühnen („front and back regions“) aufgeteilt werden (vgl. MacCannell 1973: 597f.). Um ein Beispiel für eine derartige Unterteilung zu geben, greift er auf die Ausführungen des Soziologen Erving Goffman zurück, von dem er auch die Begriffe „Vorder- und Hinterbühne“ übernommen hat.⁷⁵ Daher illustriert MacCannell diese Unterscheidung wie folgt:

„The front is the meeting place of hosts and guests or customers and service persons, and the back is the place where members of the home team retire between performances to relax and to prepare. Examples of back regions are kitchens, boiler rooms, and executive washrooms, and examples of front regions are reception offices, parlors, and the like“ (ebd.: 590).

Die Vorderbühnen mitsamt den hier stattfindenden Begegnungen sind speziell auf das Empfangen und Unterhalten von Tourist*innen ausgerichtet. Davon grenzen sich Hinterbühnen ab, die vornehmlich für im Tourismus tätige Servicekräfte und gewerbliche Akteur*innen konzipiert worden sind. Sie sind den Tourist*innen nicht zugänglich und entziehen sich daher deren Blicken und Erfahrungsbereich.

Laut MacCannell ist es gerade diese Unzugänglichkeit, welche die Hinterbühnen für Tourist*innen umso interessanter werden lassen. Motiviert durch den Wunsch, das wahre und damit nicht extra für sie inszenierte Alltagsleben einer Destination zu erfahren (vgl. ebd.: 592), suchen sie nach Möglichkeiten, die Hinterbühnen zu betreten und die dort stattfindenden Ereignisse mitzuerleben. Für Tourist*innen symbolisiert der Zugang zu einer Hinterbühne damit den Zugang zu Authentizität (vgl. ebd.: 594). Diese Gleichsetzung von Hinterbühne und Authentizität ist folglich ein direktes Resultat aus der Unterteilung von Orten in Vorder- und Hinterbühnen.

Als maßgebliche Förderer dieser Denkfigur und der damit verbundenen Zuschreibung von Authentizität identifiziert MacCannell kommerzielle Tourismusakteure (vgl. ebd.: 601). Sie bewerben ihre Angebote damit, dass sie ihren Kund*innen entweder den Zugang zu den Hinterbühnen ermöglichen oder ihnen zumindest den Kontakt zu Bewohner*innen dieser Hinterbühnen herstellen können (vgl. ebd.). Um zu betonen, dass die Unterteilung von Orten

⁷⁵ Goffman etabliert die Unterscheidung von Vorder- und Hinterbühne in *The Presentation of Self in Everyday Life* (1956). Er entwickelt diese mit Blick auf das Theater, welches sich in einen öffentlich zugänglichen Publikumsbereich mit der dort vorhandenen Bühne sowie einen ausschließlich für die Schauspieler*innen zugänglichen Bereich hinter der Bühnen unterteilen lässt. Diese Trennung in Vorder- und Hinterbühne nutzt Goffman nun, um das Bemühen um die eigene Selbstdarstellung in sozialen Interaktionen zu erklären (vgl. Goffman 1959: 8). Nach Goffman sind gesellschaftliche Vorderbühnen Momente und Orte, bei denen Menschen in Interaktionen bestimmte Rollen einnehmen und spielen mit dem Ziel, die Wahrnehmung der eigenen Persönlichkeit durch andere zu beeinflussen. Demgegenüber sind die Hinterbühnen Orte und Momente, die frei vom kontrollierenden Blick eines Publikums sind. An derartigen Orten werden mögliche Rollen eingeübt und geübt.

in Vorder- und Hinterbühnen hierbei werbetechnisch inszeniert ist, bezeichnet MacCannell die darauf fußende Zuschreibung von Authentizität als „inszenierte Authentizität“ („staged authenticity“) (vgl. MacCannell 1973, 1999).

Der Verweis auf die Inszenierung von Authentizität und die daran anschließende Identifizierung dominanter Urheber*innen ist vor dem Hintergrund dieser Ausführungen als Untersuchung eines Authentisierungsprozesses zu verstehen. MacCannell ist in seiner Studie weniger daran interessiert, Authentizität als solches zu hinterfragen, sondern konzentriert sich stattdessen darauf, wie sie inszeniert und wie diese Inszenierung durch Tourist*innen wahrgenommen wird. Er erkennt hierbei vor allem gewerbliche Anbieter*innen als dominante Autoritäten hinsichtlich der Zuschreibung von Authentizität.

Diese Interpretation von MacCannells Arbeit als Forschung zu Authentisierungen im Tourismus richtet sich explizit gegen die mitunter irrtümliche Rezeption, dass inszenierte Authentizität zugleich die Existenz einer nicht-inszenierten und damit „wahren“ Authentizität implizieren müsse. Träfe dies zu, wäre MacCannells Untersuchung der überholten Kontroverse zur Definition von Authentizität zuzurechnen.

Demgegenüber ist nachdrücklich zu betonen, dass die Frage nach der Inszenierung von Authentizität in ihrem Kern die Bedingungen und Prozesse von Authentisierungen adressiert. Denn: „*Staged authenticity* beschreibt nicht die Tatsache, dass Touristen [...] die wahre Authentizität vorenthalten wird, sondern, dass touristische Einrichtungen geprägt sind durch eine ‚pretentious revelation of back regions‘“ (Schäfer 2015: 26; Herv. i. O.). Die Frage danach, ob es Authentizität tatsächlich gebe, tritt damit in MacCannell in den Hintergrund.

Die Wirkmächtigkeit der Unterscheidung zwischen Vorder- und Hinterbühnen lässt sich aktuell am Beispiel des urbanen *off-the-beaten-track*-Tourismus illustrieren. Zugehörige Arbeiten beobachten und untersuchen, dass sich Stadtreisende durch das Verlassen „ausgetreter Tourismuspfade“, authentische Einblicke in das Leben einer Destination erhoffen (vgl. u.a. Stors et al. 2019; van Nuenen 2016; Füller/Michel 2014; Maitland 2010; Maitland/Newman 2009). Die Orte, die sie vermehrt interessieren, sind dabei Viertel und Stadtteile, die nicht speziell touristisch erschlossen sind. Sie wollen die „tourist bubble“ (Judd 1999) verlassen.

Am Beispiel des Berliner Stadtteils Kreuzberg stellen Henning Füller und Boris Michel heraus, dass diese Orte *off the beaten track* durch das scheinbar Gewöhnliche für Reisende

attraktiv werden: „[T]he everydayness and the feel of the ‘ordinary’ and ‘authentic’ life of a city [...] has become an important marker for attraction to visitors“ (Füller/Michel 2014: 1306). Zu einem ähnlichen Schluss kommt eine empirische Studie von Robert Maitland, die Tourist*innen in London nach dem Besonderen von Orten *off the beaten track* gefragt hat. Maitland stellt fest: „For them, the everyday and mundane activities of city residents take on significance as markers of the real, and off the beaten track areas, not planned for tourism, are valued as offering distinctiveness“ (Maitland 2010: 176).

An diesen kurzen Ausführungen wird bereits deutlich, dass die Differenzierung zwischen Orten *on* und *off the beaten track* nach derselben Logik wie die von MacCannell identifizierte Unterscheidung der Vorder- und Hinterbühne operiert. Denn ein Ort *off the beaten track* gilt als nicht touristisch erschlossen, weswegen das dort stattfindende Alltagsleben einer Stadt als nicht inszeniert und damit als authentisch gedeutet wird. Diesen Orten wird daher Einzigartigkeit und damit Authentizität zugeschrieben.

Als wesentliche Förderer dieser Differenzierung wurden bislang Reiseführer wie der *Lonely Planet* (vgl. Füller/Michel 2014: 1306; Kenny 2002: 113), Userempfehlungen auf Bewertungsportalen wie TripAdvisor (vgl. van Nuenen 2019, 2016) oder die Tipps von Bekannten und Freund*innen, die einen Ort bereits besucht haben oder regulär dort wohnen (vgl. Maitland 2010: 180; Larsen 2019: 26f.), identifiziert.

Die deutliche Parallele zu MacCannells Ausführungen legt es nah, die Zuschreibungen von Authentizität im *off-the-beaten-track*-Tourismus als Authentisierungen zu kennzeichnen. Wie zuvor dargelegt, impliziert dies, die Reiseführer, Bewertungsportale oder Bekanntenkreise als wirkmächtige Autoritäten zu verstehen. Ihre vorgenommene Differenzierung von Orten *on* und *off the beaten track* gründet auf derselben Logik wie die Unterteilung eines Ortes in Vorder- und Hinterbühnen. Ein Ort *off the beaten track* ist eine Hinterbühne, er wird über diese Zuschreibung authentisiert und damit in Wert gesetzt.

Bislang hat die *off-the-beaten-track*-Forschung ihre Erkenntnisse noch nicht ausreichend vor dem Hintergrund von Prozessen und Machtverhältnissen von Authentisierungen reflektiert. Eine Ausnahme bildet ein Artikel zu TripAdvisor, der die Rolle des Portals als Autorität von Authentisierungen im Tourismus erkennt und herausstellt (vgl. van Nuenen 2019). Mit Blick auf die Bedeutung der dabei notwendigen und handlungsmächtigen infrastrukturellen

Bedingungen werden die auf diese Weise hergestellten Authentisierungen als Produkt einer „algorithmic authenticity“ (vgl. ebd.) gekennzeichnet.

Werden all diese Überlegungen auf die anvisierte Beschreibung von *peer-to-peer* Wohntourismus als Phänomen übertragen, lassen sich zunächst drei zentrale Schlussfolgerungen ableiten. Erstens sollte sich die Erforschung dieser Art von Tourismus aufgrund der kontroversen Debatte um die definitorische Bestimmung von Authentizität vornehmlich auf Prozesse der Authentisierung konzentrieren. Daraus folgt zweitens, dass geprüft werden muss, welche Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus durch welche Autoritäten als dominant behauptet werden können. Einen ersten Hinweis auf eine diesbezüglich potenziell relevante Denkfigur und ihre Förderer liefert MacCannells Studie zur Inszenierung von Authentizität. Auf der Suche nach dominanten Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus ist es daher drittens naheliegend, zunächst die Relevanz der Unterteilung von Vorder- und Hinterbühnen oder Orten *on* und *off the beaten track* sowie die Rolle gewerblicher Anbieter weiterführend für diese Art von Tourismus zu prüfen. Diesen dritten Aspekt gilt es im Folgenden zu vertiefen.

Wie die eingangs angeführten Beispiele der formulierten Versprechen von Authentizität auf den jeweiligen Startseiten der Onlineplattformen Wimdu und 9flats illustrieren, knüpfen beide die Entscheidung für eine ihrer *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten an den Zugang zu Authentizität. Sie erklären hierbei nicht nur die angebotene Unterkunft, sondern darüber hinaus die Lage und damit die Umgebung der Unterkunft als authentisch. Denn die *peer-to-peer* Unterkunft eröffne den Gästen das „Lebensgefühl einer Stadt“ (Wimdu), sie mache es möglich, einen Ort wie ein „Einheimischer zu entdecken“ (9flats).

Damit operieren sie mit derselben Unterscheidung, welche mit MacCannell als Unterteilung in Vorder- und Hinterbühne bezeichnet werden kann und welche im *off-the-beaten-track*-Tourismus zwischen Orten *on* und *off the beaten track* differenziert. In der darauf aufbauenden Authentisierung befinden sich die *peer-to-peer* Reiseunterkünfte auf den Hinterbühnen einer bereisten Destination. Sie liegen demnach in nicht touristisch erschlossenen Gebieten und heben sich daher deutlich von den Zimmern einer „anonymen, überbelegten Hotelkette“ ab. Die klassischen Beherbergungsbetriebe werden folglich auf die Vorderbühnen eines besuchten Ortes verwiesen, da sie speziell für Tourist*innen entwickelt und gestaltet worden sind. Es sind die Betreiber der Onlineplattformen selbst, die diese

Zuschreibung vornehmen und wirkmächtig inszenieren. Sie sind daher entscheidende Autoritäten in dieser Art der Authentisierung von Orten.

Mithilfe der Thesen der erarbeiteten Soziologie des Wohnens lässt sich die Fundierung dieser Art von Authentisierung noch anreichern. Die Relevanz der Lage einer Wohnung ist am Beispiel der Konstitution eines „eigenen Stadtteils“ herausgearbeitet worden (vgl. Kapitel 2.1.3). Hier wurde gezeigt, inwiefern der geographische Standort einer Wohnung über die Entstehung weitergefasster Wohnorte entscheiden kann.

Der inszenierten Unterscheidung zwischen Vorder- und Hinterbühnen folgend, ist das ein Hotel umgebende Viertel folglich deswegen Vorderbühne einer Destination, weil es vornehmlich kurzzeitigen Bewohner*innen als Wohnort dient. Analog hierzu, sind die *peer-to-peer* Unterkünfte an Orten *off the beaten track* gelegen, weil hier vor allem reguläre Bewohner*innen Wohnraum konstituieren.

Für die Frage nach Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus folgt aus diesen bisherigen Betrachtungen, dass die Lage einer Wohnung mithilfe ihrer Inszenierung als Hinterbühne einer Destination durch die Betreiber der betreffenden Onlineplattformen authentisiert wird. Da diese Art der Authentisierung wesentlich auf der Zuschreibung einer örtlichen Differenz zwischen Gegenden *on* und *off the beaten track* fußt, bezeichnet die vorliegende Arbeit diese als „ortsspezifische Authentisierungen“.

Zugleich, dies hatten die eingangs angeführten Beispiele ebenfalls eindrücklich illustriert, authentisieren die Betreiber der Onlineplattformen nicht nur die Lage einer *peer-to-peer* Unterkunft, sondern auch die Unterkunft selbst. Mehr noch, sie nutzen die Authentisierung der Lage um die Kennzeichnung der *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten als authentisch zu stützen. Darüber hinaus verweisen sie auf die Einzigartigkeit und Individualität ihrer angebotenen Unterkünfte, indem sie diese deutlich von den Zimmern einer „anonymen, überkauften Hotelkette“ abheben. Wird die Lage einer Unterkunft als Unterstützung ihrer Authentisierung genommen, ist zu fragen, wodurch die *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit zusätzlich authentisiert werden kann.

Dies lässt sich unter Rückgriff der in Kapitel 3.1 herausgearbeiteten grundsätzlichen Besonderheiten einer derartigen Reiseunterkunft beantworten. Hier ist insbesondere die

Relevanz der regulären Bewohner*innen hervorgehoben worden, deren *life narrative* sich als verdichtete Spuren der Praktiken des (Be)Wohnens in ihren Wohnungen abzeichnet. Hieraus wurde auf die Individualität einer *peer-to-peer* Unterkunft geschlossen (vgl. Kapitel 3.1). Werden diese Erkenntnisse in die zuvor behandelte deklarierte Trennung von Orten in Vorder- und Hinterbühnen eingebettet, dann bedeutet dies, dass eine *peer-to-peer* Unterkunft das temporäre (Be)Wohnen eines Ortes *off the beaten track* möglich werden lässt. Reisende erhalten demnach nicht nur Zugang zu den Hinterbühnen einer Destination, an denen sie das Alltagsleben an nicht touristisch erschlossenen Orten beobachten können. Sie werden darüber hinaus selbst zu temporären Bewohner*innen dieser Orte und tauchen damit immersiv in das Alltagsleben ein.

Ihre Gastgeber*innen ermöglichen ihnen diesen Zugang und dieses Eintauchen – dies stützt ihre bereits in Kapitel 3.1 angeführte Relevanz weiter. Des Weiteren erlangen auch die behandelten räumlichen Grenzziehungen in diesem Kontext noch einmal gesteigerte Bedeutung. Sie moderieren innerhalb der *peer-to-peer* Unterkunft, wie umfassend das (Be)Wohnen auf den Hinterbühnen vollzogen werden kann. Die Versuche des Managements von Atmosphären erhalten vor diesem Hintergrund ebenfalls zusätzliche Relevanz. Wird eine Unterkunft von Reisenden tatsächlich als temporäres Zuhause empfunden, impliziert dies, dass die Immersion in das Alltagsleben der Hinterbühnen umfassend erfolgreich war – Gäste sind dann nicht nur temporäre Bewohner*innen, sondern konnten zudem eine tiefe emotionale Verbundenheit zu den Orten *off the beaten track* aufbauen.

Auf Grundlage dieser Überlegungen lassen sich zwei weitere Arten relevanter Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus bestimmen. Die Zuschreibung der Unterkunft als authentisch wird zwar durch den Verweis auf ihre Lage unterstützt, gründet sich darüber hinaus jedoch vor allem auf den dort befindlichen Spuren des (Be)Wohnens der regulären Bewohner*innen. Diese Spuren sind im Zuge der Konstitution von Wohnraum entstanden, weswegen für diese Art der Authentisierungen der Begriff „räumliche Authentisierung“ gewählt wird.

Zusätzlich ist diesbezüglich die Relevanz der Gastgeber*innen hervorzuheben. Im Zuge der Authentisierung der Lage einer Unterkunft sowie der Unterkunft selbst werden sie als Bewohner*innen einer *peer-to-peer* Unterkunft ebenfalls authentisiert. Als Bewohner*innen der Hinterbühnen gelten sie als „Locals“; eine vertraute Beziehung zu diesen, dies hatte MacCannell bereits betont, ist ausschlaggebend, um umfassenden Zugang zu den

Hinterbühnen eines Ortes zu erhalten. Im *peer-to-peer* Wohntourismus wird diese Beziehung durch die Vermittlungstätigkeit der *hospitality networks* ersetzt (vgl. Kapitel 3.1). Der auf diese Weise initiierte und organisierte Kontakt zwischen Gastgeber*innen und Gästen eröffnet den Gästen schließlich den Zugang zu den Orten *off the beaten track*. Aus diesem Grund ist eine dritte Art der Authentisierung im *peer-to-peer* Wohntourismus relevant, die sich auf diese Interaktion zwischen Hosts und ihren Gästen bezieht. Sie fokussiert weniger die Reiseunterkunft an sich, sondern konzentriert sich auf die Beziehung zwischen den User*innen einer Onlineplattform. Aus diesem Grund wird sie „interpersonelle Authentisierung“ genannt.

An die Identifizierung von ortsspezifischen, räumlichen und interpersonellen Arten von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus schließt die Frage nach den damit einhergehenden Autoritäten und Machtverhältnissen an. Diesbezüglich hat dieses Kapitel bereits mehrfach auf den Stellenwert der Betreiber einer Onlineplattform hingewiesen. In ihrer Außendarstellung inszenieren sie Vorder- und Hinterbühnen, authentisieren die bei ihnen angebotenen Unterkünfte und die als Hosts tätigen User*innen. Mit Blick auf die im vorherigen Kapitel herausgearbeitete starke Machtposition der *hospitality networks* muss diesbezüglich zusätzlich die infrastrukturelle Ermöglichung dieses Tourismus berücksichtigt werden. Sie verbinden Nutzer*innen und Betreiber miteinander, bestimmen dabei insbesondere über die Bedingungen zu denen Unterkünfte im *peer-to-peer* Wohntourismus vermittelt werden.

Räumliche und interpersonelle Authentisierungen betonen hierbei wiederum insbesondere die Relevanz der als Reiseunterkunft genutzten Wohnung sowie die der User*innen. Durch beide können die seitens der Betreiber und der Infrastruktur vorgenommene Arten von Authentisierungen bekräftigt oder zurückgewiesen werden. Daher sind auch sie als essentielle Autoritäten von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus zu bestimmen.

Für die zweite Annäherung an die Beschreibung von *peer-to-peer* Wohntourismus ist zusammenfassend festzuhalten, dass diese mithilfe der Reflexionen zum Stellenwert von Authentizität vorgenommen worden ist. Um an den aktuellen Stand der kontrovers geführten Debatte um Authentizität innerhalb der Tourismusforschung anzuknüpfen, sind dabei die Prozesse von Authentisierungen, der Zuschreibung von Authentizität, in den Blick genommen worden. Für *peer-to-peer* Wohntourismus konnten drei unterschiedliche Arten von

Authentisierungen identifiziert werden: Ortsspezifische Authentisierungen stützen sich auf die Inszenierung von Orten als *off the beaten track*; räumliche Authentisierungen kennzeichnen die *peer-to-peer* Unterkunft Teil dieser Orte und gründen sie auf der Individualität der Unterkunft; interpersonelle Authentisierungen erklären den Kontakt und die Beziehung zwischen Host und Gast als authentisch.

Wie zudem erläutert wurde, bedingt die Konzentration auf Prozesse der Authentisierung eine Untersuchung von Machtverhältnissen und Autoritäten. Diesbezüglich wurden die Betreiber der Onlineplattformen, die *hospitality networks*, die Unterkunft selbst sowie die User*innen genannt.

Auf Basis dieser Ergebnisse lassen sich die in Kapitel 3.1 bereits identifizierten drei Dimensionen von *peer-to-peer* Wohntourismus noch um zwei weitere ergänzen. Als vierte Dimension wird das Interesse an dem Zugang zu den Hinterbühnen einer Destination seitens der Reisenden bestimmt. Damit ist *peer-to-peer* Wohntourismus als Teil des *off-the-beaten-track*-Tourismus zu zählen. Die fünfte Dimension ist die Bedeutung von Prozessen der Authentisierungen.

Im nachfolgenden Kapitel 3.3 werden die Ergebnisse der beiden Annäherungen an die Beschreibung von *peer-to-peer* Wohntourismus entlang der fünf erarbeiteten Dimensionen noch einmal pointiert zusammengefasst. Im Zuge dessen wird die Notwendigkeit einer weiterführenden Analyse der Machtbeziehungen mithilfe empirischer Forschung in dieser Art des Tourismus herausgestellt. Denn entlang dieser grundsätzlichen Reflexionen zu *peer-to-peer* Wohntourismus konnte zwar bestimmt werden, welche Art von Authentisierungen und welche Autoritäten damit im *peer-to-peer* Wohntourismus potenziell relevant sind. Diese theoretischen Annäherungen machen es jedoch nicht möglich, das Beziehungsgeflecht dieser unterschiedlichen Autoritäten in Prozessen der Authentisierung dezidiert zu erschließen.

3.3 Fünf Dimensionen des peer-to-peer Wohntourismus

Es ist offensichtlich, dass die Nutzung einer Wohnung als *peer-to-peer* Reiseunterkunft ein komplexes Setting erzeugt, welches einer konzentrierten wissenschaftlichen Untersuchung bedarf. Jedes der beiden vorherigen Kapitel hat dies eindrücklich herausgestellt. Während Kapitel 3.1 die grundsätzlichen Besonderheiten dieser Art der Unterkunft sowie ihre infrastrukturelle Vermittlung in *hospitality networks* aufgezeigt hat, sind in Kapitel 3.2 die damit einhergehenden spezifischen Arten von Authentisierungen erläutert worden. Gemeinsam haben beide Kapitel die Notwendigkeit betont, dieses komplexe Setting als eigenes Phänomen im Tourismus zu fassen. Die vorliegende Arbeit versteht dieses Phänomen als „*peer-to-peer* Wohntourismus“ und kennzeichnet es durch die folgenden fünf Dimensionen: (i) Unterkunft: Wohnung, (ii) Infrastruktur: *hospitality network*, (iii) Praxisgemeinschaft: Nutzer*innen und Betreiber, (iv) Destination: *off the beaten track*, (v) Authentizität: Drei Arten von Authentisierungen.

(i) Unterkunft: Wohnung

Im *peer-to-peer* Wohntourismus übernachten Reisende nicht in klassischen Beherbergungsbetrieben. Sie verwenden *hospitality networks*, um die Wohnungen anderer User*innen als Übernachtungsmöglichkeiten in Anspruch zu nehmen (vgl. Kapitel 3.1; (ii); (iii)). Diese Unterkünfte zeichnen sie sich durch eine ihnen eigene Individualität aus, die sich aus den regulären Praktiken des (Be)Wohnens der Gastgeber*innen ergibt. Zusammen können diese Spuren in der Wohnung hinterlassen, die sich wiederum zu Hinweisen auf ein *life narrative* dieser Bewohner*innen verdichten. Als Gastgeber*innen gewähren die Bewohner*innen den Gästen Zugang zu ihrer Wohnung und geben ihnen auf diese Weise die Möglichkeit, Einblick in dieses *life narrative* zu nehmen. Durch räumliche Grenzziehungen können die Hosts dabei moderieren, wie umfassend sie dieses in ihre Wohnung eingeschriebene *life narrative* zugänglich machen wollen. Zugleich sind Gäste selbst als temporäre Bewohner*innen der *peer-to-peer* Unterkünfte zu verstehen, dies lassen die erarbeiteten Thesen der Soziologie des Wohnens möglich werden (vgl. Kapitel 2.3). Aufgrund dessen können im *peer-to-peer* Wohntourismus Fragen nach der Gestaltung des gemeinsamen (Be)Wohnens etwa in Form von Aushandlungen räumlicher Grenzziehungen in den Vordergrund treten. Die Kennzeichnung der Gäste als temporäre Bewohner*innen erklärt zudem, dass eine *peer-to-peer* Unterkunft durch diese potenziell als Zuhause wahrgenommen werden kann. Da diese Wahrnehmung meist durch im Zuge einer langen Aufenthaltsdauer an

einem Ort entsteht (vgl. Kapitel 2.1.4), können Gastgeber*innen versuchen, spezifische, diese Wahrnehmung fördernde Atmosphären in ihrer Wohnung entstehen zu lassen (vgl. Kapitel 3.1). Darüber hinaus zeichnet sich die Übernachtungsmöglichkeit im *peer-to-peer* Wohntourismus ebenfalls über ihre Inszenierung als Teil eines *off the beaten track* Ortes sowie die damit verbundene Authentisierung ihrer Lage, ihrer selbst und ihrer regulären Bewohner*innen aus (vgl. Kapitel 3.2; (iv); (v)).

(ii) Infrastruktur: *hospitality network*

Die zweite Dimension von *peer-to-peer* Wohntourismus ist seine Organisation, die durch *hospitality networks* geleistet wird (vgl. Kapitel 3.1). Diese Netzwerke verbinden User*innen weltweit miteinander und werden durch die Betreiber der betreffenden Onlineplattformen etabliert und verwaltet. Sie lassen sich als Infrastrukturen des *peer-to-peer* Wohntourismus kennzeichnen, weswegen die User*innen und Betreiber zusammen als Praxisgemeinschaften dieser Infrastrukturen bilden (vgl. (iii)). Die *hospitality networks* nehmen durch die ihnen eingeschriebenen Standardisierungen umfassenden Einfluss auf die Organisation der Vermittlung von Unterkünften sowie auf den Kontakt zwischen User*innen (vgl. Kapitel 3.1). Demnach unterstützen sie die User*innen von Onlineplattformen zwar im Inserieren, Suchen und Finden von Unterkünften, doch geht diese Unterstützung mit einem gleichzeitigen Determinieren der Handlungsmöglichkeiten einher. Die Etablierung und Einhaltung von Standards und Konventionen erfolgen in *hospitality networks* vor allem mithilfe von Algorithmen sowie weiteren technologischen Implementierungen (vgl. ebd.). Gerade in Bezug auf Algorithmen ist zu berücksichtigen, dass diese sich nicht nur im Hinblick auf die tatsächliche Durchsetzung von Standards als wirkmächtig für die Praxisgemeinschaft erweisen. Sie entfalten ihr Potenzial zudem über die imaginären Wirkungsweisen, welche ihnen insbesondere die User*innen zuschreiben. Da die Programmierung der *hospitality networks* letztlich durch das betreibende und verwaltende Unternehmen einer Onlineplattformen entschieden wird, kommt diesem eine essentielle Machtposition im *peer-to-peer* Wohntourismus zu (vgl. (v)). Gleichwohl müssen sie eigene Interessen mit den Anforderungen der Nutzer*innen sorgfältig abwägen, damit die von ihnen programmierte Infrastruktur weiterhin verwendet wird. Zudem nutzen Unternehmen und Organisationen die *hospitality networks*, um die Inszenierung von ortsspezifischen, räumlichen und interpersonellen Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus vorzunehmen (vgl. Kapitel 3.2; (i); (iii); (iv); (v)).

(iii) Praxisgemeinschaft: Nutzer*innen und Betreiber

Die dritte Dimension des *peer-to-peer* Wohntourismus sind Praxisgemeinschaften. Sie entstehen aufbauend auf den Infrastrukturen und umfassen die Betreiber ebenso wie die Nutzer*innen einer Onlineplattform (vgl. Kapitel 3.1). Während die Betreiber die Programmierung und Wartung der Infrastrukturen übernehmen (vgl. (ii)), werden die User*innen im Moment ihrer Registrierung bei einer Onlineplattform Teil der darauf gründenden Praxisgemeinschaft. Im Verlauf ihrer Mitgliedschaft nehmen sie die zugrundeliegende Infrastruktur als selbstverständlich wahr. Sie nutzen diese unter anderem zur Pflege ihres Onlineprofils, zum Anbieten und Suchen von Übernachtungsmöglichkeiten sowie zum Abgeben von Bewertungen. Dabei bewegen sie sich innerhalb der durch das *hospitality network* festgesetzten Handlungsspielräume und tragen auf diese Weise in der Regel zur Bekräftigung der inkorporierten Standards und Normierungen bei (vgl. Kapitel 3.1; (ii)). Im *peer-to-peer* Wohntourismus nehmen User*innen die Rollen von Gastgeber*innen und Gästen ein. Als Gastgeber*innen bieten sie eine Wohnung als Übernachtungsmöglichkeit an (vgl. (i)). Als Gast suchen sie nach einer *peer-to-peer* Unterkunft. Den Gastgeber*innen kommt im Vergleich zu den Gästen ein höherer Stellenwert zu – als reguläre Bewohner*innen bestimmen sie maßgeblich über das Gast-Erlebnis, ohne ihre Unterkünfte gäbe es keinen *peer-to-peer* Wohntourismus (vgl. Kapitel 3.1; Kapitel 3.2). Die Relevanz der Gastgeber*innen ergibt sich zudem daraus, dass sie ihren Gästen den Zugang zu in dieser Art von Tourismus authentisierten Viertel und Unterkünften ermöglichen (vgl. Kapitel 3.2; (iv); (v)). Zusätzlich kann der Kontakt und die Beziehung zwischen ihnen und ihren Gästen authentisiert werden (vgl. (v)).

(iv) Destination: *off the beaten track*

Als vierte Dimension ist *peer-to-peer* Wohntourismus über das gesteigerte Interesse von Reisenden an dem Zugang zu den Hinterbühnen einer Destination zu kennzeichnen (vgl. Kapitel 3.2). Dieser Art von Tourismus ist demnach dem *off-the-beaten-track*-Tourismus zuzuordnen. Die Unterteilung einer Destination in Vorder- und Hinterbühnen war bereits von MacCannell als wirksame Denkfigur für die Zuschreibung von Authentizität identifiziert worden (vgl. ebd.). Aufbauend auf einer derartigen Differenzierung, werden Orte durch eine Vielzahl unterschiedlicher Akteure (vgl. (v)) als Hinterbühnen einer Destination erklärt, da sie beispielsweise als nicht touristisch erschlossen gelten. Gerade diese Hinterbühnen, diese Orte

off the beaten track, versprechen das Erleben von Authentizität (vgl. Kapitel 3.2; (v)). Im *peer-to-peer* Wohntourismus können derartige Orte, gemäß der Authentisierungen, durch die Übernachtungsmöglichkeiten selbst erschlossen werden (vgl. (i)). Mithilfe der Nutzung eines *hospitality networks* können Gäste demnach Kontakt zu den Bewohner*innen der Hinterbühnen, ihren Gastgeber*innen, aufnehmen und auf diese Weise Zugang zu diesen als Hinterbühnen inszenierten Orten erwerben (vgl. (i); (ii); (iii)). Im Zuge dessen bewohnen sie diese Orte temporär und werden dadurch selbst Teil des dort stattfindenden nicht explizit touristisch in Wert gesetzten Alltagslebens. Im *peer-to-peer* Wohntourismus ist die ortsspezifische Authentisierung der Lage einer Wohnung daher ein essentieller Aspekt (vgl. (v)).

(v) Authentizität: Authentisierungen

Die fünfte Dimension ist die Bedeutung von Prozessen der Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus (vgl. Kapitel 3.2). Authentisierungen sind Prozesse, in denen etwas oder jemand als authentisch bestimmt wird. Für das untersuchte Phänomen *peer-to-peer* Wohntourismus lassen sich insgesamt drei verschiedene Arten relevanter Authentisierungen unterscheiden: ortsspezifische, räumliche und interpersonelle Authentisierungen (vgl. ebd.). Die erste Art, ortsspezifische Authentisierungen, erklären einzelne Orte als authentisch. Im *peer-to-peer* Wohntourismus gründet sich diese Authentisierung auf die Unterscheidung von Vorder- und Hinterbühnen einer Destination beziehungsweise von Orten *on* und *off the beaten track* (vgl. ebd.; (iv)). Wird ein Ort als Hinterbühne authentisiert, postuliert dies seinen Status als noch unentdeckte Attraktion. Es impliziert, dass dieser Ort bislang wenig touristisch erschlossen ist und sich dort folglich das echte Alltagsleben der regulären Bewohner*innen abspielt. Die zweite Art der Authentisierung ist die räumliche Authentisierungen und diese fokussiert die *peer-to-peer* Unterkunft (vgl. ebd.; (i)). Sie wird als Teil der Hinterbühne inszeniert und erlangt zudem über die ihr inhärenten Spuren des regulären (Be)Wohnens einen besonderen Stellenwert für die Zuschreibung von Authentizität. Gäste können demnach durch den Aufenthalt in einer *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit in derselben Wohnung wohnen wie reguläre Bewohner*innen. Die Individualität der Unterkunft ist demnach essentiell für räumliche Authentisierungen. Als dritte Art von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus sind interpersonelle Authentisierungen identifiziert worden (vgl. ebd.; (iii)). Diese stützen sich auf die Beziehung zwischen Gastgeber*innen und ihren Gästen. Als reguläre Bewohner*innen einer Wohnung *off the beaten track* erhalten Host den Status eines

„Locals“. Sie eröffnen den Gästen überhaupt erst den Zugang zu den Hinterbühnen (vgl. (iv)). Daher kann auch der Kontakt zwischen Host und Gast authentisiert werden. Unabhängig davon, welche Art von Authentisierungen vorgenommen werden, gründet diese auf Autoritäten (vgl. Kapitel 3.2). Mit Blick auf die verschiedenen erarbeiteten Dimensionen wurden die Betreiber der Onlineplattform (vgl. (iii)), die Infrastrukturen (vgl. (ii)), die Wohnung selbst (vgl. (i); (iv)) sowie die User*innen (vgl. (i); (iii); (iv)) in Kapitel 3.2 als diesbezüglich relevante Akteur*innen bestimmt.

Die eingangs als ausstehend angeführte Reflexion verbindender Gemeinsamkeiten jenseits der Untersuchung einzelner, voneinander isolierter Fallbeispiel ist damit geleistet worden. *Peer-to-peer* Wohntourismus kann anhand von fünf unterschiedlichen Dimensionen als eigenständiges Phänomen charakterisiert werden. Wenngleich er damit einen spezifischen Forschungsgegenstand konstituiert, impliziert dies nicht, dass dieses Phänomen den alleinigen Grund einer geplanten oder unternommenen Reisen darstellen muss. Vielmehr ist *peer-to-peer* Wohntourismus als Teil des *off-the-beaten-track*-Tourismus wiederum mit anderen Tourismusformen kombinierbar – beispielsweise kann er integraler Bestandteil von *new urban tourism* (vgl. Stors et al. 2019; Sommer et al. 2019) sein. Als solcher geht er jedoch nicht vollständig in diesen anderen Tourismusformen auf, dies lässt sich entlang der zuvor erläuterten Dimensionen eindrücklich nachvollziehen. Dies stärkt erneut die zentrale These der vorliegenden Arbeit, *peer-to-peer* Wohntourismus als eine eigenständige Art von Tourismus zu begreifen und dementsprechend ebenso als Forschungsfeld zu adressieren.

Hieran schließt direkt die Frage nach der Wahl der thematischen Fokussierung erster empirischer Forschung zu *peer-to-peer* Wohntourismus an. Wie anhand von Kapitel 3.2 herausgestellt wurde, empfiehlt sich eine Konzentration auf die Untersuchung von Prozessen der drei verschiedenen Arten von Authentisierungen. Denn bislang sind diesbezüglich zwar Autoritäten bestimmt worden, doch die durch sie vorgenommenen Prozesse von Authentisierungen, die im Zuge dessen möglicherweise auftretende Konflikte sowie deren Beziehungen zueinander sind noch nicht offengelegt. Es ist folglich zu prüfen, welche Machtverhältnisse hinsichtlich der Zuschreibung von Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus identifiziert werden können. Die vorliegende Arbeit hat diese Untersuchung anhand der beiden Onlineplattformen Airbnb und Couchsurfing vorgenommen.

Die Fokussierung auf zwei Fallbeispiele resultiert daher, dass ihre jeweiligen Onlineplattformen sich stark voneinander unterscheiden. Während Airbnb kostenpflichtig ist, ist Couchsurfing kostenlos. Dies hat weitreichende Implikationen für jede der fünf identifizierten Dimensionen von *peer-to-peer* Wohntourismus, insbesondere für die Machtverhältnisse der Autoritäten bei Authentisierungen. Wie diese beiden Fallbeispiele ausgewählt worden sind und wie diese empirische Untersuchung methodisch durchgeführt worden ist, erläutert das nachfolgende Kapitel.

4 Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus erforschen

Die Grundzüge einer Soziologie des Wohnens sind ebenso wie die fünf beschreibenden Dimensionen von *peer-to-peer* Wohntourismus erst im Zuge der vorliegenden Arbeit bestimmt worden (vgl. Kapitel 2; Kapitel 3). Das darauf aufbauende Vorhaben, Prozesse der Authentisierung im *peer-to-peer* Wohntourismus anhand von zwei Fallbeispielen empirisch zu untersuchen, ist weit gefasst und bedarf daher einer explorativ ausgerichteten Forschung. Methodisch impliziert dies, die beiden Fallbeispiele Airbnb und Couchsurfing mithilfe qualitativer Methoden zu erschließen. Vor diesem Hintergrund ist für die Durchführung der empirischen Forschung eine (n)ethnographische Forschungsstrategie gewählt worden. Diese verfolgt das Ziel, ein Phänomen mithilfe der beschreibenden Deutung zu erkunden (vgl. Flick 2012: 297; Bryman 2016: 423).

Generell erfordert Ethnographie als Strategie dezidierte Feldforschung, um ein immersives Eintauchen der Forschenden in das zu untersuchende Feld zu erreichen (vgl. u.a. Thomas 2019: 15; Angrosino/Rosenberg 2011: 468; Berg 2004: 148). Als „virtuelle Ethnographie“ oder „Netnographie“⁷⁶ wird diese Immersion im Hinblick auf digitale Netzwerke und deren User*innen geleistet (vgl. u.a. Pink et al. 2016: 2ff.; Kozinets 2010, 2006). Um die drei für *peer-to-peer* Wohntourismus identifizierten Arten von Authentisierungen zu erforschen, ist sowohl klassische als auch virtuelle Feldforschung notwendig. Denn in dieser Art von Tourismus resultieren *face-to-face* Begegnungen aus der Nutzung derselben Onlineplattform als User*innen. Es daher fraglich, ob sich eine Grenze zwischen ethnographischer und netnographischer Feldforschung zu *peer-to-peer* Wohntourismus überhaupt eindeutig ziehen lassen kann. Selbst in den Rollen von Host und Gast in *face-to-face* Begegnungen sind die

⁷⁶ Diese Wortschöpfung stammt von Robert V. Kozinets, einem Marketingwissenschaftler. Er schlägt den Begriff „netnography“ in seinem Artikel *Click to Connect: Netnography and Tribal Advertising* (2006) vor, um die Verwendung eines ethnographischen Forschungsansatzes speziell für die Untersuchung von online Communities zu beschreiben.

betreffenden Personen noch immer zugleich als User*innen einer Onlineplattform zu kennzeichnen. Um diese fehlende Eindeutigkeit zu unterstreichen, wird die gewählte Forschungshaltung als „(n)ethnographisch“ beschrieben.

(N)Ethnographisch orientierte Feldforschung wurde in Deutschland, den USA und Japan durchgeführt, wobei die zwei Onlineplattformen Airbnb und Couchsurfing als Fallbeispiele gewählt worden sind. Grundsätzlich wird das Eintauchen in ein Forschungsfeld durch die Kombination verschiedener qualitativer Methoden erreicht (vgl. u.a. Lamnek/Krell 2016: 591; Flick 2012: 296ff.).⁷⁷ Wie im Detail methodisch vorzugehen ist, muss erst im Forschungsprozess selbst entschieden werden (vgl. u.a. Hitzler 2011: 49f.; Murchison 2010: 26; O'Reilly 2007: 27).

Im Verlauf des dreijährigen Forschungsprozesses zu Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus haben sich teilnehmende Beobachtungen sowie leitfadengestützte Interviews als zielführend erwiesen. Insgesamt gehen 30 teilnehmende Beobachtungen in der Rolle von Gastgeberin und Gast, acht teilnehmende Beobachtungen in der Rolle der Userin sowie 36 aufgezeichnete und transkribierte Leitfaden-Interviews in die Analyse der Authentisierungsprozessen bei Airbnb und Couchsurfing ein. Ergänzt werden diese durch vier Interviews mit anderen für *peer-to-peer* Wohntourismus relevanten Akteur*innen, welche vornehmlich im Rahmen des Projektes *Tourismus 2.0* geführt worden sind.

Nachfolgend gibt Kapitel 4.1 einen Überblick über die kennzeichnenden Bedingungen und den generellen Verlauf des durchgeführten Forschungsprozesses. Hierunter fallen etwa die Begründung für die Entscheidung von Airbnb und Couchsurfing als Fallbeispiele oder die Nähe zum Drittmittelprojekt *Tourismus 2.0*. Kapitel 4.2 erläutert, wieso teilnehmende Beobachtungen und leitfadengestützte Interviews in der Feldforschung zu *peer-to-peer* Wohntourismus ausgewählt worden sind und wie diese Methoden genutzt wurden. An ihre Diskussion schließt zudem die Erklärung der Auswertung des gewonnenen Datenmaterials an. In Kapitel 4.3 wird die Entscheidung für eine (n)ethnographische Forschungsstrategie vor dem Hintergrund der Bedingungen der Untersuchung sowie den getroffenen methodischen Entscheidungen abschließend reflektiert.

⁷⁷ Gerade weil die Konzentration auf das qualitative Methodenrepertoire sich direkt aus dem explorativen Ansatz der (N)Ethnographie ergibt, wird an dieser Stelle nicht noch einmal auf die herrschende Grundsatzdebatte zwischen quantitativer und qualitativer Methoden eingegangen. Hierzu sind eine Vielzahl von Publikationen erschienen, welche diese vermeintlich ideologische Debatte im Detail beleuchten und erklären (vgl. u.a. Kelle 2008: 14ff.; Berg 2004: 2ff.; Crompton 2002: 18ff).

4.1 Forschungsprozess

(N)Ethnographisch-fundierte Forschung ermöglicht dank ihrer grundsätzlichen methodischen Offenheit ein immersives Eintauchen ins Forschungsfeld, da spontan mit diesem interagiert und situativ reagiert werden kann. Ist eine spezifische Untersuchung abgeschlossen, ist dieses dynamisches Vorgehen erneut zu reflektieren und nachträglich entlang zentraler Entscheidungsmomente zu strukturieren. Eine derartige Darstellung des Forschungsprozesses dient der Transparenz und ist notwendiges Kriterium zur Beurteilung der Qualität einer explorativ durchgeführten Untersuchung (vgl. Flick 2019: 483f.). Um dieser Anforderung in der vorliegenden Arbeit gerecht zu werden, erläutert dieses Kapitel die zentralen Eigenschaften der empirischen Erforschung von Prozessen der Authentisierung im *peer-to-peer* Wohntourismus.⁷⁸

Es beginnt mit grundsätzlichen Merkmalen, die den gesamten Forschungsprozess kennzeichnen und erläutert sodann eingehend die Bestimmung des Forschungsfeldes sowie die Wahl der Fallbeispiele und der Länder für Feldforschungsaufenthalte. Nachdem es dabei auch die gewählten Zugänge zum Feld sowie die durchgeführten Aufenthalte beschrieben hat, endet es mit der Darlegung der zugrunde gelegten Forschungsethik sowie der Erläuterung der Bestimmung des Beendigungszeitpunkts des Forschungsprozesses.

Die Untersuchung von Prozessen der Authentisierung im *peer-to-peer* Wohntourismus entlang einer (n)ethnographischen Forschungsstrategie begann im Herbst 2015 und endete drei Jahre später im Herbst 2018. Für einen Großteil dieser drei Jahre, bis zum Juni 2018, war der Forschungsprozess in das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderte Projekt *Tourismus 2.0 – Zwischen medialer Vermittlung und digitaler Entnetzung* eingebettet. Dieses war unter der Leitung von Prof. Dr. Urs Stäheli an der Universität Hamburg angesiedelt.⁷⁹ Als wissenschaftliche Mitarbeiterin habe ich dieses Projekt zusammen mit

⁷⁸ Unterstützend zu den im Folgenden gegebenen Erläuterungen kann die tabellarische Auflistung *Feldforschungsprozess im Überblick* im Anhang herangezogen werden. Diese ordnet die durchgeführte Feldforschung entlang der verwendeten Methoden in einen zeitlichen Verlauf ein.

⁷⁹ Das Projekt war eins von insgesamt fünf Teilprojekten, die von der inter-universitären Forschergruppe *Mediale Teilhabe. Partizipation zwischen Anspruch und Inanspruchnahme* von 2015 bis 2018 durchgeführt worden sind. Neben dem Projekt an der Universität Hamburg, gab es ein Projekt an der Leuphana Universität Lüneburg und der Zürcher Hochschule der Künste. An der Universität Konstanz wurden zwei Projekte verfolgt. Mittlerweile befindet sich die Forschergruppe mit fünf neuen Projekten in ihrer zweiten Förderphase (vgl. Mediale Teilhabe 2019).

Thomas Frisch und mit Unterstützung durch die studentischen Hilfskraft Gertruda Kaczmarek bearbeitet.

Aus der Einbettung des Promotionsvorhabens in den Projekt-Kontext ergab sich die Chance, projektbezogene Forschung mit der zu Authentisierungsprozessen im *peer-to-peer* Wohntourismus zu verbinden. Hiervon hat die Datenerhebung, wie im Folgenden noch deutlich werden wird, wesentlich profitiert.

Zu Beginn des Forschungsprozesses war es jedoch zunächst notwendig, ein geeignetes Forschungsfeld zu bestimmen sowie, darauf aufbauend, Zugänge zu diesem zu finden. Beide Aspekte sind zentral für (n)ethnographische Feldforschung (vgl. u.a. Coffey 2018: 60ff.; Bryman 2016: 425ff.; Murchison 2010: 29ff.; Berg 2004: 150f.). Vor allem die Wahl des ersten Zugangs zu einem Feld wird diesbezüglich als kritischer Moment des Forschungsprozesses gewertet, da sie maßgeblich über seinen weiteren Verlauf und seine Qualität entscheidet (vgl. Coffey 2018: 35; Hammersley/Atkinson 2007: 41).

Wie entlang der in Kapitel 3.3 herausgestellten fünf erarbeiteten Dimensionen von *peer-to-peer* Wohntourismus deutlich wird, sind die *hospitality networks* der betreffenden Onlineplattformen integraler Bestandteil dieses Tourismus. Für die empirische Untersuchung impliziert dies, dass diese ausschließlich entlang von konkreten Fallbeispielen erfolgen kann.

Um zu bestimmen, welche Onlineplattformen auszuwählen seien, begann die Vorbereitung der empirischen Forschung im Herbst 2015 mit einer umfassenden Recherche zu Unternehmen, welche für *peer-to-peer* Wohntourismus relevante Onlineplattformen betreiben. Zum damaligen Zeitpunkt konnten weltweit insgesamt zehn Betreiber identifiziert werden, welche in einer alphabetisch sortierten Tabelle gelistet wurden (vgl. Abb. 1, nachfolgende Seite). In diese Tabelle wurden ebenfalls Angaben zu fünf allgemeinen Kennzeichen aufgenommen: Die Internetadresse der jeweilig betriebenen Onlineplattformen, ihr Gründungsjahr und -land, von den Betreibern veröffentlichte Userzahlen sowie Hinweise zur globale Reichweite.

Ausgehend von diesen Kennzeichen ist festzuhalten, dass die zehn recherchierten Betreiber ihre Onlineplattformen im Zeitraum der Jahre 2000 bis 2013 gegründet haben. Es lassen sich insgesamt fünf verschiedene Gründungsländern ermitteln. Mit Frankreich, Deutschland und Irland sind drei europäische Länder vertreten, zudem gibt es zwei Onlineplattformen aus den

#	Betreiber	www	gegründet	Land	Nutzung	Userzahl	Verbreitung
1	Airbnb Inc.	airbnb.de	2008	USA	kostenpflichtig	> 150.000.000	> 34.000 Angebote in > 190 Ländern
2	Bed and Learn SAS (BedyCasa)	bedycasa.com	2007	Frankreich	kostenpflichtig	> 260.000	keine Angabe
3	BeVolunteer	bewelcome.org	2007	Frankreich	kostenlos	> 80.000	hauptsächlich Angebote in Deutschland, Frankreich und den USA
4	Couchsurfing International Inc.	couchsurfing.com	2003/4	USA	kostenlos	> 12.000.000	> 200.000 Angebote weltweit
5	Gloveler GmbH	gloveler.de	2007	Deutschland	kostenpflichtig	keine Angabe	Angebote in > 80 Ländern
6	Homestay Technologies Ltd.	homestay.com	2013	Irland	kostenpflichtig	keine Angabe	Angebote in > 140 Ländern
7	Hospitality Club	hospitalityclub.org	2000	Deutschland	kostenlos	> 700.000	keine Angabe
8	PandaBed	pandabed.com	2012	Singapur	kostenpflichtig	keine Angabe	> 10.000 Angebote in Asien
9	Wimdu META GmbH	wimdu.com	2011	Deutschland	kostenpflichtig	> 1.000.000	keine Angabe
10	9flats PTE	9flats.de	2010	Deutschland	kostenpflichtig	keine Angabe	Angebote in > 225.957 Orten weltweit

Abb. 1: Alphabetisch sortierte Übersicht zu den zehn im Winter 2015 identifizierten Unternehmen und ihrer Onlineplattformen (Quelle: eigene Darstellung; Angaben basieren auf Angaben der Unternehmen).

USA und eine weitere aus Singapur. Es fällt auf, dass es sowohl kostenpflichtige als auch kostenlose Onlineplattformen gibt. Darüber hinaus gibt es starke Unterschiede bezüglich der von den Betreibern veröffentlichten Angaben zu den Userzahlen ihrer Plattformen. Den höchsten Wert gibt Airbnb Inc. mit mehr als 150 Millionen Nutzer*innen seiner kommerziellen Onlineplattform Airbnb an, den geringsten Wert verzeichnet die Non-Profit-Organisation BeVolunteer, deren Onlineplattform BeWelcome achtzigtausend User*innen hat. Ein weiterer markanter Unterschied zwischen den zehn Betreibern zeichnet sich hinsichtlich der Verbreitung der jeweiligen Onlineplattform ab. Während PandaBed beispielsweise ausschließlich *peer-to-peer* Unterkünfte in Asien vermittelt, konzentrieren sich andere Betreiber auf eine globale Vermittlung.

Um den Stellenwert eines Unternehmens oder einer Organisation in Bezug auf *peer-to-peer* Wohntourismus ermessen zu können, wurde zunächst die in der Abbildung 1 zwei letztangeführten Kennzeichen herangezogen. Hierbei heben sich die beiden US-amerikanischen Unternehmen Airbnb Inc. (#1 in Abb. 1) sowie Couchsurfing International Inc. (#4 in Abb. 1) deutlich von den anderen ab. Sie verfügen über die zwei höchsten Userzahlen mit jeweils mehreren Millionen Nutzer*innen weltweit. Hervorzuheben ist zudem, dass die beiden Betreiber jeweils unterschiedliche Geschäftsmodelle inkorporieren. Die

Vermittlung von *peer-to-peer* Unterkünften ist bei Airbnb für die User*innen kostenpflichtig, die Nutzung von Couchsurfing ist für die User*innen hingegen nicht an verbindliche Kosten gebunden. Für die Bestimmung des Forschungsfeldes zur Untersuchung von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus schien es mit Blick auf diese allgemeine Recherche daher schlüssig, die Onlineplattformen Airbnb und Couchsurfing als Fallbeispiele zu wählen.⁸⁰

Nachdrücklich bekräftigt wurde dies durch die weiterführende Rezeption des jeweiligen wissenschaftlichen Forschungsstandes zu diesen beiden Onlineplattformen. Sowohl Airbnb als auch Couchsurfing sind bereits aus unterschiedlichen disziplinären Perspektiven heraus untersucht worden.⁸¹ Zusätzlich zu ihrer praktischen Relevanz, die sich aus den Userzahlen und der internationalen Verbreitung ergibt, können beide Onlineplattformen demnach zugleich eine wissenschaftlich-fundierte Relevanz behaupten. Dadurch heben sie sich erneut deutlich von den anderen acht Betreibern ab (vgl. Abb. 1).

Durch die Wahl dieser beiden Fallbeispiele war die für den Beginn der Feldforschung notwendige erste Spezifizierung des Forschungsfeldes vorgenommen worden. Darauf aufbauend, war als nächstes nach geeigneten Zugängen zu diesem zu suchen. Aufgrund des Ziels, möglichst immersiv in das Forschungsfeld einzutauchen, wurde für den ersten Zugang die online Registrierung bei beiden Onlineplattformen gewählt. Schließlich markiert dies den Beginn der Mitgliedschaft in der Praxisgemeinschaft des jeweiligen Netzwerkes (vgl. Kapitel 3.3).

Aus diesem Grund erfolgte am 19. Oktober 2015 die Registrierung bei Airbnb und am 17. August 2016 die initiale Anmeldung bei Couchsurfing. Der Abstand zwischen diesen beiden Zeitpunkten der Registrierung ergibt sich aus der unterschiedlichen Schwerpunktsetzung innerhalb des (n)ethnographischen Feldforschungsprozesses. Anfangs richtete sich der Fokus

⁸⁰ Bei einer erneuten Prüfung der Ergebnisse dieser Recherche im Frühjahr 2019 hat sich gezeigt, dass PandaBed, die Onlineplattform, die in Singapur gegründet wurde, mittlerweile nicht mehr existiert. Des Weiteren ist das Unternehmen 9flats PTE mit seiner in Deutschland gegründeten Onlineplattform nach Singapur umgezogen. Derartige Änderungen sind bei Airbnb und Couchsurfing nicht eingetreten. Die Wahl dieser beiden Onlineplattformen als Fallbeispiele erweist sich damit auch rückblickend als geeignet.

⁸¹ Der Forschungsstand zu Airbnb wird in Kapitel 5.1 wiedergegeben und diskutiert, der zu Couchsurfing in Kapitel 6.1. Die Auseinandersetzung mit der wissenschaftlichen Rezeption der zwei Onlineplattform wird genutzt, beide hinsichtlich ihrer jeweiligen Funktionen und Charakteristika vorzustellen. Aus der bisherigen wissenschaftlichen Auseinandersetzung werden zudem weitere Gründe abgeleitet, welche die Wahl Airbnbs und Couchsurfings als Fallbeispiele zusätzlich argumentativ fundieren.

verstärkt auf Airbnb als Fallbeispiel I, anschließend auf Couchsurfing als Fallbeispiel II. Die Registrierung auf beiden Onlineplattform machte es einerseits möglich, die infrastrukturellen Standardisierungen zu erkennen, zu erlernen und für die Analyse zu erheben (vgl. Kapitel 3.1). Andererseits erlaubte sie es, mit anderen User*innen in Kontakt zu treten und selbst als Host oder Gast aktiv zu sein.

Die Ausübung der Rollen von Host und Gast war insbesondere wichtig, um die Infrastruktur von Airbnb und Couchsurfing in ihrer Wirkmächtigkeit auch in *face-to-face* Begegnungen zwischen Nutzer*innen erfahren zu können. Im Fall von Couchsurfing konnten diesbezüglich Beobachtungen in beiden Rollen vorgenommen werden. Die Nutzung von Airbnb musste sich aufgrund rechtlicher Regulationen der Stadt Hamburg auf die Rolle des Gastes beschränken.⁸²

Für die Rolle des Gastes war es notwendig, selbst zu reisen. Eine *peer-to-peer* Unterkunft in Hamburg zu suchen, wenngleich die Stadt im eigenen Onlineprofil als aktueller Wohnort angegeben ist, widerspricht der Zielsetzung der beiden Onlineplattformen und scheint demnach wenig erfolgreich. Aus diesem Grund wurden Airbnb und Couchsurfing während des Forschungszeitraums in der Rolle des Gastes genutzt, um während privater und beruflicher Reisen in Deutschland, den USA und Japan (n)ethnographisch zu forschen.

Dieses Vorgehen trägt der globalen Ausdehnung der zwei Onlineplattformen von Airbnb und Couchsurfing zumindest partiell Rechnung (vgl. Abb. 1). Aus theoretischer Perspektive ist eine Ausweitung der Feldforschung auf unterschiedliche Länder jedoch als nicht erforderlich zu beurteilen. Wie in Kapitel 3.1 deutlich herausgearbeitet worden ist, lassen sich die Praxisgemeinschaften des *peer-to-peer* Wohntourismus vornehmlich über die ihnen eigenen infrastrukturellen Standardisierungen kennzeichnen. Daraus folgt, dass sich die Analyse der Praxisgemeinschaft einer spezifischen Onlineplattform insbesondere auf die ihr inhärenten

⁸² In der Stadt Hamburg können User*innen, die in einer Mietwohnung leben, nur dann Gastgeber*innen auf einer kostenpflichtigen Onlineplattform zur Vermittlung von *peer-to-peer* Unterkünften werden, wenn die ausdrückliche Zustimmung ihrer Vermieter*innen vorliegt. Im Fall der vorliegenden Arbeit konnte diese Zustimmung trotz ausführlicher Erklärungen des Forschungsinteresses und mehrfacher Bitte um erneute Prüfung der Entscheidung nicht eingeholt werden. Seit April 2019 hat sich diese Regulierung durch das Inkrafttreten des Hamburgischen Wohnraumschutzgesetzes noch weiter verschärft. Airbnb-Hosts müssen sich nun unter anderem bei der Stadt registrieren, eine sogenannte „Wohnraumschutznummer“ beantragen und diese in ihrem online Inserat anführen (vgl. Airbnb Helpcenter 2019a). Zusätzlich gibt es zeitliche Grenzen hinsichtlich der Vermietungsdauer und die Höhe der aus der Host-Tätigkeit erzielten Einnahmen werden automatisch an das jeweilig zuständige Finanzamt weitergeleitet (vgl. ebd.). Hamburg reagiert nicht als einzige Stadt mit derartigen rechtlichen Auflagen auf Airbnb, die Gründe für die Regulierung dieses Unternehmens werden im Zuge von Kapitel 5.1 ausführlich erläutert.

Normierungen konzentrieren muss (vgl. Kapitel 3.1). Übertragen auf die Untersuchung von Authentisierungen am Beispiel von Airbnb und Couchsurfing bedeutet dies, dass die User*innen dieser beiden Onlineplattformen vorrangig als Mitglieder der jeweiligen Onlineplattform und nicht als Staatsbürger*innen eines spezifischen Landes zu verstehen sind. Die Entscheidung, (n)ethnographische Forschung in Deutschland, den USA und Japan durchzuführen, leitet sich demnach weniger aus einer theoretischen oder methodischen Prämisse her, sondern ist praktisch begründet. Die Wahl der drei Länder ist Ergebnis der genutzten Möglichkeiten, während des dreijährigen Forschungsprozesses reisen zu können.

Die Chance, Reisen innerhalb Deutschlands zu unternehmen, eröffnete sich direkt durch die Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin im bereits angeführten Projekt *Tourismus 2.0*, da diese ohnehin die Teilnahme an relevanten wissenschaftlichen Veranstaltungen und Vernetzungstreffen vorsah. Die Möglichkeit, auch in den USA User*innen von Airbnb und Couchsurfing *face-to-face* zu treffen, ergab sich ebenfalls aus der Projektarbeit. Im Frühjahr 2017 wurde ein vierwöchiger Forschungsaufenthalt in San Francisco, Kalifornien, durchgeführt. Die Stadt ist deswegen gewählt worden, weil sowohl Airbnb Inc. als auch Couchsurfing International Inc. hier ihre jeweilige Unternehmenszentrale haben. Während des Forschungsaufenthaltes wurden daher nicht nur Begegnungen mit User*innen realisiert, es konnten auch wertvolle Kontakte zu Mitarbeiter*innen der beiden Unternehmen geknüpft und die beiden Zentralen besichtigt werden.

Im Fall von Airbnb gehen die dort gesammelten Beobachtungen und Gesprächsnotizen allerdings nur indirekt in die Analyse ein: Der Einlass in die nicht-öffentlichen Bereiche des Headquarters wurde an die Bedingung der Unterzeichnung einer strikten Verschwiegenheitsklausel geknüpft. Dies ist damit begründet worden, dass möglicherweise Einsicht in zentrale Betriebsgeheimnisse gewonnen werden kann. Aufgrund der Verschwiegenheitsklausel erscheint Airbnb Inc. als marktorientiertes Unternehmen, welches sich vor Konkurrenz anderer Wettbewerber schützen muss.

Ein weiterer Grund für diese und weitere protektive Maßnahmen mag in der starken Zunahme negativer Berichterstattungen über das Unternehmen und seine Onlineplattform liegen, welche dem Besuch der Firmenzentrale im Frühjahr 2017 voraus ging. Wissenschaftliche Studien hatten einen Zusammenhang zwischen urbanen Gentrifizierungsprozessen und dem Anstieg von über Airbnb vermittelten *peer-to-peer* Unterkünften festgestellt (vgl. u.a. Schäfer/

Braun 2016; Cocola Gant 2016; Sans/Quagliari Domínguez 2016; Guttentag 2017, 2015; Kapitel 5.1), welcher medial in vielen Ländern aufgegriffen und breit diskutiert worden war. Diese Zunahme negativer Darstellungen wird dazu geführt haben, dass das Unternehmen insbesondere wissenschaftlich motivierten Anfragen gegenüber zurückhaltend agiert. Ein Termin in der Zentrale von Airbnb Inc. ist demnach auch erst dann arrangiert worden, als dieser stellvertretend über Chenyu Zheng, der Initiatorin des Projektes *365 days on Airbnb* (www.365daysonairbnb.com) angefragt worden ist. Trotzdem wurde ihm erst verbindlich zugestimmt, nachdem dem Unternehmen ein tabellarischer Lebenslauf, eine Zusammenfassung des Forschungsinteresses sowie eine Liste der bisherigen Publikationen zu Airbnb samt englischer Inhaltsangabe zugesendet worden ist.

Auch abseits der Organisation des Besuchs der Firmenzentrale von Airbnb Inc., hat das Treffen mit Chenyu Zheng die durchgeführte Feldforschung bereichert. Als sich im Zuge der Vorbereitungen für den anstehenden Feldforschungsaufenthalt herausstellte, dass sie sich zur selben Zeit in San Francisco aufhalten würde, war per E-Mail um ein Treffen und ein Interview gebeten worden. Chenyu übernachtete für ihr Projekt mehr als ein Jahr lang ausschließlich in über Airbnb gebuchten *peer-to-peer* Unterkünften. Hierfür blieb sie mitunter länger in derselben Stadt, wechselte aber die Übernachtungsmöglichkeiten regelmäßig. Auf ihrer Homepage beschreibt sie dies als „traveling within the city“ (Zheng o. J.). Obwohl Chenyu während ihres Projektes nicht offiziell von dem Unternehmen unterstützt wurde, hat sie durch diese Aktion die Aufmerksamkeit der drei Gründer von Airbnb Inc., Brian Chesky, Joe Gebbia und Nathan Blecharczyk, auf sich ziehen können. Dies ermöglichte es ihr dann auch, das angefragte Interview in Airbnbs Firmenzentrale stattfinden zu lassen und mit einem dortigen Besichtigungstermin zu verbinden.

Im Fall von Couchsurfing war es ungleich einfacher, Zugang zum Headquarter zu erhalten und mit dortigen Mitarbeiter*innen zu sprechen. Während des Feldforschungsaufenthaltes lud Couchsurfing International Inc. seine User*innen zu einer „Movie Night“ in der Couchsurfing-Zentrale ein. Auf diese Weise konnte das Büro des Unternehmens am 24. Mai 2017 zusammen mit anderen Nutzer*innen besucht werden. Vor Ort wurde das Forschungsinteresse in Kontakt mit anderen User*innen und den anwesenden Mitarbeiter*innen offengelegt und traf auf positive Resonanz. Ein Mitarbeiter erklärte sich für ein späteres Interview bereit. Couchsurfing ist von der kritischen Berichterstattung zu urbaner

Gentrifizierung ausgeschlossen, da dieser Zusammenhang bislang nur für kostenpflichtige Onlineplattformen des *peer-to-peer* Wohntourismus aufgezeigt werden konnte. Wesentlicher Grund hierfür ist die hohe Anzahl an User*innen, die diese Onlineplattformen nutzen (vgl. Abb. 1).

Zusätzlich zu dem Feldforschungsaufenthalt in den USA wurden zwei weitere Aufenthalte in Japan durchgeführt. Die Wahl dieses Landes als Destination im *peer-to-peer* Wohntourismus gründete auf den bestehenden engen wissenschaftlichen Austauschbeziehungen zwischen Deutschland und Japan sowie auf einem persönlichen Interesse. Mithilfe des Wissenschaftsaustauschprogramms zwischen der Universität Hamburg und der Osaka City University konnte im November 2017 ein dreiwöchiger Feldforschungsaufenthalt in Japan realisiert werden. Da sich der Zugang zum Forschungsfeld vor Ort trotz Vorbereitung vor allem aufgrund der Sprachbarriere als schwierig erwies,⁸³ wurde im Herbst 2018 ein zweiter Aufenthalt mit Unterstützung durch die Forschungsbeihilfe der japanisch-deutschen *Yamaoka Memorial Foundation* organisiert.

Erschwerend kam in diesem Fall jedoch hinzu, dass sich im Vorfeld des Feldforschungsaufenthaltes die rechtliche Situation in Japan für die temporäre Vermietung von *peer-to-peer* Wohnungen umfassend geändert hatte und Airbnb stark reguliert wurde. Dies hatte zur Folge, dass im Juni 2018 – kurz vor Inkrafttreten dieser neuen Gesetze – beinahe 80% der Airbnb-Inserate in Japan durch das Unternehmen gelöscht wurden (vgl. McCurry 2018). Vor diesem Hintergrund war es zwar nicht einfach, über Airbnb verfügbare Unterkünfte zu finden. Dennoch konnte diesmal, auch in Verbindung mit der konstruktiven Nutzung der Erfahrungen während des ersten Feldforschungsaufenthaltes, leichter Kontakt zu Airbnb-Gastgeber*innen in verschiedenen Städten auf Honshū, der größten Insel Japans, hergestellt werden.

Zusätzlich zu der Nutzung der beiden Onlineplattformen als Host oder Gast, hat sich der Besuch von einschlägigen Veranstaltungen für die (n)ethnographischen Forschung als wertvoll erwiesen. Diese wurden entweder vom jeweiligen Unternehmen selbst oder von anderen User*innen organisiert und ermöglichten es, weiteren Zugang zum Feld zu erhalten und Kontakte zu knüpfen. Hierunter fallen beispielsweise die Teilnahme an einer Airbnb

⁸³ Die Bedeutung der jeweilig gesprochenen Sprache wird im Zuge der Auseinandersetzung mit der qualitativen Methode des leitfadengestützten Interviews in Kapitel 4.2.2 erneut thematisiert.

Office Tour in Berlin im Dezember 2015, die bereits erwähnte Movie Night in der Couchsurfing-Zentrale im Mai 2017 oder der Besuch der Airbnb-Ausstellung des „Berlin #LiveThere Hauses“, welche vom 14. bis zum 16. Juli 2016 in Berlin durchgeführt wurde.

Im Fall von Couchsurfing ist diesbezüglich vor allem die *Hangout*-Funktion der App hervorzuheben. User*innen teilen hier über GPS ihren Standort, woraufhin sie die Möglichkeit haben, in einem Post Interesse an gemeinsamen Aktivitäten kundzutun. Ihnen werden sodann andere Nutzer*innen, welche die *Hangout*-Funktion ebenfalls aktiviert haben und sich in ihrer Nähe befinden, angezeigt, sodass sie sich untereinander für konkrete Treffen verabreden können. Für die eigene Forschungstätigkeit war sie ein hilfreiches Tool, um andere Nutzer*innen kennenzulernen.

Die Verknüpfung mit dem Projektkontext *Tourismus 2.0* macht es darüber hinaus möglich, vier Interviews mit relevanten Akteur*innen, die nicht zwingend Airbnb- oder Couchsurfing-User*innen sind, in die Analyse einzubinden. Da die dort gestellten Fragen eng mit denen des entwickelten Interviewleitfadens zusammenhängen, sind diese Interviews als Ergänzung zu den 36 leitfadengestützten Interviews mit Nutzer*innen zu verstehen (vgl. Kapitel 4.2.2). Es handelt sich um ein kurzes Telefongespräch mit einer für Airbnb tätigen Fotografin sowie drei Interviews, die Thomas Frisch im Rahmen des Projektes geführt hat. Er hat zwei Anti-Airbnb-Aktivistinnen interviewt und mit einem Mitarbeiter eines städtischen Büros zur Kontrolle von kostenpflichtigen Onlineplattformen zur Vermittlung von *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten gesprochen.

Nachdem anhand der Bestimmung eines Forschungsfeldes sowie der Wahl von geeigneten Zugängen zu diesem bereits umfassende Einblicke in den Untersuchungsprozess gegeben worden sind, sind abschließend noch zwei weitere Abwägungen anzuführen, die handlungsleitend für das gesamte Vorgehen während der (n)ethnographisch orientierten Forschung waren. Dies betrifft zum einen die ethische Frage nach der eigenen Rolle im Feld, zum anderen die Wahl des Zeitpunktes für die Beendigung der explorativen Untersuchung der Authentisierungsprozesse bei Airbnb und Couchsurfing.

Die erste Abwägung betrifft die gründliche Reflexion über das eigene Eingebundensein im Forschungsfeld. Die Qualität einer durchgeführten Feldforschung ist wesentlich davon abhängig, wie umfangreich die Forschenden sich Zugang zum Feld verschaffen konnten und

inwiefern sie von den dort Anwesenden akzeptiert und inkludiert worden sind (vgl. Coffey 2018: 37; Flick 2012: 29). In der Praxis erfordert dies ein sorgfältiges Ausbalancieren von Nähe und analytischer Distanz (vgl. u.a. Thomas 2019: 40f.; Coffey 2018: 39f.; Hitzler 2011: 49; Murchison 2010: 31).

Für die empirische Forschung der vorliegenden Arbeit wurde das Ausbalancieren vor allem durch die Transparenz der eigenen Forschungstätigkeit vorgenommen. In jeder Interaktion ist diese offengelegt worden, zusätzlich wurde sie im jeweiligen Onlineprofil auf Airbnb und Couchsurfing angeführt. Auf diese Weise konnten andere User*innen stets erkennen, dass die Mitgliedschaft in ihrer Praxisgemeinschaft primär aus einer wissenschaftlichen Motivation heraus erfolgte. Darüber hinaus – und dies unterscheidet die durchgeführte Feldforschung deutlich von anderen (n)ethnographischen Untersuchungen – war es durch das reziproke Bewertungssystem von Airbnb und Couchsurfing möglich, ein direktes Feedback zur eigenen Position im Feld zu erhalten. Die erhaltenen positiven Bewertungen ermöglichten wiederum ein weiteres Vorsingen ins Feld, da diese unter User*innen als Nachweis von Vertrauenswürdigkeit von Nutzer*innen interpretiert werden (vgl. Frisch/Stoltenberg 2018).

Die zweite Abwägung betrifft die Bestimmung des Zeitpunktes für den Abschluss des Forschungsprozesses. Wie in den einleitenden Worten zu Kapitel 4 bereits dargelegt worden ist, zeichnet sich ein (n)ethnographisch fundierter Forschungsprozess grundsätzlich dadurch aus, dass dieser ohne eine vorab vollständiges entwickeltes Forschungsdesign betrieben wird. Daraus folgt unter anderem, dass während des Prozesses selbst zu bestimmen ist, wann eine explorative Forschung als abgeschlossen gewertet werden kann. Hierfür bietet das Prinzip der theoretischen Sättigung oder des theoretischen Samplings eine essentielle Orientierung (vgl. u.a. Thomas 2019: 51; Coffey 2018: 33; Hitzler 2011: 49f.). Dieses Prinzip besagt, dass die Entscheidung darüber, wer oder was in den Feldforschungsprozess noch einbezogen wird, stets auf Grundlage theoretischer Überlegungen zu treffen und vor dem Hintergrund der bisherigen Ergebnisse zu reflektieren ist (vgl. Strauss 1998: 70).

Die vorliegende Arbeit hat durch die Entwicklung der Grundthesen einer Soziologie des Wohnens (vgl. Kapitel 2) und durch die definitorische Beschreibung von *peer-to-peer* Wohntourismus (vgl. Kapitel 3) bereits essentielle theoretische Grundlagen gelegt. Im Verlauf des Feldforschungsprozesses wurden empirisch gewonnene Ergebnisse gemäß des Prinzips der theoretischen Sättigung stets mit Blick auf diese Grundlagen reflektiert. Aufgrund dessen

konnte auch der Zeitpunkt einer derartigen Sättigung bestimmt werden.⁸⁴ Die Feldforschung endete nach drei Jahren im Herbst 2018.

Zusammenfassend lässt sich der dreijährige (n)ethnographisch ausgerichtete Forschungsprozess zu Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus durch fünf Besonderheiten beschreiben. Er zeichnet sich erstens durch seine Einbettung in das Drittmittelprojekt *Tourismus 2.0* aus. Zweitens ist er durch die Entscheidung für Airbnb und Couchsurfing als zu untersuchende Fallbeispiele charakterisiert. Darauf aufbauend ist er drittens über die verschiedenen gewählten Zugänge zu diesem derart konstituierten Forschungsfeld gekennzeichnet. Als viertes Kennzeichen ist die Durchführung von Feldforschung in Deutschland, den USA und Japan hervorzuheben. Fünftens ist die Abhängigkeit der Forschung von der eigenen Position im Feld sowie die damit einhergehende Verantwortung zu betonen.

Durch diese fünf Aspekte wird der Forschungsprozess allgemein beschrieben. Fragen danach, mithilfe welcher qualitativer Methoden Daten gesammelt wurden, in welcher Form diese vorliegen und wie diese für die Analyse ausgewertet wurden, stehen im Zentrum des nachfolgenden Kapitels.

⁸⁴ Das gewählte Sampling wird erneut in Kapitel 4.2.1 aufgegriffen werden, wenn die teilnehmende Beobachtung als Methode mitsamt ihren Auswertungsverfahren im Fokus steht. Schließlich weist es direkte Konsequenzen für die Möglichkeiten der Auswertung auf.

4.2 (N)Ethnographische Methoden

Grundsätzlich wird eine Methodentriangulation⁸⁵, eine Verwendung mehrerer Methoden, bei qualitativ forschenden Arbeiten ausdrücklich empfohlen (vgl. Denzin/Lincoln 2011: 5; Flick 2011: 54f.). Für die Untersuchung der drei für *peer-to-peer* Wohntourismus identifizierten Arten von Authentisierungen am Beispiel der Onlineplattformen Airbnb und Couchsurfing haben sich während der Feldforschung zwei qualitative Methoden in ihrer Kombination als relevant erwiesen: teilnehmende Beobachtung und das Führen leitfadengestützter Interviews. Die erste Methode, teilnehmende Beobachtung, wurde hierbei sowohl im Sinne eines klassischen ethnographischen Forschungsstils verwendet als auch in Bezug auf Aspekte, die in der Fachliteratur einer netnographisch orientierten Forschungsstrategie zugerechnet werden. Sie hat sich daher als zentral für die durchgeführte Untersuchung erwiesen.

Wie beide Methoden die Untersuchung von Prozessen der Authentisierung im *peer-to-peer* Wohntourismus am Beispiel von Airbnb und Couchsurfing geprägt haben und welche Daten gewonnen werden konnten, erklären die folgenden zwei Unterkapitel.

Kapitel 4.2.1 widmet sich diesbezüglich der Erläuterung der Methode der teilnehmenden Beobachtung und legt dar, wie Beobachtungen während des Forschungsprozesses protokolliert worden sind. Da sich die Analyse der teilnehmenden Beobachtungen an einem Vorgehen orientiert, welches aufbauend auf den leitfadengestützten Interviews entwickelt worden ist, enthält Kapitel 4.2.1 nur knappe Erläuterungen zur erfolgten Auswertung der protokollierten Daten. Ausführlich wird dies im anschließenden Kapitel 4.2.2 dargelegt, wenn die Methode des leitfadengestützten Interviews als Erhebungsmittel zur Untersuchung von Authentisierungen bei Airbnb und Couchsurfing im Fokus steht. In diesem Kapitel wird zudem kurz auf die in Kapitel 4.1 bereits erwähnten zusätzlichen vier Interviews eingegangen, die mit relevanten Airbnb-Akteur*innen geführt worden sind.

⁸⁵ Beschreibt Triangulation zunächst den allgemeinen Versuch, mehrere Perspektiven auf einen Untersuchungsgegenstand innerhalb der empirischen Forschung einzunehmen (vgl. Bryman 2016: 386; Flick 2011: 12), kann im Speziellen zwischen vier Arten der Triangulation unterschieden werden: „Bei der Datentriangulation wird der Gegenstand anhand von unterschiedlichen Datenquellen untersucht, bei der Methodentriangulation anhand von verschiedenen methodischen Perspektiven, bei der Investigator-Triangulation anhand mehrerer Beobachter*innen oder Interviewer*innen, bei der Theorietriangulation anhand verschiedener Theoriezugänge“ (Thomas 2019: 51).

4.2.1 Teilnehmende Beobachtungen

Das zentrale Erhebungsinstrument des dreijährigen Forschungsprozesses zur Zuschreibung von Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus ist die Methode der teilnehmenden Beobachtung. Dies ist dadurch begründet, dass sie sich nicht nur für die Untersuchung von *face-to-face* Begegnungen mit Airbnb- und Couchsurfing-User*innen sowie anderen relevanten Akteur*innen eignet, sondern ebenso die Erforschung der Bedingungen der Mitgliedschaft in den jeweiligen Praxisgemeinschaften der als Fallbeispiele gewählten Onlineplattformen möglich werden lässt. Sie erlaubt es folglich, dem Verschwimmen der Grenzen zwischen Ethnographie und Netnographie Rechnung zu tragen. Damit einhergehend ist es ihr möglich, eine Vielzahl ganz unterschiedlicher Situationen zu erheben. Für die Untersuchung von Authentisierungsprozessen im *peer-to-peer* Wohntourismus gehen daher insgesamt 30 teilnehmende Beobachtungen aus *face-to-face* Interaktionen in Deutschland, den USA und Japan sowie insgesamt acht Protokollierungen aus der Nutzung der jeweiligen Onlineplattform als Userin ein.⁸⁶

Im Folgenden werden der herausragende Stellenwert dieser Methode, die für die teilnehmende Beobachtung ausgeübten Rollen sowie das notwendige Ausbalancieren von Nähe und Distanz in der Verwendung dieser Methode ausführlich erläutert. Daran anschließend folgen Erklärungen zur Art der Protokollierung von gemachten Beobachtungen und zu ihrer Auswertung.

Grundsätzlich ist der teilnehmenden Beobachtung und dem Forschungsstil der (N)Ethnographie dieselbe Zielsetzung inhärent. Auch die qualitative Methode sieht eine Immersion ins Forschungsfeld vor, eine „persönliche Teilnahme des Sozialforschers bzw. der Sozialforscherin an der Praxis derjenigen, über deren Handeln und denken er bzw. sie Daten erzeugen [möchte]“ (Lüders 2011: 151). Aus diesem Grund ist die teilnehmende Beobachtung oftmals die elementare Methode in ethnographisch fundierten Forschungsarbeiten (vgl. Knoblauch/Vollmer 2019: 607f.; Flick 2012: 287; O’Reilly 2007: 84ff.). Ebenso fundamental ist sie für Arbeiten, welche die Netnographie als Forschungsstrategie gewählt haben. Denn Netnographie ist definiert als „participant-observational research based in online

⁸⁶ Wie bereits im vorausgegangenen Kapitel sei auch an dieser Stelle noch einmal darauf verwiesen, dass im Anhang der vorliegenden Arbeit der *Feldforschungsprozess im Überblick* eine chronologische Übersicht zu relevanten Erhebungsmomenten anführt.

fieldwork“ (Kozinets 2010: 60). Trotz dieser Gemeinsamkeit zwischen Ethnographie beziehungsweise Netnographie und der teilnehmenden Beobachtung ist zu betonen, dass diese keine Gleichsetzung impliziert – es ist zwischen übergeordneter Forschungshaltung und Methode zu unterscheiden (vgl. Thomas 2019: 70; Flick 2012: 296f.).

Vor diesem Hintergrund ist es nicht überraschend, dass sich die teilnehmende Beobachtung auch im Rahmen der (n)ethnographisch ausgerichteten Untersuchung von Prozessen der Authentisierung bei Airbnb und Couchsurfing als essentiell erwiesen hat. Sie hat sich hier insbesondere deswegen als zentrale Methode behaupten können, weil sie klassische, ethnographische Feldforschung mit netnographischer verbindet: Gegenstand der teilnehmenden Beobachtungen sind demnach nicht nur *face-to-face* Interaktionen mit Hosts, Gästen oder anderen relevanten Akteur*innen, sondern ebenso primär digital basierte Interaktionen mit den Mitgliedern der Praxisgemeinschaften der beiden Onlineplattformen sowie mit der Infrastruktur selbst (vgl. Kapitel 3.3).

Für die Analyse von Authentisierungsprozessen im *peer-to-peer* Wohntourismus bedeutet dies, dass sich für die teilnehmende Beobachtung ein Vielzahl von potenziellen Datenquellen ergibt. Aus diesem Grund wurde auch die Nutzung der Webseiten der beiden Onlineplattformen im Rahmen dieser Methode protokolliert, es wurden dort eingebettete Videos und Bilder ebenso berücksichtigt wie von den Betreibern auf ihren Plattformen veröffentlichte Mitteilungen. Eine derart umfassende Anwendung teilnehmender Beobachtung geht mit dem Einnehmen mehrerer Rollen im Feld einher.

Damit sichergestellt ist, dass Forschenden während ihres Feldaufenthaltes primär Beobachtungen machen, welche tatsächlich charakteristisch für ihr definiertes Forschungsfeld sind, wird grundsätzlich eine „methodisch kontrollierte Rollenübernahme“ (Lamnek/Krell 2016: 544) empfohlen. Dies bedeutet, dass Forschende im Feld Rollen einnehmen, die bereits existieren. Hierdurch wird vermieden, Beobachtungen aus einer konstruierten Perspektive heraus zu machen.

Für die (n)ethnographische Forschung zu Airbnb und Couchsurfing gab es drei bereits im Feld existierende Rollen, die sämtlich für die teilnehmende Beobachtung eingenommen wurden. Es handelt sich (1) um die Rolle der Userin, welche die infrastrukturelle Interaktion mit anderen Mitgliedern der Praxisgemeinschaft – Nutzer*innen und Betreibern – in den Fokus rückt; (2) die Rolle der Gastgeberin, welche das Anbieten einer *peer-to-peer* Unterkunft, die Kommunikation mit potenziellen Gästen sowie das Empfangen von Gästen beinhaltet; (3) die

Rolle des Gastes, in der eine *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit mithilfe von Airbnb und Couchsurfing gesucht, gefunden und als solches genutzt wird.

In jeder dieser drei Rollen wurden teilnehmende Beobachtungen gemacht, jede der Rollen setzt einen anderen Schwerpunkt in Hinblick auf die Untersuchung von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus. Es ist hervorzuheben, dass die Rollen von Host und Gast sich natürlich erst in der Konsequenz der Rolle einer Userin ergeben können. Eine Gastgeberin ist zugleich immer auch als Userin einer Onlineplattform zu kennzeichnen, ein Gast ebenso. Dadurch ermöglichten es diese beiden Rollen, auch als Host und Gast Einsichten in primär infrastrukturelle Aspekte des Feldes zu gewinnen.

Durch die Einnahme der drei Rollen war es zu Beginn der Forschung möglich, bereits während der initialen Registrierung auf den beiden Onlineplattformen in der Rolle einer neuen Userin erste Beobachtungen von strukturierenden Einflussnahmen der *hospitality networks* beider Unternehmen zu machen. Den Auftakt dieser Art der teilnehmenden Beobachtungen markiert folglich die Registrierung bei Airbnb am 19. Oktober 2015 sowie die Registrierung bei Couchsurfing am 17. August 2016 (vgl. Kapitel 4.1). Die Anmeldung auf beiden Plattformen ließ Material verfügbar werden, welches Nutzer*innen in ihren persönlichen Onlineprofilen sowie durch die Beschreibungen ihrer *peer-to-peer* Unterkünfte mit ihrer jeweiligen Praxisgemeinschaft teilten. Sofern es relevant für die Untersuchung von Authentisierungen bei Airbnb und Couchsurfing war, wurde dieses Material im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung erhoben.

Die Einsichten in das Forschungsfeld, welche in der Rolle der Userin gewonnen wurden, wurden durch weitere Beobachtungen hinsichtlich des Aufbaus und der Inhalte der jeweiligen Webseiten von Airbnb und Couchsurfing erweitert. Hier eingebettete Formen der Selbstdarstellung der betreibenden Unternehmen, wie etwa Videomaterial oder Pressemeldungen, galt es ebenfalls im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung zu protokollieren. Schließlich sind professionelle Akteur*innen des Tourismus unter Rückgriff auf die von MacCannell identifizierte Denkfigur der Differenz von Vorder- und Hinterbühne als wesentliche Autoritäten von Authentisierungen bestimmt worden (vgl. Kapitel 3.2).

Ausgehend von der Rolle der Userin, erweitern insgesamt sechs teilnehmende Beobachtungen als Couchsurfing-Host diese Einsichten durch *face-to-face* Begegnungen mit anderen User*innen. Die Rolle einer Airbnb-Gastgeberin ließ sich aufgrund der strikten rechtlichen

Regulierung von Kurzzeitvermietungen in Hamburg nicht einnehmen (vgl. Kapitel 4.1). Für die Rolle des Couchsurfing-Hosts wurde im persönlichen Onlineprofil vermerkt, dass es potenziell die Bereitschaft gebe, andere User*innen als Gäste aufzunehmen. Jede erhaltene Anfrage wurde zunächst dahingehend geprüft, für wie viele Personen und wie lang eine *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit angefragt wird, ob es sich zeitlich umsetzen ließ und ob das Profil des zukünftigen Gastes positive Bewertungen anderer Nutzer*innen enthält. Zuletzt war es auch notwendig, das Einverständnis meiner zwei damaligen Mitbewohner*innen einzuholen.⁸⁷ Wenn diese verschiedenen Aspekte für die Aufnahme von Couchsurfing-Gästen sprachen, wurde diesen mein eigenes Zimmer zur Verfügung gestellt.

In der Rolle eines Airbnb- oder Couchsurfing-Gastes wurden insgesamt 14 teilnehmende Beobachtungen in *face-to-face* Interaktionen mit Gastgeber*innen der beiden Onlineplattform gemacht (vgl. ebd.). Bei anstehenden beruflichen oder privaten Reisen wurde in Abstimmung mit dem jeweiligen Stand des Forschungsprozesses geprüft, inwiefern sich über Airbnb oder Couchsurfing eine *peer-to-peer* Unterkunft finden ließ. Wenn Angebote verfügbar waren und die dazugehörigen Gastgeber*innen positive Bewertungen hatten, wurde eine Anfrage für Aufenthalte mit meist zwei Übernachtungen verschickt. Für die Wahl von zwei Übernachtungen sprachen vornehmlich zwei verschiedene Abwägungen. Auf der einen Seite sollte ausreichend Zeit für die Interaktion mit den Hosts und ihrer Unterkunft zur Verfügung stehen. Auf der anderen Seite musste zugleich genügend Zeit für das Anfertigen von Beobachtungsprotokollen einkalkuliert werden.

In den beiden Rollen von Host und Gast gab es darüber hinaus mehrmals im Forschungsprozess die Möglichkeit, andere Nutzer*innen der beiden Onlineplattformen auf Veranstaltungen und Events kennenzulernen und die gemachten Beobachtungen ebenfalls in die Analyse von Authentisierungsprozessen bei Airbnb und Couchsurfing einfließen zu lassen. Wie im vorherigen Kapitel bereits angeführt, hatte sich diesbezüglich insbesondere die *Hangout*-Funktion der Couchsurfing-App als hilfreiches Tool erwiesen. Ein anderes Beispiel für derartige Veranstaltungen ist der Besuch zweier Airbnb-*Meetups* im Mai 2017, die das Unternehmen während des Feldforschungsaufenthaltes in den USA organisiert hatte. Es gehen

⁸⁷ Im Zuge der Analyse zu Couchsurfing wird in Kapitel 6.2.4 eine (n)ethnographische Vignette angeführt, welche die Rolle der beiden Mitbewohnerinnen während der Tätigkeit als Couchsurfing-Gastgeberin detaillierter darlegt. Die Vignette beschreibt die Aushandlung um die Übergabe des Wohnungsschlüssels an einen Gast.

zehn Beobachtungen derartiger Events in die Analyse der Authentisierungsprozesse bei Airbnb und Couchsurfing ein.

Unabhängig davon, welche Rolle im Rahmen der (n)ethnographisch fundierten Feldforschung ausgeübt wurde, ist insbesondere auf das sorgsame Ausbalancieren von Nähe und Distanz zu achten. Dies war zuvor in Kapitel 4.1 unter dem Aspekt der Forschungsethik angeführt worden. In Bezug auf die Methode der teilnehmenden Beobachtung wird dieses Ausbalancieren mitunter als ein „apparent paradox“ (Murchison 2010: 84) bezeichnet, da diese Methode in ihren Namen bereits die scheinbar konträren Tätigkeiten von Teilnahme und Beobachtung miteinander verbindet (vgl. Thomas 2019: 69f.; Murchison 2010: 84ff.; Lüders 2010: 383).

Für Forschende zeigt sich dieses Paradox in der Praxis in der Kernaufgabe der teilnehmenden Beobachtung: „In order to be accepted and talked to and have people share their experiences and their ideas with you, you have to gain trust and establish friendships, while all the time you are never completely *in*“ (O’Reilly 2007: 96; Herv. i. O.). Mithilfe von Vertrauen können soziale Beziehungen zu den im Feld anwesenden Personen aufgebaut werden, wodurch es leichter gelingen kann, adäquate Einblicke in deren Erlebnisse und Wahrnehmungen zu erhalten. Zugleich ist darauf zu achten, dass ein vollständiges Aufgehen im Forschungsfeld, ein „completely in“, vermieden wird. Es würde den Verlust der Beobachterrolle bedeuten und ist im Zuge der Methodendiskussion zur teilnehmenden Beobachtung als *going native* kritisiert worden (vgl. u.a. Thomas 2019: 21ff.; Lamnek/Krell 2016: 543f.; Bryman 2016: 433; Flick 2012: 291ff.).

Zugleich ist in diesem Kontext zu betonen, dass die teilnehmende Beobachtung als Methode keinesfalls mit geheimer, verdeckter Ermittlung gleichzusetzen ist (vgl. Murchison 2010: 48).⁸⁸ Im Gegenteil, sie erfordert eine gründliche Reflexion über die eigene Forschungsethik, um darauf aufbauend das Verhältnis zwischen Nähe und Distanz zum Forschungsfeld auszutarieren (vgl. Lüders 2011: 153; Murchison 2010: 78ff.; Kapitel 4.1).

Für die Untersuchung von Authentisierungen in Airbnbs und Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus wurde diese Balance während des Forschungsprozesses mithilfe von fünf

⁸⁸ Es sei an dieser Stelle erwähnt, dass es durchaus die Möglichkeit der verdeckten Beobachtung innerhalb des qualitativen Methodenrepertoires gibt. Wird sie im öffentlichen Raum als relativ unproblematisch gesehen, wirft sie bei anderen Forschungsfeldern jedoch eine Reihe ernstlicher ethischer und rechtlicher Probleme auf (vgl. Knoblauch/Vollmer 2019: 608).

Maßnahmen ausgehandelt. Hierzu zählen die (1) Offenlegung des Erkenntnisinteresses im Onlineprofil, die (2) Offenlegung des Erkenntnisinteresses bei Kontaktaufnahme, die (3) Offenlegung des Erkenntnisinteresses bei *face-to-face* Treffen, die (4) Anonymisierung von Namen sowie eine (5) reflektierende Protokollierung von Beobachtungen.

- (1) Als erste Maßnahme ist die Offenlegung des eigenen wissenschaftlichen Erkenntnisinteresses im persönlichen Onlineprofil bei Airbnb und Couchsurfing zu nennen. In beiden Profilen wurde dieses kurz auf Deutsch und auf Englisch dargelegt. Auf diese Weise war potenziell für jedes Mitglied der beiden Praxisgemeinschaften ersichtlich, dass die Verwendung des jeweiligen *hospitality networks* primär aus einem Forschungsinteresse heraus vollzogen wurde.
- (2) Die zweite Maßnahme betrifft diese Art der Offenlegung in der direkten online Kontaktaufnahme mit anderen User*innen. Bei Airbnb und Couchsurfing wird diese Kommunikation über die internen Messenger-Dienste der beiden Onlineplattformen abgewickelt. Hier wurde zu Beginn stets noch einmal explizit hervorgehoben, dass die jeweilige Onlineplattform als Forschende genutzt wird. Zeigten Nutzer*innen Interesse an der Fragestellung der Forschungsarbeit, indem sie Rückfragen stellten oder weitere Informationen wünschten, wurde das Vorhaben ausführlicher dargelegt.
- (3) Zusätzlich zu diesen Situationen kam die teilnehmende Beobachtung auch während des Besuchs von insgesamt zehn Airbnb- und Couchsurfing-Veranstaltungen zum Einsatz (vgl. Kapitel 4.1). Da diese Events eine vorherige online Anmeldung erforderten, hatten die anderen Besucher*innen die Möglichkeit, über das angelegte persönliche Onlineprofil von der Forschungstätigkeit zu erfahren. Zusätzlich wurde diese, als dritte Maßnahme, in derartig hergestellten *face-to-face* Interaktionen in allgemeinen Worten kurz beschrieben.
- (4) Trotz dieser auf dreifache Weise hergestellten Transparenz ist nicht davon auszugehen, dass tatsächlich sämtliche User*innen, deren Texte, Praktiken und Bilder im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung protokolliert wurden, davon Kenntnis genommen haben. Um den Schutz personenbezogener Daten zu gewährleisten, wurden daher sämtliche Namen von User*innen für die Auswertung der beiden untersuchten Fallbeispiele anonymisiert. Denjenigen Nutzer*innen von Airbnb und Couchsurfing, zu denen ein persönlicher Kontakt aufgebaut worden war, ist die Anonymisierung ihrer Namen ohnehin zugesichert worden. Die einzige Ausnahme bildet hierbei Chenyu Zheng (vgl. ebd.), die der Angabe ihres Namens zugestimmt hat. Von dieser Ausnahme abgesehen, stellt die

Anonymisierung von Namen die vierte Maßnahme zum Ausbalancieren von Nähe und Distanz dar.

- (5) Die fünfte Maßnahme ist die reflektierende Protokollierung der gemachten teilnehmenden Beobachtungen. Grundsätzlich ist das Anfertigen von Notizen und detaillierten Protokollen grundlegende Aufgabe, wenn teilnehmende Beobachtungen als qualitative Methode verwendet werden (vgl. u.a. Thomas 2019: 108ff.; Coffey 2018: 47f.; Jorgensen 1989: 96ff.). Doch für die (n)ethnographisch orientierte Feldforschung zu Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus hat sich dies nicht nur für die Erhebung relevanter Daten als essentiell erwiesen. Es war darüber hinaus ein wichtiges Instrument, um die Balance von Nähe und analytischer Distanz während des Forschungsprozesses austarieren zu können.

Durch jede dieser fünf Maßnahmen wurde der möglichen Gefahr von *going native* begegnet. Sie alle halfen dabei, zwischen notwendiger Nähe und wissenschaftlicher Distanz zum Forschungsfeld zu vermitteln. Das zuletzt angeführte Merkmal, die Protokollierung der teilnehmenden Beobachtung, stellt dabei zugleich dasjenige Vorgehen dar, durch welches die Inhalte einer Beobachtung festgehalten und somit der Analyse zugänglich gemacht werden.

Für die Protokollierung teilnehmender Beobachtungen gibt es unterschiedliche Arten, eine Beobachtung festzuhalten. Im Allgemeinen lassen sich drei Typen von Protokollierungen unterscheiden (vgl. Knoblauch/Vollmer 2019: 611): „Fortlaufende Beschreibungen“ erfassen die Abläufe einzelner Ereignisse oder Handlungen; „analytische Memos“ enthalten bereits erste Ideen zur Interpretation des Beobachteten; „persönliche körperliche Eindrücke, Gefühle und subjektives Wissen“ reflektieren eigene Empfindungen.

Unabhängig von der jeweils ausgeübten Rollen fand jeder dieser drei Typen von Protokollierungen im Zuge des Forschungsprozesses zur Zuschreibung von Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus Anwendung. Waren es zu Beginn vermehrt fortlaufende Beschreibungen, konnten aufbauend auf diesen bei fortgeschrittenem Prozess der Feldforschung vermehrt analytische Memos verfasst werden. Aus theoretischer Perspektive ist der dritte Typus von besonderer Relevanz, weil innerhalb der Erarbeitung der Soziologie des Wohnens auf die Bedeutung subjektiver Wahrnehmung für die Konstitution von Wohnraum hervorgehoben worden ist (vgl. Kapitel 2.1.3). Diese Art der Protokollierung ist demnach

insbesondere in der Rolle von Host und Gast essentiell, da sie Aufschluss darüber gibt, wie gemeinsames Bewohnen von Host und Gast sowie das temporäre Bewohnen des Gastes geprägt und bestimmt wird. Aus diesem Grund wurden für teilnehmende Beobachtungen neben visuellen Eindrücken, auch informelle Gespräche, Gerüche und Geräusche als wichtige Datenquellen protokolliert.

Diese drei Arten der Protokollierung von Beobachtungen halfen des Weiteren bei der Entscheidung, wer oder was während der Feldforschung zu beobachten ist. Denn wie bereits in Kapitel 4.1 dargelegt, orientierte sich die empirische Erhebung am theoretischen Sampling. Um über das weitere Vorgehen entscheiden und über den theoretischen Sättigungsgrad der Erhebung bestimmen zu können, boten die fortlaufenden Beschreibungen, die analytischen Memos und die eigenen Gefühle im Verlauf des Forschungsprozesses die essentielle Orientierung.

In Abhängigkeit der Phase des Forschungsprozesses erfolgte die Anfertigung der Protokollierungen leicht unterschiedlich. Wenn Zeit und Position im Feld es zuließen, wurden die teilnehmenden Beobachtungen elektronisch verschriftlicht. Dies trifft für einen Großteil der im Rahmen der vorliegenden Arbeit (n)ethnographisch erhobenen Daten zu. Während der drei Feldforschungsaufenthalte im Ausland und in den direkten *face-to-face* Interaktionen mit User*innen ist hingegen jeweils ein Feldtagebuch geführt worden, bei dem Beobachtungen handschriftlich notiert worden sind. Dies war notwendig, um zu gewährleisten, dass zeitnah nach einer gemachten Beobachtung protokolliert werden konnte – ein wichtiges Kriterium, um die Qualität des Materials der teilnehmenden Beobachtungen zu sichern (vgl. u.a. Knoblauch/Vollmer 2019: 610; O'Reilly 2007: 99). Zugleich wurde bereits in der Planung und Organisation der Feldaufenthalte darauf geachtet, dass es kleinere Unterbrechungen innerhalb dieser gibt, damit aus kurzen Feldnotizen ausführlichere Beobachtungsprotokolle geschrieben werden konnten. Je nach Schwerpunkt der Beobachtung wurden unterstützend zur Verschriftlichung ebenfalls Screenshots oder Fotos gemacht sowie relevante Broschüren der beiden Unternehmen gesammelt.

Nachdem zentrale Erhebungssituationen und die Arten der Protokollierung der teilnehmenden Beobachtungen dargelegt wurden, ist abschließend auf die Auswertung des schriftlichen Materials einzugehen. Hier ist für das gesamte gesammelte Material ein Vorgehen angewendet

worden, welches mithilfe der geführten leitfadengestützten Interviews erarbeitet worden ist und sich maßgeblich an den Vorgaben der strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring orientiert (vgl. Mayring 2016). Aus diesem Grund werden die Erarbeitung des Leitfadens sowie die durchgeführten Analyseschritte im nachfolgenden Kapitel 4.2.2 erläutert. An dieser Stelle muss zunächst der Verweis darauf genügen, dass die Beobachtungsprotokolle der teilnehmenden Beobachtungen entlang des entwickelten Kodierleitfadens für die Auswertung kodiert worden sind. Im Zuge dessen sind einige der Beobachtungen zu „(n)ethnographischen Vignetten“ verdichtet worden. Derartige Vignetten sind „snapshots or short descriptions of events or people“ (LeCompte/Schensul 1999: 181), welche Charakteristika des Forschungsfeldes beispielhaft aufzeigen. Im Rahmen der Analyse der beiden Fallbeispiele, Airbnb und Couchsurfing, werden jeweils zwei dieser (n)ethnographische Vignetten zitiert und hinsichtlich ihrer Bedeutung für Prozesse von Authentisierungen analysiert.

Abschließend lässt sich festhalten, dass sich die teilnehmende Beobachtung als zentrale Methode der (N)Ethnographie zu Zuschreibungen von Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus erwiesen hat. In der Rolle der Userin, der Gastgeberin und des Gastes war es auf diese Weise möglich, umfassende Beobachtungen bei gleichzeitiger Teilnahme im Forschungsfeld zu machen. Das Ausbalancieren von Nähe und analytischer Distanz gelang dabei durch fünf verschiedenen Maßnahmen, die im Wesentlichen auf einer konsequenten Offenlegung des Erkenntnisinteresses, der Anonymisierung von Namen sowie einer reflektierenden Protokollierung der teilnehmenden Beobachtungen basierte. Protokolliert wurde digital und handschriftlich, Beobachtungen wurden als fortlaufende Beschreibungen, analytische Memos und als Notizen zu persönlichen Gefühlen verschriftlicht. Für die Auswertung wurden ein im Rahmen der leitfadengestützten Interviews entwickeltes Vorgehen herangezogen, durch welches die Beobachtungen kodiert und mitunter zu (n)ethnographischen Vignetten komprimiert worden sind.

Wie dieses Vorgehen entwickelt worden ist, beschreibt das nachfolgende Kapitel. Hier wird das Führen, Erfassen und Auswerten leitfadengestützter Interviews im Zuge der Untersuchung von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus erläutert.

4.2.2 Leitfadengestützte Interviews

Der explorative Charakter der (N)Ethnographie bedingt die Verwendung mehrerer Methoden zur Generierung von Datenmaterial für die Untersuchung von *peer-to-peer* Wohntourismus. Während teilnehmende Beobachtung das Eintauchen ins Forschungsfeld ermöglichte, setzt die Verwendung des leitfadengestützten Interviews einen anderen Akzent innerhalb der durchgeführten Feldforschung. Als Methode sind diese Interviews auf die Perspektiven der Personen im Feld fokussiert. Diese werden konkret erfragt und erhoben. Auf diese Weise kann geprüft werden, welche Erfahrungen, Einstellungen und Praktiken Airbnb- und Couchsurfing-User*innen selbst als prägend beschreiben und inwiefern diese für die Untersuchung von Authentisierungsprozessen relevant sind. Insgesamt gehen 36 aufgezeichnete und transkribierte Leitfaden-Interviews mit User*innen in die Erforschung der Verknüpfung von Authentizität und Intimität im *peer-to-peer* Wohntourismus ein.⁸⁹ Ergänzt werden diese durch vier Interviews mit relevanten Airbnb-Akteur*innen.

Die Entscheidung für die Verwendung von leitfadengestützten Interviews im Kontext der (n)ethnographisch fundierten Feldforschung ist mit Blick auf die Methodendiskussion als eher untypisch zu bewerten. Grundsätzlich wird befürchtet, dass ein Leitfaden ein Interview zu stark determinieren könnte und daher der explorativen Zielsetzung der Feldforschung entgegenwirke (vgl. u.a. Bryman 2016: 466f.; Flick 2012: 223; O'Reilly 2007: 116f.). In der Ethnographie wird aufgrund der Offenheit des Forschungsprozesses daher primär auf unstrukturierte Interviews gesetzt, die sich während des Feldaufenthaltes in Form von Gesprächen ergeben (vgl. Thomas 2019: 83; Spradley 2016: 58f.). Die Interviewenden erläutern hierbei die Gründe für ihre Fragen und fertigen bereits während des Gesprächs Notizen an (vgl. Flick 2012: 220).

Aus diesem Grund erklärt dieses Kapitel nicht nur den Mehrwert dieser Methode für die durchgeführte Untersuchung, sondern widmet sich insbesondere der Begründung der Verwendung eines Leitfadens. Anschließend werden die Konzeption des Leitfadens, das Vorgehen der Suche von Interviewpartner*innen, die Aufzeichnung und Transkription der Interviews sowie deren Auswertung dargelegt. Das im Zuge der Analyse erarbeitete Vorgehen zur Auswertung hat sich, wie im vorherigen Kapitel bereits angeführt, als wesentliche Orientierung für die Kodierung der teilnehmende Beobachtungen erwiesen.

⁸⁹ Eine vollständige Übersicht zu den geführten Interviews gibt die Auflistung *Feldforschungsprozess im Überblick* im Anhang dieser Arbeit.

Die Entscheidung für die Kombination teilnehmender Beobachtung mit leitfadengestützten Interviews verfolgt das generelle Ziel, die gewonnenen Erkenntnisse aus den durchgeführten Beobachtungen zu fundieren. Es wird eine „Geltungsbegründung der Erkenntnisse“ angestrebt, „wobei die Geltungsbegründung nicht in der Überprüfung von Resultaten, sondern in der systematischen Erweiterung und Vervollständigung von Erkenntnismöglichkeiten liegt“ (Flick 2012: 520). Für die Wahl des leitfadengestützten Interviews im Rahmen der durchgeführten Forschung sprechen zwei Gründe.

Neben den allgemeinen methodischen Vorteile, die das leitfadengestützte Interview gegenüber der teilnehmenden Beobachtung aufweist – etwa, dass Informationen nicht erst nachträglich aufgezeichnet werden (vgl. Lamnek/Krell 2016: 313) –, liegt der erste Grund für die Wahl von Leitfaden-Interviews als zweiter Methode innerhalb des (n)ethnographisch fundierten Forschungsprozesses im fortgeschrittenen theoretischen Unterbau des Forschungsvorhabens. Im Zuge der umfassenden Reflexion zur Soziologie des Wohnens und zum *peer-to-peer* Wohntourismus hatte sich bereits ein spezifischer inhaltlicher Schwerpunkt herauskristallisiert (vgl. Kapitel 2.3; Kapitel 3.3): Die Feldforschung verfolgte das Ziel, die Prozesse von ortsspezifischen, räumlichen und interpersonellen Authentisierungen am Beispiel der beiden Onlineplattformen von Airbnb und Couchsurfing aufzudecken. Daher resultiert die Verwendung eines Leitfadens „auf der bewussten methodologischen Entscheidung, eine maximale Offenheit [...] aus Gründen des Forschungsinteresses [...] einzuschränken“ (Helfferrich 2019: 670).

Zugleich ist zu beachten, dass diese Einschränkung zwar eine thematische Privilegierung vornimmt, innerhalb dieser jedoch weiterhin dem explorativen Paradigma gefolgt wird. Der Leitfaden bietet während der Interviewsituation Orientierung und gibt keinesfalls einen festen Gesprächsverlauf vor (vgl. u.a. Helfferrich 2019: 675; Flick 2012: 223; Berg 2004: 81). Für leitfadengestützte Interviews gilt daher:

„Questions may not be asked exactly in the way outlined on the schedule. Questions that are not included in the guide may be asked as the interviewer picks up on the interviewees’ replies. But, by and large, all the questions will be asked and a similar wording will be used from interviewee to interviewee“ (Bryman 2016: 468).

Während des Interviews ist folglich durch die Interviewenden sorgsam darauf zu achten, inwiefern das Gesagte Aspekte aus dem Leitfaden aufgreift, darüber hinausgeht oder unerwähnt lässt. Darauf gilt es zu reagieren, indem Fragen ausgelassen, spontan ergänzt oder

explizit gestellt werden. Trotz dieser notwendigen Flexibilität der Interviewenden leistet der Leitfaden als Orientierungshilfe eine inhaltliche Teilstandardisierung über die Gesamtheit der geführten Interviews. Er stellt sicher, dass für die Erforschung der Zuschreibung von Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus relevante Aspekte innerhalb eines jeden Interviews angesprochen werden. Somit ist das Leitfaden-Interview für die systematische Erweiterung der Erkenntnisse aus der teilnehmenden Beobachtung dem offenen, ethnographischen Interviewstil vorzuziehen.

Der zweite Grund für die Wahl von leitfadengestützten Interviews ist eng mit der erreichten inhaltlichen Teilstandardisierung verbunden. Eine Teilstandardisierung ist nämlich auch deswegen ein entscheidendes Kriterium für die vorliegende Arbeit, weil die 36 für die Auswertung der (n)ethnographischen Feldforschung berücksichtigten Interviews von unterschiedlichen Personen geführt worden sind: Zusätzlich zu den 23 von mir persönlich geführten Interviews, gehen 13 Leitfaden-Interviews in die Untersuchung mit ein, die im Rahmen des Drittmittelprojekts *Tourismus 2.0* durch Thomas Frisch durchgeführt wurden (vgl. Kapitel 4.1).⁹⁰ Die Integration der dazugehörigen 13 Interviewtranskripte in die Analyse von Authentisierungsprozessen im *peer-to-peer* Wohntourismus erfolgt mit seiner ausdrücklichen Zustimmung.

Aus methodischer Perspektive ist diese Art der Erweiterung des Datenmaterials zu begrüßen, da dies die eigene Einflussnahme auf eine Interviewsituation und damit möglicherweise auch auf die getroffenen Aussagen seitens der Interviewten reduziert. Sie ist jedoch nur deswegen so problemlos möglich, weil derselbe Leitfaden für die Interviews mit Airbnb- und Couchsurfing-User*innen verwendet wurde und weil die Erarbeitung der Fragen zusätzlicher Interviews ebenfalls gemeinsam im Rahmen der Projektstätigkeit erfolgte. Aus diesem Grund ist die Teilstandardisierung, welche dem Leitfaden-Interview inhärent ist, ein drittes entscheidendes Argument für die Verwendung dieser Methode im Rahmen der vorliegenden Arbeit.

Nachdem die zwei Gründe für die Entscheidung des leitfadengestützten Interviews als weitere Methode in der Untersuchung von Authentisierungen bei Airbnb und Couchsurfing dargelegt worden sind, folgt die Darlegung der kennzeichnenden Überlegungen seiner Konzeption. Im

⁹⁰ Der *Feldforschungsprozess im Überblick* im Anhang dieser Arbeit führt deutlich auf, welche Interviews durch wen geführt worden sind.

Rahmen qualitativer Forschung gilt, dass diese „dem Prinzip ‚So offen wie möglich, so strukturierend wie nötig‘“ (Helfferich 2019: 670) folgen muss. Die in einem Leitfaden aufgenommenen Fragen haben daher den Charakter von Erzählaufforderungen, welche entlang thematischer Schwerpunktsetzungen gestellt werden (vgl. u.a. Lamnek/Krell 2016: 333f.; Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014: 132; Murchison 2010: 105).

Zunächst wurde bei der Konzeption der Fragen zu Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus danach unterschieden, welche der beiden als Fallbeispiele ausgewählten Onlineplattformen zu interviewende Nutzer*innen primär verwenden (Airbnb oder Couchsurfing) und in welcher Rolle die Interviewten diese Onlineplattform vornehmlich nutzen (Host oder Gast). Darauf aufbauend wurden sodann ausgehend von den theoretischen Überlegungen zum Wohnen, zum *peer-to-peer* Wohntourismus und den ersten analytischen Memos der teilnehmenden Beobachtungen Fragen gesammelt, welche für das Erkenntnisinteresse wertvoll zu sein schienen (vgl. Kapitel 2.3; Kapitel 3.3; Kapitel 4.2.1). Anschließend wurden diese Fragen dahingehend spezifiziert, ob sie einem Airbnb-Host/-Gast oder einem Couchsurfing-Host/-Gast gestellt werden sollten.

Am Ende dieses Prozesses standen für jeden dieser unterschiedlichen Usergruppen vier jeweils leicht veränderte Fragen. Diese Komprimierung auf jeweils vier Fragen resultiert aus der ermöglichten Einbettung der Forschungstätigkeit in den Projektrahmen von *Tourismus 2.0* (vgl. Kapitel 4.1). Da dieses Projekt ebenfalls mit leitfadengestützten Interviews arbeitete, konnten diejenigen Fragen, welche die Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus betreffen, als ein thematischer Schwerpunkt in den Projekt-Leitfaden integriert werden. Die Projektstätigkeit wurde folglich mit dem eigenen Promotionsprojekt verbunden.

Für die Feldforschungsaufenthalte in den USA und Japan war es notwendig, die verschiedenen Fragen ins Englische zu übersetzen. Hierbei ist darüber zu reflektieren, ob und wenn ja, wie viel bei einer Übersetzung an Bedeutungsnuancen einzelner Worte verloren geht. Da die Leitfadenfragen bereits im Deutschen leicht verständlich formuliert wurden, wurde im Zuge der Übersetzung darauf geachtet, möglichst nah an der Vorlage zu bleiben. Auf diese Weise zeichnen sich auch die englischen Fragen durch einen offenen Charakter aus.

Die unterschiedlichen auf diese Weise konzipierten Interviewleitfäden können sämtlich im elektronischen Anhang der vorliegenden Arbeit eingesehen werden.⁹¹

Wie bereits innerhalb der Begründung der Entscheidung für die Verwendung von Leitfaden-Interviews und im Zuge der Erläuterung der Konzeption des Leitfadens angeführt wurden, fokussiert diese Methode insbesondere die Empfindungen anderer User*innen der Onlineplattformen Airbnb und Couchsurfing. Schon zuvor war in Kapitel 3.2 herausgearbeitet worden, dass sich Nutzer*innen als mögliche Autoritäten von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus behaupten können. Folglich ist darzulegen, wie User*innen als Interviewpartner*innen für die durchgeführte Untersuchung gewonnen wurden.

Zu Beginn der Feldforschung sind Interviewpartner*innen direkt über das implementierte Nachrichtensystem von Airbnb oder Couchsurfing rekrutiert worden. Die Anfrage über den jeweiligen plattformeigenen Messenger erfolgte an einem festgesetzten Stichtag und trug der Filteraktivität der Algorithmen im *hospitality network* von Airbnb und Couchsurfing Rechnung (vgl. Kapitel 3.3). Am 7. März 2016 wurde daher auf der Airbnb-Startseite nach Unterkünften in Hamburg gesucht und die ersten zehn angezeigten Gastgeber*innen der Ergebnisliste sind unter Darlegung der anvisierten Forschung mit der Bitte um ein Interview kontaktiert worden. Dieses Vorgehen war allerdings wenig erfolgreich, vor allem traf es bei den Hosts zumeist auf eine ablehnende Reaktion.⁹² Aufgrund dieser Erfahrungen wurde dieses Vorgehen dahingehend geändert, dass interessierte Airbnb-User*innen sich selbst für die Teilnahme an einem leitfadengestützten Interview bereit erklären konnten. Ein entsprechender Interviewaufruf wurde erstellt und über das persönliche Facebook-Profil als öffentlicher Post geteilt.

⁹¹ Dieser Anhang befindet sich im Ordner *elektronischer Anhang* auf der beigelegten CD, die zusätzlich auch die Dissertation als PDF-Datei enthält. Die betreffenden Leitfäden sind im Unterordner *01_Interviewleitfäden* hinterlegt.

⁹² Grund hierfür war, dass eine Kontaktaufnahme bei Airbnb immer an eine unverbindliche Buchungsanfrage geknüpft ist. Die Plattform bemisst sodann unter anderem die Reaktionsgeschwindigkeit beim Antworten auf diese Anfrage und die Ablehnungsquote. Beides hat Auswirkungen auf die Platzierung in den Suchergebnissen. Da die Bitte um ein Interview ausschließlich in Form einer Buchungsanfrage gestellt werden konnte, hatten einzelne Hosts Sorge, dass eine Ablehnung dieser Anfrage ihre Platzierung verschlechtert. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass der angefragte Zeitraum – es mussten Daten angegeben werden, um die Anfrage versenden zu können – solange für andere Airbnb-User*innen geblockt ist, bis die Anfrage verfällt oder eben abgelehnt wird. Die Bedeutung derartiger Implementierungen wird in Kapitel 5.2.2 eingehender untersucht.

Im Fall von Couchsurfing wurde analog zum anfänglichen Verfahren bei Airbnb vorgegangen. Die Kontaktaufnahme mit Couchsurfing-Gastgeber*innen konzentrierte sich dabei primär auf den Feldforschungsaufenthalt in den USA im Frühjahr 2017. Im Unterschied zu Airbnb wurde den Anfragen sehr positiv begegnet und von den zehn versendeten Anfragen mündeten acht in leitfadengestützten Interviews.

Am Ende eines jeden geführten Interviews wurde zudem darum gebeten, anderen Airbnb- und Couchsurfing-Nutzer*innen vom Forschungsvorhaben zu erzählen, sodass auch über das Schneeballprinzip Interviews realisiert werden konnten. Eine weitere Möglichkeit zur Rekrutierung von Interviewpartner*innen ergab sich auch durch den Besuch verschiedener Veranstaltungen, die vornehmlich im Rahmen teilnehmender Beobachtungen durchgeführt worden sind (vgl. Kapitel 4.2.1). Die konsequente Offenlegung der eigenen Forschungstätigkeit in den dortigen *face-to-face* Begegnungen mit anderen Airbnb- und Couchsurfing-User*innen ließ Kontakte entstehen, aus denen sich wiederum die Möglichkeit weiterer Interviews ergab. Mit einer fortschreitenden Immersion ins Feld wurde es demnach zunehmend leichter, interessierte Interviewpartner*innen zu finden.

Je nach Aufenthaltsort wurden Interviews per Telefon, Skype oder *face-to-face* durchgeführt. Unabhängig davon, wie ein Interview durchgeführt wurde, richtete es sich stets nach einem Vorgehen, welches innerhalb der englischsprachigen Methodendiskussion unter dem Stichwort „informed consent“ im Hinblick auf die ethischen Richtlinien von Forschung diskutiert wird (vgl. u.a. Murchison 2010: 61; Hammersley/Atkinson 2007: 2010ff.; O’Reilly 2007: 153; Berg 2004: 64).

Dies impliziert, dass vor Beginn eines jeden Interviews das Forschungsprojekt erneut in wenigen Sätzen erläutert wurde und die Interviewpartner*innen die Möglichkeit hatten, Rückfragen zu stellen. Anschließend wurden sie darüber aufgeklärt, dass sie ohne Angaben von Gründen die Beantwortung einzelner Fragen auslassen und darüber hinaus auch jederzeit das gesamte Interview abbrechen können. Zudem wurde ihnen Anonymität zugesichert und sie wurden um die Erlaubnis der Verwendung des Interviews im Rahmen des Forschungsvorhabens sowie um ihre ausdrückliche Zustimmung zur Aufzeichnung des Gesprächs gebeten. Am Ende des Interviews wurde die Nutzer*innen von Airbnb und Couchsurfing zudem darüber informiert, dass sie ein gegebenes Einverständnis auch im Nachhinein noch zurückziehen können. Bei leitfadengestützten Interviews, die via Telefon

oder mithilfe von Skype geführt wurden, ist die Zustimmung der Interviewpartner*innen mündlich eingeholt worden. In *face-to-face* Situationen wurde den Interviewten eine Einverständniserklärung zur Unterschrift vorgelegt.

Dasselbe Vorgehen wurde auch für die vier Interviews angewendet, welche mit für Airbnb relevanten Akteur*innen geführt worden sind (vgl. Kapitel 4.1). Das Interview mit der Airbnb-Fotografin wurde telefonisch durchgeführt und orientierte sich eng an den innerhalb des Leitfadens entwickelten Fragen. Zusätzlich hat Thomas Frisch im Rahmen des Projektes *Tourismus 2.0* noch drei weitere Interviews mit zwei Anti-Airbnb-Aktivistinnen sowie dem Mitarbeiter einer städtischen Behörde für die Kontrolle von kostenpflichtigen Onlineplattformen im *peer-to-peer* Wohntourismus. Auch die dort gestellten Fragen sind aus dem Interviewleitfaden entwickelt worden und beruhen auf einem „informed consent“. Die Einbindung dieser drei Interviews erfolgt, wie auch im Fall der Leitfaden-Interviews mit der ausdrücklichen Zustimmung von Thomas Frisch.

Für die insgesamt 40 durchgeführten Interviews gilt, dass sie je nach Interviewsituation mit einer Diktiergerät-App auf dem Smartphone (Telefon, *face-to-face*) oder mithilfe von Aufnahmeprogrammen auf dem Computer (Skype) aufgezeichnet worden sind. Jedes Interview wurde vollständig mit der Freeware EasyTranscript verschriftlicht. Für die Transkription von aufgezeichneten Sprachdaten gibt es sehr unterschiedliche Vorgehensweisen, die vor allem im Grad der geforderten Detailtreue variieren (vgl. u.a. Mayring 2016: 89ff.; Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014: 165f.; Flick 2012: 379; Hammersley/Atkinson 2007: 150).

Im Rahmen des Projektes *Tourismus 2.0* und für die Untersuchung von Prozessen der Authentisierung im *peer-to-peer* Wohntourismus lag der Hauptfokus auf der Verschriftlichung der tatsächlichen Aussagen, weswegen ausschließlich allgemeine Regeln zur Transkription, wie etwa die Anonymisierung von Namen oder Ortsangaben, formuliert wurden.⁹³ Diese waren insbesondere deswegen notwendig, da die Verschriftlichung der Interviews durch zusätzliche Unterstützung bewerkstelligt wurde: Neben persönlich durchgeführten Transkriptionen, übernahmen auch Thomas Frisch sowie Gertruda Kaczmarek, die das Projekt *Tourismus 2.0* als studentische Hilfskraft unterstützt hat, die Transkription der

⁹³ Im elektronischen Anhang zu dieser Arbeit kann die entwickelte Vorgehensweise unter *03_Leitfaden für die Interview-Transkription* eingesehen werden.

leitfadengestützten Interviews. Die vollständigen Transkriptionen der insgesamt 40 geführten Interviews sind im elektronischen Anhang dieser Arbeit hinterlegt.⁹⁴

Die Transkripte zu den 36 Leitfaden-Interviews variieren stark in ihrem Umfang. Das kürzeste Transkript umfasst in der einheitlichen Formatierung acht Seiten und wurde mit einem Airbnb-Gast, der das Pseudonym „Sabine“ trägt, von Thomas Frisch geführt. Das längste Transkript umfasst 35 Seiten und ist ein leitfadengestütztes Interview mit einer Couchsurfing-Gastgeberin, die das Alias „Nadja“ trägt. Das Interview wurde während des Feldforschungsaufenthaltes in den USA am 3. Juni 2017 realisiert. Zu jedem Interview wurde eine kurze Fallmemo erstellt, in der die jeweiligen Interviewpartner*innen anhand der Inhalte ihrer Kernaussagen porträtiert wurden.⁹⁵

Da die Transkription geführter Interviews in den Forschungsprozess selbst eingebettet war, dienten diese Fallmemos ebenso wie auch die reflektierende Protokollierung der teilnehmenden Beobachtungen (vgl. Kapitel 4.2.1) zur Bestimmung des Moments der theoretischen Sättigung der durchgeführten Untersuchung (vgl. Kapitel 4.1).

Abschließend ist auf die Auswertung der Interviewtranskripte einzugehen. Dem explorativen Charakter der Untersuchung folgend, wurde das gesammelte Material theoriegeleitet kodiert und ausgewertet. Das hierbei zugrunde gelegte Vorgehen orientiert sich an den grundlegenden Vorgaben der strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring (vgl. Mayring 1991, 2016).⁹⁶ Ihr Ziel ist es, „bestimmte Aspekte aus dem Material herauszufiltern und unter vorher festgelegten Ordnungskriterien einen Querschnitt durch das Material zu legen“ (Mayring 1991: 213). Damit teilt die strukturierende qualitative Inhaltsanalyse zentrale

⁹⁴ Sie befinden sich in dem Unterordner *04_Interview-Transkripte*. Im Dateinamen und zu Beginn eines jeden Transkriptes ist festgehalten, wer die Verschriftlichung vorgenommen hat.

⁹⁵ Im Anhang dieser Arbeit sind diese Kurzbeschreibungen unter *Interview-Fallmemos* zu finden.

⁹⁶ Mayring unterscheidet zwischen drei Grundformen der qualitativen Inhaltsanalyse. Neben der strukturierenden Inhaltsanalyse gibt es zusätzlich noch die zusammenfassende und die explizierende Inhaltsanalyse als weitere Grundformen (vgl. Mayring 2016: 115ff.). Während zusammenfassende Inhaltsanalysen ausschließlich auf die inhaltliche Ebene des Materials fokussiert sind, konzentrieren sich explizierende Analysen auf Unklarheiten im Material. Beide Vorgehen entsprechen nicht dem Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit.

Parallelen mit den Kernprinzipien des Auswertungsstils der *Grounded Theory*⁹⁷. Sie sind jedoch nicht gleichzusetzen, weil die *Grounded Theory* das primäre Ziel verfolgt, eine „empiriebasierte Theorie zu bilden“ (Corbin 2011: 75).

Demgegenüber ist die strukturierende qualitative Inhaltsanalyse gerade deswegen für die Auswertung der 40 Interviews gewählt worden, da sie das Postulat einer vollkommenen Offenheit in Bezug auf theoretische Vorannahmen bedingt einschränkt. Sie wurde entlang von fünf Arbeitsschritten vorgenommen, die sich maßgeblich an den von Mayring beschriebenen Ablauf der strukturierende qualitative Inhaltsanalyse orientiert (vgl. Mayring 2016: 120):

- (1) Zunächst ist eine theoriegeleitete Bestimmung relevanter Kategorien und Unterkategorien geleistet worden. Ein Beispiel für eine Kategorie ist „Infrastruktur“. Sie ergibt sich nicht nur aus den Überlegungen zur Kennzeichnung von *peer-to-peer* Wohntourismus, sondern insbesondere auch durch ihre Identifizierung als mögliche Autorität in Authentisierungsprozessen (vgl. Kapitel 3.3). Eine dazugehörige Unterkategorie ist dementsprechend „Filteralgorithmen“, da diese als signifikant für die Charakterisierung der Infrastruktur bestimmt worden ist (vgl. ebd.).
- (2) Die deduktiv gebildeten Kategorien und Unterkategorien wurden sodann definiert und mit einschlägigen „Ankerbeispielen“ aus den leitfadengestützten Interviews versehen. Der auf diese Weise gebildete Kodierleitfaden war zunächst vorläufig.
- (3) Es wurde im dritten Schritt geprüft, inwiefern die bislang identifizierten Kategorien ausreichen, um die leitfadengestützten Interviews zu kodieren. Sie mussten durch weitere induktiv gebildete Kategorien ergänzt werden. Am Ende dieser Prüfung stand ein deduktiv-induktiv erarbeiteter Kodierleitfaden, der die notwendigen Kategorien enthält, um die Transkripte der Interviews entlang der Frage nach Authentisierungsprozessen zu kodieren.⁹⁸

⁹⁷ *Grounded Theory* ist ein Auswertungsstil qualitativen Materials, welcher in den 1960er Jahren von Barney Glaser und Anselm Strauss entwickelt worden ist. Er verfolgt das Ziel, ausgehend von den empirischen Daten, eine Theorie zu generieren (vgl. Strauss 1998: 29f.). Diese wird „in enger Verbindung mit einer intensiven Datenanalyse Schritt für Schritt erarbeitet und formuliert“ (ebd.: 51). Dadurch fußt dieser Auswertungsstil auf denselben Voraussetzungen wie sie die Ethnographie als Forschungsstrategie formuliert (vgl. Kapitel 4). Diese Parallele bedingt, dass sich viele wissenschaftliche Untersuchungen auf die *Grounded Theory* beziehen, wenn sie ethnographisch gearbeitet haben (vgl. u.a. Bryman 2016: 572ff.; O’Reilly 2007: 200ff.; Hammersley/Atkinson 2007: 158f.). Aufgrund des starken theoretischen Unterbaus der durchgeführten Untersuchung eignet sich die *Grounded Theory* nicht als Auswertungsstil für das gesammelte Material.

⁹⁸ Dieser Kodierleitfaden ist dem elektronischen Anhang dieser Arbeit beigelegt. Die betreffende Datei heißt *02_Kodierleitfaden peer-to-peer Wohntourismus*.

- (4) Mithilfe dieses Kodierleitfadens ist das gesamte empirische Material abschließend kodiert worden – erst die leitfadengestützten Interviews, dann die Beobachtungsprotokolle mitsamt unterstützenden Screenshots, Fotos, Broschüren.
- (5) Auf diesen Kodierungen baute der fünften Schritt auf, da in diesem schließlich die Ergebnisaufbereitung, die Auswertung der Kodierungen, erfolgt ist.

Die Erarbeitung des Kodierleitfadens auf Grundlage der Transkriptionen der leitfadengestützten Interviews wurde mithilfe der Software MAXQDA durchgeführt. Deutsche und englische Interviews wurden nach dem auf diese Weise entwickelten Kodierleitfaden strukturiert und ausgewertet. Zugleich, dies war in Kapitel 4.2.1 bereits angeführt worden, bildete dieser Leitfaden die wesentliche Orientierung für das Ordnen der Inhalte der Beobachtungsprotokolle. Auch unterstützte er die Auswahl geeigneter Textstellen für das Verdichten der teilnehmender Beobachtungen zu (n)ethnographischen Vignetten.

Zusammenfassend ist festzuhalten: Die Verwendung von leitfadengestützten Interviews als weiteres Erhebungsverfahren begründet sich für die vorliegende Arbeit aus dem spezifischen Erkenntnisinteresse, welches explizit nach der Perspektive der Airbnb- und Couchsurfing-User*innen fragt. Die Konzeption des Leitfadens wurde in das Projekt *Tourismus 2.0* integriert. Der Interviewleitfaden ist entlang der Onlineplattformen Airbnb und Couchsurfing sowie entlang der Rollen von Host und Gast angepasst worden. Für die Verwendung während der Feldforschungsaufenthalte im Ausland wurde er ins Englische übersetzt. Interviewpartner*innen wurden mithilfe direkter Anfragen, eines öffentlichen Facebook-Posts und dem Schneeballprinzip gefunden. Jedes Interview wurde aufgezeichnet und anschließend mithilfe von Software transkribiert. Die Auswertung folgte der strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring und fuhr auf einem deduktiv-induktiven Kodierleitfaden.

Mit den Erläuterungen zur Einbindung des leitfadengestützten Interviews in die empirische Untersuchung von Prozessen der Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus enden die Ausführungen zum (n)ethnographischen Feldforschungsprozess und dem hier erhobenen Datenmaterial. Die zentralen Ergebnisse des methodischen Vorgehens werden nachfolgend noch einmal zusammengefasst und darauf aufbauend diskutiert.

4.3 Diskussion: Wahl einer (n)ethnographischen Forschungshaltung

Das Ziel, *peer-to-peer* Wohntourismus unter dem Aspekt seiner Authentisierungsprozesse zu untersuchen, wurde entlang einer (n)ethnographischen Forschungshaltung realisiert. Diese Haltung zeichnet sich durch ihren explorativen Charakter aus und fußt auf der beschreibenden Deutung eines Forschungsgegenstandes mithilfe qualitativer Methoden. Aus diesem Grund eignet sie sich besonders für die anvisierte Untersuchung, denn das theoretische Fundament des Forschungsgegenstandes wurde erst im Zuge der vorliegenden Arbeit gelegt. Die Schreibweise „(n)ethnographisch“ betont dabei, dass die durchgeführte Feldforschung Ethnographie mit Netnographie verband, da *peer-to-peer* Wohntourismus ein digital-durchgezogenes Forschungsfeld konstituiert. In diesem Kapitel wird die gesamte (n)ethnographisch orientierte Feldforschung sowie die angewandte Methodik noch einmal zusammengefasst und anschließend kritisch reflektiert.

Die Untersuchung von Prozessen der Authentisierung im *peer-to-peer* Wohntourismus erstreckte sich insgesamt über einen Zeitraum von drei Jahren. Sie begann im Herbst 2015 und endete im Herbst 2018. Die innerhalb dieses Zeitraums durchgeführte Feldforschung zeichnet sich insbesondere durch fünf Besonderheiten aus (vgl. Kapitel 4.1):

- (1) Einbettung der Forschung in das Drittmittelprojekt *Tourismus 2.0*;
- (2) Entscheidung für die kostenpflichtige Onlineplattform Airbnb und die kostenlose Onlineplattform Couchsurfing als zwei zu untersuchende Fallbeispiele;
- (3) Identifizierung und Wahl von unterschiedlichen Zugängen zum Forschungsfeld, welche Ethnographie und Netnographie miteinander verbanden;
- (4) Feldforschung in Deutschland, den USA und Japan;
- (5) Reflexion der Abhängigkeit der Forschung von der eigenen Position im Feld.

Die (n)ethnographisch fundierte Feldforschung ist darüber hinaus ebenfalls durch die Wahl der teilnehmenden Beobachtungen und des leitfadengestützten Interviews als qualitative Methoden gekennzeichnet (vgl. Kapitel 4.2). In Bezug auf die teilnehmende Beobachtung ist hervorzuheben, dass diese durch die bei Airbnb und Couchsurfing bereits vorgegebenen Rollen von Userin, Host und Gast erleichtert wurde (vgl. Kapitel 4.2.1). Diese drei Rollen sind adaptiert worden und eröffneten einen relativ unverstellten Zugang zum Forschungsfeld.

Die dabei notwendige Balance zwischen Nähe und Distanz wurde primär durch eine konsequente Offenlegung der eigenen Forschungstätigkeit, die Zusicherung von Anonymisierung und eine reflektierende Protokollierung erreicht. Für die Auswertung sind Beobachtungen zu (n)ethnographischen Vignetten verdichtet und entlang der Ergebnissen der strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse der leitfadengestützten Interviews einzelnen Kodes zugeordnet und analysiert worden. Es gehen insgesamt 30 teilnehmende Beobachtungen aus *face-to-face* Interaktionen mit Airbnb- und Couchsurfing-Gastgeber*innen sowie mit Couchsurfing-Gästen in die Analyse ein. Zudem wurden zentrale Momente der Interaktion mit der Infrastruktur der jeweiligen Onlineplattform protokolliert.

Für die Erweiterung der Erkenntnismöglichkeiten ist die teilnehmende Beobachtung mit der Methode der leitfadengestützten Interviews kombiniert worden, da diese die Perspektiven der Airbnb- und Couchsurfing-Nutzer*innen adäquater erfasst (vgl. Kapitel 4.2.2). Ein Leitfaden und die damit einhergehende Teilstandardisierung wurde insbesondere deswegen verwendet, da dieser sicherstellt, dass inhaltlich relevanten Aspekte in jedem geführten Interview aufgegriffen werden. Auch die Integration von Interviews, die durch Thomas Frisch geführt worden sind, wird durch einen Leitfaden erleichtert. Es wurden Leitfäden speziell für Airbnb-/Couchsurfing-Gastgeber*innen und Airbnb-/Couchsurfing-Gäste erarbeitet und anschließend für die Feldforschungsaufenthalte ins Englische übersetzt. Interviewpartner*innen wurden mithilfe direkter Anfragen über die Messaging-Funktion der Onlineplattformen, eines öffentlichen Facebook-Posts und dem Schneeballprinzip rekrutiert. Bei jedem Interview wurde die Zustimmung zur Aufzeichnung und Verwendung eingeholt. Die Aufnahmen wurden mithilfe von Software transkribiert und entlang der Arbeitsschritte der strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse mit Unterstützung von MAXQDA kodiert und ausgewertet. Für die Analyse wurden insgesamt 36 leitfadengestützte Interviews mit Airbnb- und Couchsurfing-User*innen berücksichtigt. Zusätzlich sind vier Interviews mit für Airbnb relevanten Akteur*innen integriert worden.

Vor dem Hintergrund dieser Ausführungen ist die Untersuchung von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus aufgrund der (n)ethnographischen Forschungshaltung als ein dynamischer und nicht-linearer Prozess zu beschreiben. Durch den explorativen Charakter dieser Haltung ist das Vorgehen stark rekursiv und einzelne Entscheidungen innerhalb des Prozesses sind eng miteinander verknüpft. Besonders deutlich hat sich diese prozesshafte

Verzahnung am Ineinandergreifen der beiden gewählten qualitativen Methoden gezeigt: Die Konzeption des Leitfadens für die Interviews ist auf Grundlage erster Erkenntnisse aus teilnehmenden Beobachtungen vollzogen worden, die Verdichtung der protokollierten teilnehmenden Beobachtungen zu Vignetten orientierte sich an dem Kodierleitfaden der leitfadengestützten Interviews.

Diese Verzahnung beruht wiederum zusätzlich auf einem stetigen wechselseitigen Austausch zwischen theorie- und empiriegeleiteten Erkenntnissen. Die aufgrund der Theoriearbeit geleisteten Einschränkungen der Offenheit der Feldforschung – das herausgestellte Erkenntnisinteresse an den Prozessen von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus (vgl. Kapitel 3.3) –, bot eine wertvolle Hilfestellung innerhalb des gesamten Forschungsprozesses und seiner Auswertung.

Mit ihr ins Feld zu gehen, machte es möglich, die dortige Forschung in ihrem Verlauf grob zu strukturieren. Zudem konnte auf diese Weise sicher entschieden werden, inwiefern gemachte Beobachtungen, informelle Gespräche und Interviewpassagen relevant und damit zu protokollieren sind. Die Konzentration auf die Fragen nach Authentisierungen war dabei auch für die Bestimmung der theoretischen Sättigung zentral.

Nach Beendigung der Feldforschung half der Austausch zwischen Theorie und Empirie, das gesammelte Material theoriegeleitet zu strukturieren und zugleich die Aufmerksamkeit für empirisch begründete Kategorien zu schärfen. Die Ergebnisse dieser Auswertung werden in den nachfolgenden Kapitel präsentiert und diskutiert.

In der abschließenden Reflexion der eigenen Forschungstätigkeit ist zudem anzumerken, dass (n)ethnographisch fundierte Untersuchung stark abhängig von günstigen Gelegenheiten und glücklichen Zufällen ist. Im eigenen Forschungsprozess hat sich dies mehrfach gezeigt. Als Beispiel ist die Begegnung mit Chenyu Zheng anzuführen, die einen Besuch in Airbnbs Headquarter organisierte (vgl. Kapitel 4.1). Dass sie sich zur Zeit des Feldforschungsaufenthaltes in San Francisco aufhalten würde, war nicht Konsequenz einer darauf abzielenden Planung, sondern vor allem ein glücklicher Zufall. Ein weiteres Beispiel ist die tatsächlich realisierte Anzahl von leitfadengestützten Interviews mit Airbnb- und Couchsurfing-User*innen (vgl. Kapitel 4.2.2). Sie ist das Resultat günstiger Gelegenheiten, die als solche erkannt und spontan genutzt worden sind.

Damit ist die Qualität der durchgeführten Feldforschung nicht nur durch das sorgfältige Ausbalancieren von Nähe und Distanz bestimmt (vgl. Kapitel 4.1; Kapitel 4.1.2), sondern ist auch das Ergebnis von glücklichen Zufällen. Dies unterstreicht die hohe Abhängigkeit der (N)Ethnographie von günstigen Gelegenheiten.

Abstrahiert von einzelnen methodischen Aspekten ist grundsätzlich darauf zu verweisen, dass die Chance, im Rahmen der Feldforschung relativ unbefangen in die USA und Japan reisen zu können, ein Privileg darstellt. Die großzügige Reisefreiheit des deutschen Reisepasses hat es ermöglicht, dass für die Einreise in diese Länder kein vorheriges Visum beantragt werden musste. Zudem war ein solcher Reisepass mitunter notwendige Voraussetzung, um finanzielle Unterstützungen für die Durchführung von Feldforschungsaufenthalten oder für die Fertigstellung der vorliegenden Arbeit zu erhalten. Die explorative Untersuchung von Prozessen der Authentisierung im *peer-to-peer* Wohntourismus hat daher signifikant von diesem Privileg profitiert.

Während dieses Kapitel die Vorzüge der (n)ethnographischen Forschungshaltung vornehmlich auf methodischer Ebene herausgearbeitet hat, präsentieren Kapitel 5 und 6 die Auswertung der durchgeführten Feldforschung entlang der beiden Fallbeispiele Airbnb und Couchsurfing. Obwohl insbesondere Screenshots der Webseiten der Onlineplattformen für die Ergebnisaufbereitung einen wichtigen Referenzpunkt einnehmen, können sie aus Gründen des deutschen Urheberrechts nicht in der vorliegenden Arbeit abgedruckt werden. In den nachfolgenden Kapiteln wird dies daher durch die Beschreibung essentieller visueller Elemente der Webpräsenz der beiden Onlineplattformen ausgeglichen.

Abschließend ist hervorzuheben, dass die beiden Untersuchungen von Airbnb und Couchsurfing als zwei Zugänge zum Phänomen des *peer-to-peer* Wohntourismus verstanden werden. Das in Kapitel 3.3 bereits dargelegte Ziel ihrer Untersuchung setzt sich aus zwei Aspekten zusammen. Zum einen wird die Rolle der vier möglichen Autoritäten hinsichtlich der Prozesse von Authentisierung entlang konkreter Fallbeispiele erforscht. Dadurch wird geprüft, inwiefern diese Autoritäten sich tatsächlich als solche behaupten und wie sie zu anderen relevanten Autoritäten stehen. Dies macht es möglich, Machtverhältnisse in Prozessen der Authentisierungen am Beispiel der Onlineplattformen Airbnb und Couchsurfing aufzudecken.

Zum anderen wird untersucht, welche der drei theoretisch erschlossenen Arten von Authentisierungen jeweils für die beiden Fallbeispiele identifiziert werden. Dies legt offen, inwiefern ortsspezifische, räumliche und interpersonelle Authentisierungen für den jeweils über Airbnb und Couchsurfing initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus praktische Relevanz haben.

Das nachfolgende Kapitel 5 arbeitet diese doppelte Zielsetzung für das Fallbeispiel Airbnb heraus. Anschließend wird dasselbe für Couchsurfing in Kapitel 6 geleistet.

5 Fallbeispiel I: Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus

Die Onlineplattform Airbnb (www.airbnb.de) wurde im Jahr 2008 als Start-up von Joe Gebbia, Brian Chesky und Nathan Blecharczyk in San Francisco gegründet. Das betreibende Unternehmen Airbnb Inc. versteht die Plattform als einen der „weltweit größten Marktplätze, auf dem Reisende über sieben Millionen einzigartige Unterkünfte [...] finden und buchen können“ (Airbnb Newsroom 2019a). Laut eigenen Angaben verfügt die Onlineplattform über mehr als 150 Millionen Nutzer*innen und vermittelt Übernachtungsmöglichkeiten in mehr als 190 Ländern (vgl. ebd.; Kapitel 4.1). Obwohl das Unternehmen sich zu Beginn ausschließlich auf die kostenpflichtige Vermittlung von *peer-to-peer* Reiseunterkünften konzentrierte, hat es sein Repertoire mittlerweile um Reiseerlebnisse erweitert.⁹⁹ Für die Untersuchung von Authentisierungen in Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus interessiert vornehmlich das ursprüngliche Kerngeschäft des Unternehmens: die Vermittlung von *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten.

Da die Airbnb für seine User*innen kostenpflichtig ist, werden die vermittelten *peer-to-peer* Reiseunterkünfte auch als Kurzzeitvermietungen bezeichnet. Die Onlineplattform erlaubt es ihren User*innen, sowohl die von ihnen bewohnte Wohnung als auch professionalisiert betriebene Unterkünfte, wie Ferienwohnungen oder Zimmer in Hotels, als *peer-to-peer* Kurzzeitvermietungen zu inserieren. Auf diesen zweiten Typus treffen einige der elementaren fünf Dimensionen von *peer-to-peer* Wohntourismus nicht zu – etwa die Relevanz der Hosts als reguläre Bewohner*innen und die damit verbundene Bedeutung des *life narratives* in einer *peer-to-peer* Reiseunterkunft (vgl. Kapitel 3.3). Für die Entscheidung, Airbnb als Fallbeispiel I in die Analyse von Authentisierungsprozessen aufzunehmen, wirft dies eine grundlegende Frage auf: Wie ist mit diesen professionalisierten Kurzzeitvermietungen umzugehen?

⁹⁹ Seit November 2016 können User*innen anderen Community-Mitgliedern sogenannte „Entdeckungen“ anbieten, hierunter fallen beispielsweise Stadtführungen, Workshops oder Kochkurse. Im Juni 2019 wurde sodann eine weitere Option, „Abenteuer“, eingeführt, bei denen Nutzer*innen all-inclusive Gruppenreisen über Airbnb buchen: Gastgeber*innen fungieren hierbei als Reiseleiter*innen, sie stellen Unterkunft sowie Verpflegung und organisieren Aktivitäten.

Da die Onlineplattform beide Typen von *peer-to-peer* Unterkünften mithilfe desselben *hospitality networks* vermittelt, wurden beide eingedenk ihres markanten Unterschiedes im Zuge der (n)ethnographischen Feldforschung berücksichtigt. Wie die nachfolgenden Kapitel noch erläutern, konnte auf diese Weise offengelegt werden, dass weder das Unternehmen noch seine Infrastruktur in ihren vorgenommenen Authentisierungen zwischen diesen verschiedenen Typen differenzieren. Airbnb inszeniert folglich sein komplettes Angebot an Übernachtungsmöglichkeiten als Unterkünfte des *peer-to-peer* Wohntourismus und ist daher für die empirische Erforschung von Authentisierungen ein umso interessanteres Fallbeispiel.

Bevor die zu Airbnb betriebene Feldforschung im Detail erläutert werden kann, ist es unerlässlich, den Forschungsstand zu dieser Onlineplattform zu rezipieren und sie anhand dessen vorzustellen. Aus diesem Grund fasst Kapitel 5.1 die veröffentlichten Arbeiten der verschiedenen Disziplinen zu Airbnb thematisch zusammen. Daran schließt Kapitel 5.2 mit der Analyse zu Authentisierungsprozessen bei dem über Airbnb initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus an. Sie setzt sich aus vier Schritten zusammen und prüft ausgehend von den in Kapitel 3.3 identifizierten Autoritäten deren Zuschreibungen von Authentizität. Hierbei wird auch der Unterschied zwischen nicht-professionalisierten und professionalisierten *peer-to-peer* Unterkünften berücksichtigt. Schließlich fasst Kapitel 5.3 die zentralen Schritte und Erkenntnisse dieses Vorgehens zusammen und stellt pointiert ihre Bedeutung für Authentisierungen in Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus heraus.

5.1 Forschungsstand: Inbegriff der Sharing Economy

Seit der Gründung von Airbnb vor nunmehr über zehn Jahren ist die Onlineplattform des Unternehmens Airbnb Inc. Gegenstand einer Vielzahl wissenschaftlicher Arbeiten und Untersuchungen geworden. Der aktuelle Forschungsstand zu Airbnb setzt sich aus unterschiedlichen akademischen Disziplinen zusammen. Dominant sind hierbei Artikel mit perspektivischer Schwerpunktsetzung aus der Ökonomie, der Tourismuswissenschaft, der Stadtgeographie oder Urbanistik. Die disziplinäre Heterogenität kennzeichnet die Onlineplattform als einen Forschungsgegenstand, der jenseits eines spezifischen wissenschaftlichen Fachbereichs von Bedeutung ist. Trotz dieser Relevanz ist auffällig, dass die Vermittlung von *peer-to-peer* Unterkünften durch Airbnb bislang nicht unter dem Aspekt des fremden Wohnens als touristischer Attraktion analysiert wurde. Es finden sich allerdings, wie im Verlauf dieses Kapitels gezeigt werden wird, vereinzelt Arbeiten zur Bedeutung von Authentizität.

Um den umfassenden Literaturkorpus zu Airbnb inhaltlich zu strukturieren, sind Veröffentlichungen entlang von drei thematischen Fokussierungen gebündelt worden. Zu Beginn erfolgt (1) die Auseinandersetzung mit der wissenschaftlichen Debatte um die Kennzeichnung von Airbnb Inc. als Unternehmen der *sharing economy*. Daran anschließend werden (2) Studien zu Airbnb User*innen – dies impliziert sowohl Gastgeber*innen als auch Gäste – behandelt. Im dritten Themenblock sind (3) Arbeiten zusammengefasst, die sich primär mit dem Einfluss von Airbnb auf Stadttourismus sowie Stadtentwicklungen beschäftigt haben.

(1) Kennzeichnung von Airbnb Inc. als Unternehmen der *sharing economy*

In einem Großteil der wissenschaftlichen Arbeiten wird das Unternehmen Airbnb Inc. aufgrund seines Geschäftsmodells und seines Erfolges als Inbegriff der *sharing economy* gedeutet (vgl. u.a. Priporas et al. 2017; Schor 2016; Fang/Qiang/Law 2016; Ert/Fleischer/Magen 2016; Kagermeier/Köller/Stors 2015). Dies begründet sich damit, dass das Unternehmen über seine Onlineplattform die Vermittlung von *peer-to-peer* Unterkünften unter User*innen organisiert – gegen Gebühr teilen Gastgeber*innen ihre Wohnungen temporär mit ihren Gästen. Allerdings ist der Kennzeichnung des Unternehmens und seiner Onlineplattform als Beispiel für die *sharing economy* mitunter kritisch diskutiert worden.

Prominent ist diesbezüglich vor allem die von Russell Belk formulierte Kritik, in der er Airbnb „pseudo-sharing“ vorwirft (vgl. Belk 2014a, 2014b). Hierunter versteht er „a business relationship masquerading as communal sharing“ (Belk 2014a: 11) und hebt anschließend deutlich hervor: „[I]t is not sharing, despite promoters often employing a sharing vocabulary“ (ebd.). Wenn derart zwischen Arten des Teilens differenziert wird, dann ermöglichen kommerzielle Beziehungen per se ausschließlich *pseudo-sharing*-Praktiken. Belk folgend, trifft dies insofern auf Airbnb zu, als das betreibende Unternehmen für jede erfolgreiche Buchung einer *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit eine Provision erhebt und die Gastgeber*innen für ihre Tätigkeit durch ihre Gäste bezahlt werden.

In Reaktion auf Belks Kritik haben andere wissenschaftliche Publikationen nach alternativen Klassifizierungen gesucht, um das Geschäftsmodell der Onlineplattform adäquat zu beschreiben. Vorgeschlagen wurden unter anderem „experience economy“, um die über Airbnb vermittelten Erlebnissen und Erfahrungen stärker hervorzuheben (vgl. Mansfeldt 2015) oder auch „crowd-based capitalism“, wodurch die ökonomische Struktur sowie die netzwerkartige Organisation besonders herausgestrichen werden (vgl. Sundararajan 2017: 26f).

Am stärksten durchsetzten konnte sich in der Vielzahl der alternativen Begriffsvorschläge jedoch die Klassifizierung von Airbnbs unternehmerischem Konzept als Teil der „collaborative economy“ oder der „collaborative consumption“ (vgl. u.a. Gyimóthy/Dredge 2017; Barnes/Mattsson 2017; Tussyadiah/Pesonen 2016a; Botsman/Rogers 2010). Allerdings ist zu beachten, dass diese beiden Begriffe mit divergenten Definitionen ausgestattet sind, welche wiederum jeweils unterschiedliche Aspekte akzentuieren.¹⁰⁰ Zusätzliche definitorische Schwierigkeiten ergeben sich dadurch, dass „kollaborative Ökonomie“ und „kollaborativer Konsum“ oftmals ohne eine weitergehende Spezifizierung synonym mit der Bezeichnung „sharing economy“ verwendet werden (z.B. bei Hamari/Sjöklint/Ukkonen 2016; Piscicelli/Cooper/Fisher 2015).

¹⁰⁰ Im Sammelband *Collaborative Economy and Tourism: Perspectives, Politics, Policies and Prospects* (2017), der von Dianne Dredge und Szilvia Gyimóthy veröffentlicht wurde, steht die begriffliche Vielfalt zu „collaborative economy“ im Mittelpunkt. Die beiden Herausgeberinnen erklären in der Einleitung, dass sie sich bewusst der Erarbeitung einer einzigen, universellen Definition verweigern und stattdessen in der Heterogenität der Begriffsbestimmungen die Chance erkennen, die umfangreichen Implikationen dieser Wirtschaftsform abzubilden (vgl. Gyimóthy/Dredge 2017: 23ff.).

Die begriffliche Vielfalt, welche zur Verfügung steht, um Airbnbs Geschäftsmodell zu beschreiben, ist als Ausdruck der eingangs bereits erwähnten unterschiedlichen wissenschaftlichen Perspektiven, aus denen heraus das Unternehmen und seine Vermittlung von *peer-to-peer* Reiseunterkünften untersucht wurde, zu werten. Unabhängig davon, welche dieser Bezeichnungen zur Charakterisierung Verwendung findet, ist hervorzuheben, dass sie eine Gemeinsamkeit teilen: Sie alle beschreiben die Abkehr von einer Besitzökonomie bei gleichzeitiger Hinwendung zu einer Kontroll- und Zugangsökonomie (vgl. Richardson 2015: 122). Trotz der semantischen Kritik Belks kommt die veränderte wirtschaftliche Schwerpunktsetzung – weg von dauerhaftem Besitz, hin zu temporärem Nutzen – am deutlichsten im Begriff „sharing economy“ zum Ausdruck (vgl. Stoltenberg 2017). Deswegen hält die vorliegende Arbeit weiterhin an der Kennzeichnung von Airbnb Inc. als Unternehmen dieser Ökonomie fest.

Eng verbunden mit der Suche nach einer geeigneten Bezeichnung für Airbnbs unternehmerisches Konzept, ist die Diskussion des visionären, ideellen Potenzials der Onlineplattform. Ausschlaggebend hierfür ist die im Jahr 2010 erschienene Publikation *What's mine is yours* (2010) von Rachel Botsman und Roo Rogers. Als erste umfassende Beschreibung der *sharing economy*, die hier als kollaborativer Konsum bezeichnet wird, wird Unternehmenskonzepten wie dem von Airbnb ein revolutionäres Potential attestiert. Diese gründet sich darauf, dass diesen Konzepten die Macht zugeschrieben wird, gleichberechtigte Gesellschaftssysteme sowie nachhaltige Ressourcennutzung etablieren zu können (vgl. Botsman/Rogers 2010: 223ff.).

Aufbauend auf diesem affirmativen Verständnis hat die Soziologin Jennie Germann Molz Airbnb als treibende Kraft für die Entstehung der „network hospitality“, einem neuen Paradigma von Vergesellschaftung, gedeutet (vgl. Germann Molz 2014; Kapitel 3.1). Zudem wurden Airbnb-Übernachtungen als gemeinsames kreatives Produkt des Unternehmens, der Hosts und Gäste bezeichnet (vgl. Boswijk 2017).¹⁰¹

Wenn ein visionäres und revolutionäres Potenzial Airbnbs zurückgewiesen oder kritisch bewertet wird, dann geschieht dies unter Verweis auf deutliche Macht- und

¹⁰¹ Damit einhergehend, ist die mitunter vorgenommene Charakterisierung von Airbnb-User*innen als Prosument*innen (vgl. di Prete 2018; Ritzer 2015). Im Hinblick auf die im Zuge der Auseinandersetzung mit der *sharing economy* geübte Kritik wird diese Deutung in der vorliegenden Arbeit jedoch nicht ausgegriffen.

Wissensasymmetrien zwischen User*innen und dem Unternehmen, dem vorrangigen Streben nach Profitmaximierung seitens des Unternehmens oder der Förderung neuer prekärer Arbeitsverhältnisse (vgl. Ravenelle 2019; Ossewaarde/Reijers 2017; Stabrowski 2017; Doorn 2017; Stoltenberg/Frisch 2017; O'Regan/Choe 2017a, 2017b; Schor 2016; Bialski 2016; Dredge/Gyimóthy 2015). Insbesondere die Macht- und Wissensasymmetrien zwischen User*innen und dem Unternehmen werden im Rahmen der vorliegenden Arbeit für die Untersuchung von Airbnbs Authentisierungen noch eine Rolle spielen. Daher ist auch das revolutionäre Potenzial der Onlineplattform eher zurückhaltend zu bewerten.

(2) Studien zur Airbnbs User*innen

Neben der Diskussion um die Zuordnung zur *sharing economy* sowie des möglichen visionären Potenzials, haben sich wissenschaftliche Arbeiten zu Airbnbs Onlineplattform dezidiert mit den User*innen-Community auseinandergesetzt. Hierbei erfahren vor allem zwei Aspekte verstärkte Aufmerksamkeit: Zum einen werden die verschiedenen Nutzer*innen nach ihren (a) Motivationen der aktiven Partizipation gefragt, zum anderen widmen sich Arbeiten insbesondere der (b) Analyse der Mittel zur Herstellung von Vertrauen und Sicherheit innerhalb der Community.

(a) Die Intentionen, die Airbnb-User*innen mit ihrer Registrierung auf der Plattform verfolgen, sind vielfältig. Es wird zwischen Nutzer*innen unterschieden, welche die Onlineplattform primär als Gastgeber*innen nutzen, und denen, die Airbnb vornehmlich in der Rolle des Gastes verwenden. Für Hosts liegen bislang noch wenige Untersuchungen vor. Studien konnten zeigen, dass diese neben dem finanziellen Gewinn und dem Austausch mit ihren Gästen auch die Flexibilität ihrer Host-Tätigkeit besonders schätzen (vgl. Stors 2019; Karlsson/Dolnicar 2016; Kagermeier/Köller/Stors 2015). In Reaktion auf die monetär fundierten Motivationen wurde kritisch angemerkt, dass dies Airbnb-Gastgeber*innen untereinander in Konkurrenz treten lasse (vgl. Stoltenberg 2019; Bialski 2017). Tatsächlich fühlen sich Gastgeber*innen durchaus dazu verpflichtet, in ihrem Airbnb-Inserat „the creation of an idealized home“ (Borm 2017: 48) zu präsentieren.

Für Airbnb-Gäste sind ökonomische Vorteile, wie etwa eine Kostenersparnis gegenüber der Übernachtung im Hotel, sowie die Interaktion mit ihrem Host dominante Motive für die Plattform-Nutzung (vgl. Guttentag et al. 2018; Tussyadiah/Zach 2016 ; Kagermeier/Köller/

Stors 2015; Möhlmann 2015). Es finden sich vielfach marketing- und konsumwissenschaftlichen Studien, die versuchen, ausgehend von diesen Ergebnissen Handlungsempfehlungen für Hotelbetriebe und Tourismusanbieter*innen abzuleiten (vgl. Gibbs et al. 2018, 2017; Lee/Kim 2017; Liu/Mattila 2017; Wang/Nicolau 2017; Yannopoulou/Moufahim/Bian 2013). Aufgrund ihrer besonderen Relevanz für die vorliegende Arbeit sind hinsichtlich der Motivationen der Gäste diejenigen Studien hervorzuheben, die den Wunsch, authentische Erfahrungen zu erleben, identifizieren konnten (vgl. Lalicic/Weismayer 2017; Liang/Choi/Joppe 2017; Poon/Huang 2017). Aufgrund der Ergebnisse weiterer Untersuchungen kann festgehalten werden, dass sich diese Art der Erfahrungen vor allem auf die Individualität der über Airbnb gemieteten *peer-to-peer* Wohnung sowie ihre besondere Lage gründen (vgl. Guttentag et al. 2018; Richards 2017; Guttentag 2015; Kagermeier/Köller/Stors 2015).

Die Individualität der *peer-to-peer* Unterkunft war zuvor in Kapitel 3.1 unter Rückgriff auf die *commercial-home*-Forschung bereits als wesentliches Kennzeichen dieser Art der Übernachtungsmöglichkeit hervorgehoben worden. Sie ist Gegenstand räumlicher Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus (vgl. Kapitel 3.3). Hingegen ist die Lage einer Wohnung für ortsspezifische Authentisierungen als relevant bestimmt worden (vgl. ebd.). Diese Art der Authentisierung resultiert aus der Denkfigur der Unterteilung von Orten in Vorder- und Hinterbühnen, in Regionen *on* und *off the beaten track*.

Diese Denkfigur findet sich explizit auch in tourismuswissenschaftlicher Literatur wieder. Beispielsweise hält Daniel Guttentag in seinem Resümee zur Kennzeichnung von Airbnb als „disruptiver Innovation“ im Beherbergungssektor fest:

„The experience of living in a residence also offers guests the chance to have a more ‘local’ experience by living more like a local, interacting with the host or neighbours, and possibly staying in a ‘non-touristy’ area, as Airbnb accommodations tend to be more scattered than traditional accommodations“ (Guttentag 2015: 1197).

Airbnbs *peer-to-peer* Unterkünften werden in diesem Zitat als Zugang zu einer „more local experience“ gedeutet, da sie sich anders als klassische Beherbergungsbetriebe in nicht-touristischen Wohnviertel befänden. Folglich findet auch hier eine Aufwertung der *peer-to-peer* Reiseunterkünfte statt, indem diese als *off the beaten track* befindlich beschrieben werden.

In den angeführten Untersuchungen ist Authentizität allerdings nicht expliziter Gegenstand der Untersuchung. Zusätzlich wird die Individualität der Wohnung zumeist unter der

Individualität der Lage subsumiert und selbst nicht dezidiert behandelt. Vor diesem Hintergrund ist der Ansatz, Authentisierungen in Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus zu prüfen, besonders hervorzuheben.

(b) Neben dem Ergründen der Motivationen von Airbnb-Nutzer*innen, ist die Community primär im Hinblick auf Vertrauen und Sicherheit untersucht worden. Dies ist deswegen ein derart bedeutendes Thema, weil der initiale Kontakt zwischen Host und Gast online direkt über Airbnbs Nachrichtensystem erfolgt – die beiden User*innen haben sich im Regelfall zuvor noch niemals *face-to-face* getroffen. Als ein wesentliches Instrument zur Herstellung von Glaubwürdigkeit und damit auch Vertrauen und Sicherheit konnte in Befragungen der User*innen das Hochladen ansprechender Fotos der angebotenen Unterkunft sowie des Hosts ermittelt werden (vgl. Fagerstrøm et al. 2017; Ert/Fleischer/Magen 2016). Des Weiteren ist das reziproke Bewertungssystem ein zentrales Mittel zur Schaffung und Wahrung von Vertrauen, weil sich Gastgeber*in und Gast mit dessen Hilfe nach einem Aufenthalt öffentlich bewerten können (vgl. Frisch/Stoltenberg 2018; Phua 2018; Bridges/Vásquez 2016).

Es ist in diesem Zusammenhang hervorzuheben, dass Airbnb Inc. flexibel auf Bedürfnisse und Feedback der User*innen seiner Onlineplattform reagiert, indem neue Mechanismen zur Herstellung von Vertrauen und Sicherheit implementiert werden (vgl. Ert/Fleischer 2019). Eine umfassende Veränderung war diesbezüglich beispielsweise die Einführung des Status „Superhost“. Er wird Gastgeber*innen zuteil, wenn sie außerordentlich viele verschiedene Anfragen schnell beantworten und eine hohe Anzahl von Gästen bei sich aufnehmen (vgl. Sun et al. 2019; Gunter 2018; Roelofsen/Minca 2018; Liang et al. 2017). Der Status wird im Profil der jeweiligen Hosts als Emblem angezeigt.

Eine weitere Modifizierung wurde vorgenommen, als mehrere Studien aufdecken konnten, dass einzelne Instrumente zur Herstellung von Vertrauen und Sicherheit zu diskriminierenden und rassistischen Praktiken unter Airbnb-Nutzer*innen führten (vgl. u.a. Cheng/Foley 2018; Karlsson/Kempermann/Dolnicar 2017; Edelman/Luca/Svirsky 2017; Gilheany/Wang/Xi 2015; Edelman/Luca 2014). In Reaktion auf diese Veröffentlichungen hat Airbnb Inc. die seine Onlineplattform unter anderem dahingehend verändert, dass die Profilbilder der Hosts in

der ersten Übersicht von Suchergebnissen nicht mehr mit angezeigt werden.¹⁰² Zudem verpflichten sich User*innen seit September 2016 mit der Nutzung von Airbnb automatisch zur Anerkennung des sogenannten „Community-Bekenntnis“¹⁰³ und müssen sich in den USA und der Europäischen Union an verbindliche Antidiskriminierungsrichtlinien halten (vgl. Airbnb Antidiskriminierung 2017).

Die Implementierung von neuen Tools wird in den zuvor zitierten Arbeiten zwar primär im Zusammenhang mit Fragen von Sicherheit und Vertrauen diskutiert, dennoch illustriert sie eindrücklich, inwiefern das infrastrukturelle *hospitality network* einer Onlineplattform durch die Betreiber geändert werden kann. Die dynamische Anpassung der Infrastrukturen im *peer-to-peer* Wohntourismus war zuvor in Kapitel 3.1 als wichtiges Merkmal dieser Art von Tourismus erläutert worden.

(3) Airbnb Einfluss auf Stadttourismus und Stadtentwicklungen

Das am wissenschaftlich bislang am umfassendsten bearbeitete Themengebiet des Forschungsstandes zu Airbnb ist der Einfluss der Onlineplattform auf urbanen Tourismus und Stadtentwicklungen. Da Airbnbs Onlineplattform vor allem in Städten genutzt wird, wurden die hierüber vermittelten Reiseunterkünfte als ein primär urbanes Phänomen beschrieben (vgl. Salice/Pais 2017).¹⁰⁴ Hier beeinflussen sie den Stadttourismus insbesondere im Hinblick auf die Erweiterung der Angebote von günstigen Übernachtungsmöglichkeiten und treten demnach mit klassischen Beherbergungsbetrieben in Konkurrenz (vgl. Mody/Suess/Lehto

¹⁰² Die Aufdeckung von Diskriminierung innerhalb der Airbnb-Community hat vor allem in den USA ein großes Medienecho erhalten. Neben den hier angeführten Studien hat das Hashtag *AirbnbWhileBlack* auf Twitter die US-amerikanische Berichterstattung zu Diskriminierung unter Airbnb-User*innen maßgeblich geprägt. Es wurde schon im Dezember 2015 von Quirtina Crittenden etabliert, um die häufige Ablehnung ihrer Buchungsanfragen durch Airbnb-Hosts öffentlich zu machen (vgl. Penman/Vedantam/Nesterak 2016). Durch die oben zitierten Publikationen hat das Hashtag plötzlich große Resonanz erfahren. Auch gegenwärtig wird das Hashtag von einer Vielzahl von Twitter-User*innen genutzt, um über rassistische Erlebnisse und diskriminierende Vorfälle zu berichten.

¹⁰³ Sie stimmen zu jedes Mitglied der „Airbnb-Community – unabhängig von seiner Herkunft, Religion, Nationalität, seiner ethnischen Zugehörigkeit, einer Behinderung, seinem Geschlecht bzw. seiner Geschlechtsidentität, seiner sexuellen Orientierung oder seinem Alter – respektvoll, vorurteilsfrei und unvoreingenommen zu behandeln“ (Airbnb Community-Bekenntnis 2017).

¹⁰⁴ Dies bedeutet nicht, dass Airbnbs Kurzzeitvermietungen sich ausschließlich auf Stadt- und Metropolregionen begrenzen lassen. Die von Airbnb in Auftrag gegebene und veröffentlichte Studie *Beyond Cities* identifizierte für das Geschäftsjahr 2016/7 beispielsweise etwa 3,3 Millionen Buchungen von Inseraten in ländlichen Gegenden der USA, wobei derartige Inserate etwa 18% der gesamten US-amerikanischen Inserate ausmachten (vgl. Airbnb Beyond Cities (US) 2017: 4f.).

2017; Guttentag/Smith 2017; Guttentag 2015). Dies erweist sich vor allem für einfache Hotels und Mittelklasse-Betriebe als Bedrohung, da sie am stärksten mit Airbnbs Angeboten konkurrieren müssen (vgl. Zervas/Proserpio/Byers 2017; Koh/King 2017; Varma et al. 2016; Richard/Cleveland 2016; Fang/Ye/Law 2016).

Ein weiterer Aspekt, welcher das angespannte Verhältnis zwischen Airbnbs Angeboten und den Betreiber*innen traditioneller Beherbergungsbetriebe verschärft, ist die mitunter fehlende steuerliche Regulation von *peer-to-peer* Kurzzeitvermietungen. Diese ist das Resultat des innovativen Geschäftsmodells des Unternehmens, wodurch es in Ländern und Städten weltweit lange einen erheblichen Vorteil im Wettstreit mit Hotelbetreiber*innen hatte (vgl. Sans/Quaglieri Dominguez 2016: 224f.; Camilleri/Neuhofer 2017; Chen/Xie 2017).¹⁰⁵

In vielen Städten war es jedoch nicht der Wettbewerbsvorteil des Unternehmens, sondern die durch Airbnb Inc. hervorgerufenen sozioökonomischen Strukturveränderungen, welche den zentralen Impuls für eine Forderung nach einer Erarbeitung von Gesetzen zur Regulierung von *peer-to-peer* Kurzzeitvermietungen gaben (vgl. O'Regan/Choe 2017a; Starbrowski 2017; Xie/Mao 2017; Oskam/Boswijk 2016; Kaplan/Nadler 2015; Gottlieb 2013). Die Onlineplattform wird weltweit insbesondere in Großstädten als Katalysator für Gentrifizierungsprozesse und die damit verbundenen steigenden Mietpreise gedeutet (vgl. Wachsmuth/Weisler 2018; Gravari-Barbas/Guinand 2017; Stoltenberg 2017; Horn/Merante 2017; Schäfer/Braun 2016: 289; Cocola Gant 2016; Sans/Quaglieri Domínguez 2016; Guttentag 2015). Fehlende Regulationen ermöglichen es beispielsweise, dass Wohnungen ausschließlich als professionalisierte *peer-to-peer* Kurzzeitvermietungen über Airbnb angeboten werden und auf diese Weise dem urbanen Wohnungsmarkt entzogen sind. Um diese weitreichende Wirkung der Onlineplattform zu unterstreichen, wurde mitunter von der Onlineplattform als „gentrifying machine“ gesprochen (vgl. Gravari-Barbas/Guinand 2017). Ein weiterer Begriff ist der des „Airbnb Syndroms“ (vgl. Mermet 2017). Unter diesem Syndrom leiden Städte, wenn einzelne Viertel „a significant rent gap between short-term and long-term rental values“ (ebd.: 68) aufweisen, infolgedessen es finanziell attraktiver ist,

¹⁰⁵ Dass Airbnb Inc. in einigen Städten überhaupt Steuern an die lokalen Verwaltungen abführt, ist ein relativ junges Phänomen und Ergebnis intensiver Verhandlungen zwischen den jeweiligen politischen Stadtvertreter*innen und dem Unternehmen. Erst seit dem Jahr 2015 muss Airbnb Inc. das Design seiner Onlineplattform aufgrund rechtlicher Neuerungen in einzelnen Ländern weiter anpassen, um fällige Belegungssteuern in den Buchungsprozess zu integrieren und automatisiert an die zuständigen Finanzämter weiterzuleiten. Eine vollständige und stets aktualisierte Übersicht zu diesen Ländern mitsamt der einzelnen Steuersätze stellt das Unternehmen selbst online bereit (vgl. Airbnb Kommunalsteuer 2019).

Kurzzeitvermietungen zu betreiben statt normale Mietverträge auszustellen. Dies kann auch zu Verdrängungen langjähriger Bewohner*innen führen, weil deren Mietwohnungen durch die Vermieter*innen zu *peer-to-peer* Unterkünften umgewandelt werden (vgl. ebd.).

Selbst für Städte, in denen derartig extreme Auswirkungen noch nicht zu beobachten sind, weisen wissenschaftliche Arbeiten auf einschneidenden Veränderungen in einzelnen Stadtteilen hin. In Wohngebieten mit einem hohen Aufkommen an Airbnb-Gästen beobachten reguläre Bewohner*innen einen Anstieg von „antisocial behaviour and/or vandalism“ (Llop 2017: 123). Konkret leiden Nachbarschaften unter erhöhter Lärmbelastung, unachtsamer Müllentsorgung und reduzierten Parkmöglichkeiten – dauernd wechselnde Airbnb-Gäste als Nachbar*innen zu haben, führt zudem zu einer permanenten Unruhe in betroffenen Wohnhäusern, die auf Seiten regulärer Stadtbewohner*innen ein Unbehagen steigern kann (vgl. Gutierrez et al. 2017; Jordan/Moore 2017; Gurrán/Phibbs 2017: 85f.; Schäfer/Braun 2016: 305). Derartige negative Implikationen lassen sich weltweit beobachten und sind nicht auf einzelne Städte zu beschränken.

Konfrontiert mit diesen heterogenen und vielschichtigen Effekten auf urbanes Leben und städtische Entwicklung, haben Länder und Metropolen unterschiedliche Strategien erarbeitet, um Airbnbs *peer-to-peer* Kurzzeitvermietungen zu regulieren. Städte wie San Francisco, Osaka oder Hamburg haben beispielsweise nicht nur eine behördliche Registrierung von Hosts vorgeschrieben, sondern haben darüber hinaus jeweils eigene Maximalzahlen für die Häufigkeit der vermietbaren Nächte einer Airbnb-Unterkunft bestimmt (vgl. City & County of San Francisco 2019; McCurry 2018; Airbnb Hilfecenter 2019a).

Im thematischen Schwerpunkt zu Stadttourismus und Stadtentwicklungen werden Fragen des Wohnens in Hinblick auf den Wohnungsmarkt, steigende Mietpreise und entlang von Veränderungen in einzelnen Vierteln diskutiert. Die vorliegende Arbeit erweitert diese Perspektiven, indem sie die Prozesse von Authentisierungen bei Airbnb als einen der Gründe für die steigenden Attraktivität der Onlineplattform unter User*innen sowie die damit verbundenen städtischen Probleme identifiziert.

Darüber hinaus unterstreicht die Vehemenz mit der Airbnb Einfluss auf Stadttourismus und Stadtentwicklungen weltweit genommen hat, abseits der in Kapitel 4.1 herangezogenen Merkmale, ausdrücklich die Relevanz dieser Onlineplattform. Die Wahl dieses Fallbeispiels

wird nachdrücklich bekräftigt. Zudem illustrieren die anfänglich in vielen Städten fehlenden rechtlichen Regulierungen zu *peer-to-peer* Kurzzeitvermietungen die Neuartigkeit des Phänomens *peer-to-peer* Wohntourismus und lassen erneut die Notwendigkeit der in Kapitel 3.3 erarbeiteten Definition dieses Phänomens deutlich werden.

Wird Airbnb als Forschungsgegenstand entlang der drei thematischen Schwerpunktsetzungen porträtiert, lässt sich ein facettenreiches Bild des betreibenden Unternehmens und seiner Onlineplattform zeichnen. Die (1) Diskussion um die Zuordnung zur *sharing economy*, mündet in einer Vielzahl von Begriffsvorschlägen und unterstellt Airbnb mitunter eine visionäres Potenzial in Bezug auf gesellschaftliche Transformationen hin zu nachhaltigerem Konsum. In der (2) Untersuchung der User*innen der Onlineplattform dominieren Arbeiten zu Motivation von Gastgeber*innen und Gästen sowie Studien zur Herstellung von Sicherheit und Vertrauen. Studien zur (3) Airbnbs Einflussnahme auf städtische Prozesse kennzeichnen die Onlineplattform als signifikanten Akteur in Stadttourismus und Stadtentwicklungen.

Im Zuge der Diskussion der einzelnen Themenbereiche war bereits mehrfach darauf verwiesen worden, an welche Aspekte des bisherigen Forschungsstandes die Untersuchung von Prozessen der Authentisierung am Beispiel von Airbnb anknüpft. Im nachfolgenden Kapitel wird herausgearbeitet, inwiefern sie jeden der drei angeführten thematischen Schwerpunktsetzungen in ihrer jeweiligen Erklärungskraft erweitert.

5.2 Analyse: Dominanz ortsspezifischer und räumlicher Authentisierungen

Derzeit wirbt Airbnb Inc. in Deutschland mit dem Slogan „Weltweit zuhause“, auf Englisch lautet dieser „Belong anywhere“. Bereits in diesen beiden Werbesprüchen spielt das Unternehmen mit zentralen Begriffen, die im Zuge der Entwicklung der Soziologie des Wohnens für das Zuhause verhandelt worden waren (vgl. Kapitel 2.1.5). Es verspricht insbesondere den Gästen, das Empfinden eines Zugehörigkeitsgefühls zu einem Wohnort, welches sich mit jeder über Airbnb gebuchten Kurzzeitvermietung realisiert. Der Slogan impliziert, dass sich dieses Zugehörigkeitsgefühl losgelöst vom Typus der *peer-to-peer* Unterkunft einstellt. Es wird nicht zwischen professionalisierten Reiseunterkünften und denjenigen, die von den Gastgeber*innen selbst auch tatsächlich als regulärer Wohnort genutzt werden, unterschieden. Die nachfolgenden Kapitel zeigen auf, dass diesem Slogan eine zentrale Position innerhalb der von Airbnb Inc. als Autorität vorgenommenen Authentisierungsbestrebungen zukommt. Es wird darüber hinaus dargelegt, dass ebenjene Zuschreibungen von Authentizität aufgrund der fehlenden Differenzierung durch andere Autoritäten und ihre Arten von Authentisierung angezweifelt und herausgefordert werden.

Die (n)ethnographisch fundierte Untersuchung von Prozessen der Authentisierung und den damit verbundenen Machtverhältnissen ist in vier Schritte gegliedert. Sie prüft ausgehend von den in Kapitel 3.3 identifizierten vier Autoritäten und der dort gewählten Reihenfolge, inwiefern diese ortsspezifische, räumliche oder interpersonelle Authentisierungen artikulieren und behaupten. Folglich fokussiert Kapitel 5.2.1 zunächst diejenige Zuschreibung von Authentizität, durch welche das Unternehmen Airbnb Inc. seine Onlineplattform kennzeichnet. In Kapitel 5.2.2 steht sodann die Analyse der infrastrukturell unterstützten Authentisierungen des *hospitality networks* im Mittelpunkt. Kapitel 5.2.3 widmet sich dezidiert der als *peer-to-peer* Unterkunft genutzten Wohnung. Authentisierungen werden hier zum einen anhand der online Präsentation dieser Unterkünfte untersucht, zum anderen entlang konkreter Vorbereitungsmaßnahmen vor Ort, welche vor Ankunft von Gästen ergriffen werden. Der vierte Analyseschritt in Kapitel 5.2.4 konzentriert sich dezidiert auf Zuschreibungen von Authentizität, die Airbnbs User*innen primär während ihres Aufenthaltes in einer über die Onlineplattform vermittelten *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit als Host und/oder Gast vornehmen.

5.2.1 Airbnb Inc.: „Weltweit zuhause“

Als Unternehmen kommt Airbnb Inc. grundsätzlich ein besonderer Stellenwert in Bezug auf die Zuschreibung und Inszenierung von Authentizität in Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus zu. Dies liegt darin begründet, dass es maßgeblich auf die Gestaltung und das visuelle Design der von ihm betriebenen und verwalteten Onlineplattform einwirkt (vgl. Kapitel 3.3). In der Diskussion um die Zuordnung des Unternehmens zur *sharing economy* war diesbezüglich unter anderem auf Machtasymmetrien zwischen Airbnb Inc. und den User*innen der Onlineplattform hingewiesen worden (vgl. Kapitel 5.1). Diese herausragende Machtposition legt nahe, dass das Unternehmen eine starke Autorität in Bezug auf Authentisierungen bei Airbnb darstellt. Mithilfe einer Collage aus Protokollierungen teilnehmender Beobachtungen der (n)ethnographischen Feldforschung wird im Folgenden gezeigt werden, dass Airbnb Inc. Authentizität vor allem zu spezifischen Orten sowie den *peer-to-peer* Unterkünften der Gastgeber*innen zuschreibt. Es stützt sich damit vornehmlich auf ortsspezifische und räumliche Authentisierungen.

Wie diese zwei der drei Arten von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus durch das Unternehmen artikuliert, legitimiert und miteinander verwoben werden, lässt sich eindrücklich am bereits in den einleitenden Worten angeführten Slogan „Weltweit zuhause“/ „Belong anywhere“ nachvollziehen. Dieser wird international durch das Hashtag *LiveThere* begleitet und prägt seit Frühling 2015 die Außendarstellungen des Unternehmens. Auf airbnb.de, der deutschen Startseite von Airbnb, war im nachfolgenden Jahr 2016 über mehrere Monate hinweg ein Video eingebettet, welches prominent am oberen Beginn der Webseite platziert wurde und etwa ein Viertel der gesamten Startseite ausmachte. Als Userin der Onlineplattform wurde innerhalb der teilnehmenden Beobachtungen der Interaktionen mit Airbnbs Infrastruktur aus der auffälligen Platzierung auf das Beimessen einer hohen Relevanz des Videos durch das Unternehmens geschlossen (vgl. Kapitel 4.2.1). Besucher*innen der Webseite war es zum damaligen Zeitpunkt kaum möglich, dieses Video nicht zu registrieren.

Aus diesem Grund wurde der Werbefilm als wichtiges Kommunikationsmittel des Unternehmens im Rahmen der (n)ethnographischen Forschung protokolliert.¹⁰⁶

Zu sehen war ein Einzelbild des Videos, welches einen weißen jungen Mann im Türrahmen eines Apartmenthauses zeigte, der lächelnd eine schwarzen jungen Frau begrüßt. Auf dem Bild stand in Großbuchstaben: „SEI DORT ZUHAUSE“, der Untertitel lautete: „Buche Unterkünfte von einheimischen Gastgebern in über 191 Ländern und erlebe einen Ort, als ob du dort wohnen würdest“. Durch einen Klick auf diesen Schriftzug startete das Video. Dieser einminütige Clip steht deswegen im Zentrum der nachfolgenden Erläuterungen zu Authentisierungen durch Airbnb Inc., weil er symptomatisch für das grundlegende Narrativ der Zuschreibung von Authentizität durch das Unternehmen ist.

In dem kurzen Video wird der Aufenthalt in einer *peer-to-peer* Unterkunft, welche mithilfe von Airbnb gebucht wurde, mehrfach und nachdrücklich von stereotypischen touristischen Erlebnissen abgegrenzt. Hierzu dienen klischeehafte touristische Praktiken und Objekte, welche zu Beginn des Videos in drei Szenen gezeigt werden: Ein Selfiestick, welcher sich in den ersten Sekunden des Clips vor den Eiffelturm im grauen, wolkenverhangenen Paris schiebt; die darauf folgende Szene einer Bootsfahrt auf der Seine, in der die Passagier*innen in Regen- und Funktionskleidung eng gedrängt sind und versuchen, mit ihren Kameras und Smartphones Fotos durch die Scheiben des verglasten Bootsdaches zu machen; die Teilnehmer*innen einer geführten Segway-Tour, die am von kahlen Bäumen gerahmten Arc de Triumphe vorbeifahren.

Die herbstliche Stimmung, welche durch fehlendes Sonnenlicht, die warme und dicke Kleidung der dargestellten Personen sowie die blattlosen Bäume erzeugt wird, verleiht diesen drei Szenen Tristesse. Sie werden durch ein Voiceover begleitet, in der eine ruhige Frauenstimme jede Einstellung mit einem mahnenden Satz kommentiert: „Fahr’ nicht nach Paris. Mach’ keine dieser Paris-Touren. Und, bitte, hark’ es nicht einfach ab!“ (Airbnb #LiveThere 2016: 2–11 Sek.).

¹⁰⁶ Seit dem Jahr 2016 hat sich die deutsche Startseite von Airbnb mehrfach geändert. Der im obigen Text beschriebene Aufbau der Webseite kann mithilfe von digitalen Archiv-Diensten, wie sie etwa das Portal *Wayback Machine* anbietet, leicht nachvollzogen werden. Obwohl das einminütige Video aktuell nicht mehr auf der Startseite eingebettet ist, kann der Clip noch immer bei YouTube unter folgendem Link aufgerufen werden: <https://bit.ly/2VKbpsb>. Er trägt den Titel „Fahr nicht nur hin. Lebe dort“ (Airbnb #LiveThere 2016).

Nachdem diese ersten elf Sekunden den Zuschauer*innen anhand von drei Beispielen demonstriert haben, wie sie sich als Tourist*innen in Paris besser nicht verhalten sollten, beginnt der zweite Teil des Videos, der diese Szenen mit farbenfrohen, sonnigen Begegnungen zwischen Airbnb-Gastgeber*innen und -Gästen deutlich kontrastiert. Der auffällige Unterschied wird als erstes durch das Treffen zwischen einem jungen Mann und einer jungen Frau geschaffen, welches als Einzelbild das Video in Airbnbs Startseite einbettete. Sie lachen sich strahlend an, im Hintergrund ist eine von Apartment-Häusern gesäumte Kopfsteinpflaster-Straße zu erkennen, er winkt sie herein (vgl. ebd.: 13–14Sek.). In der nächsten Szene betreten zwei junge Männer die obere Etage einer Wohnung. Im Zimmer sind rechts eine Plattensammlung sowie ein Schirmständer mit rosafarbenen Schirm zu sehen, auf der linken Seite befindet sich ein Sofa und in der Ecke ein sehr volles und unordentliches Bücherregal. Die Männer unterhalten sich angeregt, sie haben Lebensmitteleinkäufe dabei. Es folgt eine Szene, in der ebenjene Etage als Inserat in der Airbnb-App gezeigt wird (vgl. ebd.: 17 Sek.).

Anschließend demonstrieren fünf sehr kurze Snippets jeweils glückliche und innige Momente zwischen Airbnb-Gästen. Zu sehen sind unter anderem ein junges Paar, welches sich auf einem Sofa sitzend spielerisch zankt (vgl. ebd.: 19 Sek.) oder ein schlafender Mann, der mit einem aufgeschlagenen Buch auf dem Bauch in einem Zimmer mit deckenhohen Bücherregalen eingenickt ist (ebd.: 27 Sek.). Das Voiceover begleitet diese Schlaglichter nun mit einem freundlichen und einladenden Ton: „Lebe in Paris! Denn mit Airbnb hast du dein eigenes Zuhause. Machst dein Bett. Kochst dir etwas. Was man eben so macht!“ (ebd.: 13–26 Sek.). Diese fünf Snippets schließen die erste Hälfte des Clips ab.

Im direkten Vergleich zu den anfänglichen drei Szenen ist schon jetzt auffällig, wie unterschiedlich diese Schlaglichter Paris als Destination porträtieren. Es ist keine der bekannten Attraktionen zu sehen, welche es zu Beginn des Video leicht gemacht haben, den geographisch Schauplatz des Gezeigten zielsicher verorten zu können. Stattdessen heben die fünf Snippets Momente, Praktiken und Rhythmen hervor, welche als Insignien des Alltagslebens inszeniert werden. Reisende sollen nicht nach Paris reisen – sie sollen in der Stadt leben: Ihr Bett machen, kochen, einen Mittagsschlaf halten, tun, „was man eben so macht“.

Bevor diese Darstellungsweisen detaillierter analysiert werden können, muss noch die zweite Hälfte des Videos beschrieben werden. Hier löst sich der Clip nun von seiner Konzentration auf die französische Hauptstadt und zeigt nach demselben eingangs angewandten Schema beengte und stark besuchte Sightseeing-Touren in drei anderen Städten. Dazu das Voiceover: „Fahr’ nicht nach L.A, nach New York, nach Tokio!“ (ebd.: 28–30 Sek.). Dann wechselt die Szenerie wieder und das Voiceover hilft, die gezeigten kurzen Snippets zuzuordnen. Ein Mann fährt freihändig und lächelnd mit dem Rad durch die Abenddämmerung einer Stadtstraße – „Leb’ einfach da!“ (ebd.: 31 Sek.). Ein Kind springt johlend in den Pool eines Hauses, ein Mann trainiert Liegestütze auf einem Basketballplatz, eine Frau führt eine andere junge Frau durch das Wohnzimmer ihres Hauses – „Leb’ in Malibu oder im East Village oder in Shinagawa!“ (ebd.: 32–37 Sek.). Bei einer kleinen Sportveranstaltung fokussiert die Kamera die zwei lächelnden Gesichter eines Mannes und einer Frau, beide klatschen begeistert; in der nächsten Szene nimmt ein Mann zwischen anderen Herren in der Wanne einer öffentlichen japanischen Badeanstalt Platz – „Fühl’ dich zuhause, egal wo du bist!“ (ebd.: 38–40 Sek.). Anschließend werden weitere Szenen fröhlicher Begegnungen und Interaktionen zwischen verschiedenen Menschen beim Sport, beim gemeinsamen Essen und beim Nutzen einer Autoriksha gezeigt. Das Video endet, indem die Kamera einem Paar beim Blick aus dem geöffneten Fenster auf den in goldenem Licht angestrahlten Eiffelturm über die Schulter schaut. Begleitet wird dies durch Voiceover: „Wo immer du hinfährst, fahr’ nicht einfach nur hin. Sei dort zuhause. Auch wenn es nur für eine Nacht ist“ (ebd.: 50–60 Sek.). Das Logo von Airbnb Inc., der Name des Unternehmens sowie der Slogan „Weltweit zuhause“ werden eingeblendet.

In diesem einminütigen Clip nimmt Airbnb Inc. zwei der drei für *peer-to-peer* Wohntourismus identifizierten Zuschreibungen von Authentizität vor. Das Unternehmen verknüpft ortsspezifische und räumliche Authentisierungen eng miteinander, wodurch es insbesondere die räumlichen Authentisierungen noch verstärkt. Dies wird im Folgenden erläutert und mit weiterem empirischen Material fundiert.

Eine ortsspezifische Authentisierung gründet sich auf der Kennzeichnung spezifischer Orte als authentisch (vgl. Kapitel 3.3). Im Video nimmt Airbnb Inc. diese Kennzeichnung vor, indem es schon zu Beginn des Clips mit einer deutlichen Differenz operiert: Es unterscheidet plakativ zwischen den Orten, an denen die *peer-to-peer* Unterkünfte liegen, und denjenigen,

die touristisch erschlossen sind. Die Parallele zu der von MacCannell eingeführten Denkfigur der Unterscheidung von Vorder- und Hinterbühnen ist offensichtlich (vgl. Kapitel 3.2): Während Sightseeing-Spots und stereotyp touristische Aktivitäten als Produkt des Massentourismus und damit der Vorderbühne dargestellt werden, befinden sich die über Airbnb vermittelten Reiseunterkünfte und Begegnungen in Vierteln, die nicht touristisch erschlossen sind. Diese Orte werden folglich als die Hinterbühnen der betreffenden Reiseziele inszeniert. Manhattan erkunden Airbnb-Gäste etwa, indem sie eine Reiseunterkunft im East Village buchen; statt Shibuya oder Shinjuku tauchen sie in Shinagawa, einem der weniger bekannten Bezirke Tokios, in das lokale Alltagsleben der Destination und ihrer Bewohner*innen ein. Diese Stadtteile werden als Orte *off the beaten track* präsentiert, sie entziehen sich einer großen Bekanntheit unter Tourist*innen und werden aufgrund dessen als umso attraktiver für Airbnb-Gäste inszeniert.

Ausgehend von der Einführung der Differenz zwischen Vorder- und Hinterbühnen erklärt Airbnb Inc. die Gegenden, in denen sich angebotene *peer-to-peer* Unterkünfte befinden, demnach per se als authentisch.

Das Authentisieren spezifischer Orte und Gebiete wird nicht nur durch das Video sehr eindrücklich vollzogen. Während der dreijährigen (n)ethnographischen Feldforschung ist sie in anderen Darstellungsarten stets auf Neue durch das Unternehmen bemüht worden. Als Beispiel sei das kleine Booklet *The Local List San Francisco*, das in Airbnbs Hauptniederlassung auslag, angeführt. Sortiert nach Stadtteilen in San Francisco zählt es Empfehlungen zu Fotospots, Cafés und anderen Geschäften auf. Diese Tipps stammen aus der „eclectic San Francisco host community“ (Airbnb San Francisco 2017) und stellen die „neighborhood favorites“ ausgewählter Gastgeber*innen dar. Diese Favoriten wird ein höherer Wert zugemessen als den ikonischen Sehenswürdigkeiten der Stadt. Sie werden durch die Gastgeber*innen, die hier als „Locals“ präsentiert werden, an Airbnb-Gäste weitergegeben.

Ein zusätzliches Beispiel ist die vom Unternehmen initiierte Ausstellung *Berlin #LiveThere Haus*. Diese fand vom 14. bis zum 17. Juli 2016 im Halleschen Haus in Berlin-Kreuzberg statt. In der Begleitbroschüre zur Ausstellung werden eingangs rhetorische Fragen aufgeworfen, die eindeutige Anspielungen auf Inhalte des Videos aufweisen. Es wird gefragt:

„Wann ist man in einer Stadt zuhause? Wenn man dort gelebt hat? Man alle lokalen Spezialitäten probiert hat? Wenn man sich gehörig verlaufen und trotzdem nach Hause

gefunden hat? Eins ist klar: Wir finden, dass man eine Stadt nicht kennenlernt, wenn man sie anhand einer To-Do-Liste abhakt und in immergleichen Hotelzimmern übernachtet. Und auch nicht beim Schlangestehen vor Sehenswürdigkeiten. Sind es nicht oft die Menschen und Plätze, die uns zufällig begegnen, welche dann tatsächlich in Erinnerung bleiben?“ (Airbnb Berlin 2016).

Erneut wird hier eine Differenz aufgemacht, die auf der Denkfigur von Vorder- und Hinterbühne beruht: Auf der Vorderbühne befinden sich diejenigen, die eine Stadt als Checkliste von zu besichtigenden Touristenattraktionen betrachten, als Reiseunterkunft standardisierte Hotelzimmer gewählt haben und sich mit langen Wartezeiten vor den populären Sightseeing-Spots begnügen. Ihnen sind Airbnb-Gäste gegenübergestellt, denen allein aufgrund ihres Aufenthalts in einer mithilfe der Onlineplattform gebuchten *peer-to-peer* Unterkunft die Hinterbühnen einer Destination zugänglich werden und die dadurch einen weniger durchschnittlichen Aufenthalt erleben.¹⁰⁷ Als Konsequenz dieser Differenz werden die Hinterbühnen authentisiert, sie offenbaren spontane Begegnungen, die nachhaltig in Erinnerung bleiben.

Die im Zitat vollzogene ortsspezifische Unterscheidung geht dabei deutlich mit einer zeitlichen Differenzierung einher. Menschen, die keine Airbnb-Unterkunft gebucht haben, müssen in langen Schlangen warten, um die allgemein bekannten Sehenswürdigkeiten zu besichtigen. Sie erleben dabei das, was sämtliche der mit ihnen Wartenden ebenfalls erleben. Demgegenüber machen Airbnb-Gäste zufällige Entdeckungen, welche aufgrund ihres spontanen und individuellen Charakters als interessanter gekennzeichnet werden. Folglich fokussiert die von Airbnb Inc. zugeschriebene ortsspezifische Authentizität auch die zeitliche Dimension von Orten *off the beaten track*. Sie sind einzigartig und fundieren damit die Authentisierung der Orte.

Im über Airbnb initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus wird Authentizität folglich stark an den Zugang zu Orten *off the beaten track* geknüpft. Diese Orte sind nicht in klassischen Reiseführern angeführt, sie sind noch nicht umfassend touristisch in Wert gesetzt worden. Daher sind, dem Video, Booklet und der Ausstellungsbroschüre folgend, einzelne Viertel

¹⁰⁷ Von der Einführung dieser Unterscheidung einmal abgesehen, ist anzumerken, dass die aufgeworfenen rhetorischen Fragen die grundlegende Problematik der bisherigen definitorischen Unbestimmtheit des Wohnens treffend erfassen. Diese war in der Einleitung der vorliegenden Arbeit als Anlass genommen worden, um die Notwendigkeit der Entwicklung einer Soziologie des Wohnens hervorzuheben. Mit Blick auf die in Kapitel 2.1.5 geleistete Definition zum Zuhause kann die erste Frage auf Grundlage der erarbeiteten Erkenntnisse damit beantwortet werden, dass man dann in einer Stadt zuhause ist, wenn man sich mit den dort konstituierten Wohnorten besonders emotional verbunden fühlt.

deswegen authentisch, weil sie individuelle Erlebnisse statt massentauglicher Führungen bieten. Das Unternehmen Airbnb Inc. präsentiert seine Onlineplattform dabei als Möglichkeit, über die Buchung einer *peer-to-peer* Unterkunft exklusiven Zugang zum Wissen der Bewohner*innen einer Stadt zu erhalten.

Das angeführte Zitat aus der Broschüre zur Ausstellung *Berlin #LiveThere Haus* enthält neben den ortsspezifischen Authentisierungen ebenfalls Formulierungen, welche die Wohnung der Airbnb-Gastgeber*innen authentisieren. Es verbindet demnach ortsspezifische und räumliche Authentisierung miteinander – das standardisierte Hotel *on the beaten track* wird der individuellen Airbnb-Unterkunft *off the beaten track* gegenübergestellt.

Auch die im Video präsentierte Begegnung zwischen dem jungen Mann und der jungen Frau suggeriert, dass er sie als Airbnb-Gastgeber in der von ihm bewohnten Wohnung als sein Gast willkommen heißt. Seine Wohnung befindet sich nicht in einem Hotelblock, sondern fügt sich in einen abwechslungsreichen Häuserzug entlang einer Kopfsteinpflaster-Straße ein. Sie befindet sich damit klar erkennbar auf der Hinterbühne der Stadt. Durch die Authentisierung der Lage der Wohnung wird hier implizit bereits auf die räumliche Authentisierung der Wohnung selbst verwiesen.

Räumliche Authentisierungen beziehen sich auf die Erklärung der *peer-to-peer* Unterkunft als authentisch, da sich in ihnen das individuelle *life narrative* als Verdichtung der Spuren der Praktiken des (Be)Wohnens niederschlägt (vgl. Kapitel 3.3). Im Video findet sich eine derartige Authentisierung in der Szene, in der die zwei Männer gerade von einem Einkauf zurückkommen. Sie betreten die Etage einer bunt eingerichteten Wohnung, deren Interieur als individuell inszeniert ist – die Plattensammlung und das ungeordnete Bücherregal dienen als Spuren des Alltagslebens der regulären Bewohner*innen dieser Wohnung.

Eine weitere Quelle, welche diese Art der Inszenierung und Zuschreibung von Authentizität illustriert, ist die Airbnb-Pressemitteilung zur Installation *A Wild Thing*, welche auf der Messe *Design Miami* im Jahr 2017 ausgestellt worden ist (vgl. Airbnb Newsroom 2017). Das Unternehmen hatte *Muller Van Severen*, ein belgisches Designstudio, dazu eingeladen, auf der Messe zu zeigen, welche Bedeutung sie der Innenausstattung einer Wohnung beimessen. Daraufhin entschlossen sich Fien Muller und Hannes Van Severe dazu, das Wohnzimmer ihres gemeinsames Hauses vollständig auf der *Design Miami* nachzubauen (vgl. ebd.). Die Replik

enthielt nicht nur sämtliche Einrichtungsgegenstände, sondern zeigte zudem einige ausgewählte persönliche Dekorationsgegenstände des Paares. Die grundlegende Idee wird in der Pressemitteilung wie folgt beschrieben:

„Each object has been carefully selected and has a great personal significance; for example a painting by Hannes’ grandfather, [...] a sculpture by Fien’s father Koen Muller, as well as furniture the duo has designed and souvenirs they have collected throughout their lives. The installation aims to conjure an understanding of their family stories, daily routines, personal style, and network of friends, creating the essence of home and homecoming in a public space“ (ebd.).

Die in die Installation integrierten Objekte werden als materielles Zeugnis alltäglicher Routinen, in anderen Worten als Spuren des (Be)Wohnens, gedeutet. Die von ihnen hinterlassenen Markierungen werden als Ausdruck dieser immateriellen Praktiken herangezogen. Gemeinsam stellen sie, der Pressemitteilung folgend, das eigentliche Wesen des Zuhause dar.

Da einzelne Gegenstände durch die beiden Bewohner*innen mit einer persönlichen Geschichte aufgeladen sind, kann ihre Integration in die Inneneinrichtung des Wohnzimmers als Inbesitznahme dieses Zimmers gewertet werden. Vor dem Hintergrund der erarbeiteten Soziologie des Wohnens sind sie daraus folgend als Ausdruck des Wohnens zu werten (vg. Kapitel 2.3). Mit Blick auf die Definition von *peer-to-peer* Wohntourismus sind sie zudem Gegenstände, die Hinweise auf das *life narrative* der zwei Bewohner*innen offenbaren und demnach für räumliche Authentisierungen herangezogen werden können (vgl. Kapitel 3.3).

Ebenjene Authentisierung nimmt Airbnb Inc. in seiner Pressemitteilung vor, wenn es Muller und Van Severe folgendermaßen zitiert:

„With our project we want to illustrate the invisible connection between the owner and the visitor. The latter discovers a new universe, a different life and yet so similar to that of his own. Spending time in someone else’s home is often a totally different experience than the homes presented in glossy magazines. When staying in an Airbnb home, one experiences life as it is, not as it is pretended“ (vgl. Airbnb Newsroom 2017).

Der Aufenthalt in einer über Airbnb gemieteten *peer-to-peer* Unterkunft wird hier mit dem Aufenthalt im Zuhause eines anderen Menschen gleichgesetzt. Als solches ermögliche diese Unterkunft Einblicke in das echte Leben der regulären Bewohner*innen. Die Übernachtungsmöglichkeit selbst ist demzufolge insofern authentisiert, als sie ein genuines und unverfälschtes *life narrative* enthält, zu dem Airbnb-Gäste temporären Zugang erwerben.

Die zweite Art von Authentisierung, die Airbnb Inc. vornimmt, fokussiert demnach die Inszenierung der *peer-to-peer* Unterkünfte als Wohnung und Zuhause der betreffenden

Gastgeber*innen. Die räumliche Authentisierung ergibt sich hierbei über den Verweis auf die in den Übernachtungsmöglichkeiten enthaltenen Spuren des (Be)Wohnens der regulären Bewohner*innen. Die Airbnb-Unterkunft ist als individuell inszeniert, ihre Abgrenzung zu standardisierten Einrichtungen in Hotelzimmern wird mehrfach betont. Zusätzlich werden diese räumliche Authentisierungen durch Verweise auf die Besonderheit der Lage einer Wohnung verstärkt. Demnach unterstützen die von Airbnb Inc. vorgenommenen ortsspezifischen Authentisierungen die Kennzeichnung der *peer-to-peer* Reiseunterkünfte als authentisch.

In Hinblick auf räumliche Authentisierungen ist darüber hinaus hervorzuheben, dass Airbnb Inc. sich insbesondere im Video nicht ausschließlich auf das *life narrative* der Gastgeber*innen stützt. Der Clip fordert die Airbnb-Gäste dazu auf, im Urlaub ein eigenes Zuhause zu haben und eine bereiste Destination nicht einfach nur zu besuchen, sondern dort zu leben. Visualisiert wird diese Forderung unter anderem mit dem Machen eines Bettes, dem Kochen einer Mahlzeit sowie dem Halten eines Mittagsschlafs – all dies findet offenkundig in einer über Airbnb vermittelten *peer-to-peer* Unterkunft statt.

Wie insbesondere in Kapitel 2.2.2 und Kapitel 2.2.3 dargelegt, zeichnen sich die Praktiken des (Be)Wohnens durch ihre enge Beziehung zu alltäglichen Gewohnheiten sowie der Inbesitznahme und dem Bespielen von Wohnorten aus. Werden diese Praktiken ausgeführt, impliziert dies, dass ihr Austragungsort als Wohnort zu begreifen ist. Wenn Airbnb-Gäste folglich beim Vollziehen derartiger Praktiken in der gemieteten Airbnb-Unterkunft gezeigt werden, dann suggeriert dies, dass sie diese als kurzzeitigen Wohnort bewohnen und im Zuge des Wohnens taktisch bespielen. Durch die redundante Verwendung der Begriffe „Zuhause“ (als Wohnung) und „zu Hause“ (als Gefühl zu einem Wohnort) wird dabei nahegelegt, dass die *peer-to-peer* Unterkunft für die Airbnb-Gäste die Qualitäten eines Zuhauses angenommen hat. Das Zuhause des Hosts ist temporär zum eigenen Zuhause geworden.

Diese Art der Darstellung legt nahe, dass eine räumliche Authentizität der Wohnung das temporäre Bewohnen der Gäste erleichtert. Sie können sich entspannen und erholen, wodurch wiederum ihr eigener Urlaub einen Mehrwert erhält. Dies impliziert, dass sie in diesen Reiseunterkünften selbst auch authentisch wohnen können. Authentisiert wird demzufolge nicht nur das *life narrative* der regulären Bewohner*innen, sondern auch das temporäre (Be)Wohnen der Gäste.

Zusammenfassend ist folglich in Bezug auf die von Airbnb Inc. durchgeführten Authentisierungen festzuhalten, dass sich diese stark auf ortsspezifische und räumliche Authentisierungen konzentrieren. Ausgehend von der detaillierten Beschreibung und Analyse eines Airbnb-Marketingvideos und weiteren Quellen konnte gezeigt werden, dass das Unternehmen die auf der Onlineplattform angebotenen *peer-to-peer* Unterkünfte aufgrund ihrer Lage als Zugang zu Hinterbühnen und deren Zeitlichkeit inszenieren. Dass die Unterkünfte sich in Wohnvierteln *off the beaten track* befinden, wird zudem genutzt, um im Zuge einer räumlichen Authentisierung die Airbnb-Unterkünfte selbst als einzigartig zu kennzeichnen. Als Zuhause der Gastgeber*innen ermöglichen sie Airbnb-Gästen nicht nur Einblicke in das *life narrative* der Hosts, sondern fördern zugleich das entspannte Konstituieren eines eigenen, temporären *life narratives* im Zuge des Bewohnens der Unterkunft. Räumliche Authentisierungen fokussieren demnach die Praktiken des (Be)Wohnens von Gastgeber*innen und Gästen.

In der Konsequenz erheben die ortsspezifischen und räumlichen Authentisierungen von Airbnb Inc. den Anspruch, dass die Nutzung einer *peer-to-peer* Reiseunterkunft von Airbnb weit über die Wahl einer Übernachtungsmöglichkeit hinausgeht und stattdessen das gesamte Reiseerlebnis aufwertet. Auffällig ist, dass die professionalisierten Airbnb-Unterkünfte in dieser Inszenierung von Authentizität vollständig ausgelassen werden. Dabei spielen sie, wie das nachfolgende Kapitel zeigen wird, nicht nur für Airbnbs Infrastruktur eine entscheidende Rolle, sondern fördern von Airbnb Inc. abweichende Prozesse der Authentisierung.

5.2.2 Infrastruktur: Ästhetische Homogenisierung und Superhosts

Peer-to-peer Wohntourismus basiert maßgeblich auf der Konnektivitätsleistung seiner *hospitality networks*, weswegen diese als Infrastrukturen dieser Art von Tourismus beschrieben worden sind (vgl. Kapitel 3.3). Nachdem geprüft wurde, wie Airbnb Inc. Authentizität inszeniert, ist nun zu analysieren, inwiefern die Infrastruktur der Onlineplattform als weitere Autorität Authentisierungen vornimmt. Da Prozesse der Authentisierung stets durch Machtverhältnisse gekennzeichnet sind (vgl. ebd.), ist insbesondere zu untersuchen, ob und wenn ja, wie die seitens des Unternehmens vorgenommenen ortsspezifischen und räumlichen Authentisierungen infrastrukturell verstärkt, vermindert oder durch eigene Zuschreibungen von Authentizität herausgefordert werden. In der (n)ethnographischen Feldforschung ist dies durch teilnehmende Beobachtungen und leitfadengestützte Interviews mit Airbnb-User*innen ermittelt worden.

Im Zuge der Auswertung des empirischen Materials haben sich zwei Aspekte für die Fragen nach der Autorität von Airbnbs Infrastruktur und ihren Authentisierungen als zentral erwiesen. Beide greifen Eigenschaften auf, die in Kapitel 3.1 zur Charakterisierung von *hospitality networks* als Infrastrukturen des *peer-to-peer* Wohntourismus herausgearbeitet worden sind. Hierbei handelt es sich (1) zum einen um die inkorporierten Standardisierungen der Infrastruktur, (2) zum anderen um die imaginierte und tatsächliche Macht ihrer implementierten Algorithmen. Entlang dieser beiden Aspekte ist die nachfolgende Analyse strukturiert. Wie dargelegt werden wird, widerspricht die Infrastruktur den von Airbnb Inc. vorgenommenen Authentisierungen.

(1) Standardisierungen

Wenn eine über Airbnb gemietete *peer-to-peer* Unterkunft zugleich durch ortsspezifische und räumliche Authentisierungen als einzigartig markiert wird (vgl. Kapitel 5.2.1), empfiehlt es sich, das *hospitality network* zunächst hinsichtlich seiner Standardisierungen in Bezug auf Inserate zu erforschen. Folglich ist ganz grundsätzlich zu fragen, ob es Bedingungen gibt, die

eine Unterkunft erfüllen muss, um über die Onlineplattform vermietet werden zu können.¹⁰⁸ Muss eine Lage als *off the beaten track* nachgewiesen werden? Muss der durch Airbnb Inc. erhobene Anspruch einer räumlichen Authentizität mithilfe von Fotos durch die Gastgeber*innen visuell bekräftigt werden?

Tatsächlich evoziert die Infrastruktur der Onlineplattform im Hinblick auf die *peer-to-peer* Unterkunft spezifische Standards. Um diese identifizieren und in ihrer Wirkmächtigkeit erfassen zu können, wurde der Prozess des Annoncierens einer *peer-to-peer* Reiseunterkunft im Herbst 2018 durchgespielt und im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung als Interaktion mit der Infrastruktur protokolliert.¹⁰⁹ Zudem ist während der dreijährigen Feldforschung im Zuge der Suche nach einer Airbnb-Unterkunft für eine anstehende teilnehmende Beobachtung als Gast wiederholt die Startseite der Onlineplattform aufgerufen wurden. Mit Notizen und Screenshots wurde protokolliert, welche Inserate auf dieser Seite gefeaturet worden.¹¹⁰

Als Ergebnis dieser beiden Materialquellen lässt sich festhalten, dass sich das Design eines Airbnb-Inserates zwar während des (n)ethnographischen Forschungsprozesses marginal verändert hat, es davon unberührt jedoch zwei zentrale durch den Host gestaltbare Elemente aufweist. Es enthält zum einen (a) die detailreiche Beschreibung der Unterkunft, zum anderen können Gastgeber*innen (b) Fotos der Unterkunft hochladen. Jedes dieser zwei Elemente ist dabei Ausdruck eigener Standardisierungen. Diese gilt es im Folgenden hinsichtlich möglicher Authentisierungen eingehender zu prüfen.

¹⁰⁸ An dieser Stelle ist anzumerken, dass die Untersuchung ebenso zu einem früheren Zeitpunkt hätte einsetzen können. Statt von der Wohnung ausgehend zu prüfen, welche Standardisierungen vorgenommen werden, wäre dann zuerst zu untersuchen, inwiefern infrastrukturelle Standardisierungen bereits im Zuge einer initialen Registrierung durchgesetzt werden. Diese begründen die Bedingungen des Erwerbs einer Mitgliedschaft in Airbnbs Praxisgemeinschaft und determinieren auf diese Weise zugleich, wessen Wohnungen Airbnb-Gästen als *peer-to-peer* Unterkünfte zur Verfügung stehen. Doch die Voraussetzungen der aktiven Partizipation sowie damit einhergehende Fragen der In- und Exklusion von User*innen sind bereits dezidiert untersucht und diskutiert worden (vgl. u.a. Frisch/Stoltenberg 2017; Bialski 2016; Kapitel 5.1). Vor diesem Hintergrund und zugunsten einer thematisch-konzentrierten Auswertungsarbeit der (n)ethnographischen Feldforschung wird die Auseinandersetzung mit den Zugangsbeschränkungen für Nutzer*innen hier hinter die Analyse der Authentisierungen von Orten und *peer-to-peer* Wohnungen zurückgestellt.

¹⁰⁹ Aufgrund der juristischen Restriktionen, die das Ausüben der Gastgeber-Rolle bei Airbnb unmöglich machten (vgl. Kapitel 4.1), wurde dieser Prozess vor der tatsächlichen Veröffentlichung des Inserats abgebrochen.

¹¹⁰ Wie bereits in Kapitel 4.3 dargelegt, sind Screenshots aufgrund des deutschen Urheberrechts hier nicht abgebildet und werden stattdessen beschrieben.

(a) Die detailreiche Beschreibung umfasst Texte, welche durch den Airbnb-Host selbst verfasst worden sind. Hierunter fallen der gewählte Inseratstitel, Angaben zu Ausstattung der Unterkunft, eine Übersicht zu anfallenden Kosten bei Buchung, etwaige Hausregeln sowie verfügbare Buchungsdaten. Noch bevor zukünftige Gastgeber*innen im Rahmen der Aufgabe ihrer Annonce aufgefordert werden, diese Informationen bereitzustellen, müssen sie zu Beginn die Art der angebotenen Unterkunft festlegen. Hierfür werden verschiedene Auswahlmöglichkeiten vorgegeben: „Wohnung“, „Haus“, „Bed & Breakfast“ sowie „Boutique-Hotel“ finden sich unter den Optionen.

Dies ist deswegen besonders hervorzuheben, da derartige Unterkünfte im Zuge der Inszenierungsleistung des Versprechens von Authentizität durch das Unternehmen explizit ausgelassen worden sind (vgl. Kapitel 5.2.1). Infrastrukturell wird das Inserieren einer professionalisierten *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit jedoch ermöglicht. Wie im Zuge der Rezeption des Forschungsstandes zu Airbnb angeführt, ist es sogar insbesondere der Anstieg derartiger Unterkünfte, die seit dem Jahr 2015 in Städten weltweit Forderungen nach strikten Regulationen von Kurzzeitvermietungen verursacht haben (vgl. Kapitel 5.1).

Es wird eine deutliche Abweichung zwischen den durch das Unternehmen öffentlich artikulierten Authentisierungen und den evozierten Richtlinien seiner Infrastruktur offenbar. Diese Diskrepanz entsteht durch die Inszenierung der *peer-to-peer* Unterkunft als durch den Host regulär bewohnte Wohnung, während infrastrukturell sogar die Zimmer in Boutique-Hotels als legitim zugelassen werden. In diesen wird jedoch nicht regulär durch dieselbe Person gewohnt – die Zimmer sind daher frei von einem gewachsenen, individuellen *life narrative*. Die Infrastrukturen bekräftigen die räumlichen Authentisierungen von Airbnb Inc. in dieser Hinsicht folglich nicht.

Sobald potenzielle Gastgeber*innen ausgewählt haben, welche Art der Unterkunft sie anbieten, wird ihnen vorgegeben, wie erforderliche Informationen im Einzelnen anzuführen sind. Wenn Freitexte verfasst werden müssen, sind die entsprechenden Textfelder visuell einer

maximal möglichen Zeichenanzahl angepasst.¹¹¹ Freitexte werden zusätzlich durch Airbnbs *hospitality network* automatisiert kontrolliert und gegebenenfalls sogar zensiert.¹¹² Es gibt ein weiteres Freitext-Feld für eventuell geltende Hausregeln während der Übernachtung in der anzubietenden Unterkunft. Hierfür gibt es jedoch keine Maximalanzahl möglicher Wörter, das Textfeld ist auffällig klein gehalten. Ganze Sätze und längere Texte werden während des Schreibens nicht vollständig eingeblendet.

Die reglementierten Freitexte können erneut als Zeichen für die zuvor konstatierte Abweichung zwischen räumlicher Authentisierung des Unternehmens und den infrastrukturell inkorporierten Richtlinien zur Einhaltung oder Unterstützung dieser Zuschreibung von Authentizität gedeutet werden. Dies wird insbesondere an dem kleingehaltenen Textfeld für etwaige Hausregeln deutlich. Im Beobachtungsprotokoll zum Prozess des Inserierens steht, dass es dadurch sehr mühsam ist, Regeln direkt im Feld zu formulieren oder zu editieren. Die im Rahmen der Feldforschung gebuchten Inserate enthielten im Feld für die Hausregeln meist nur Angaben zu Check-in und Check-out oder Hinweise auf ein striktes Rauchverbot.¹¹³

Doch wenn Gastgeber*innen ihre Gäste tatsächlich in den von ihnen regulär bewohnten Wohnungen empfangen, ist es naheliegend, dass sie eine Reihe von Regeln aufstellen möchten, wie ihre Gäste diese Wohnungen als *peer-to-peer* Unterkünfte bewohnen (vgl. Kapitel 3.3). Gemeint sind nicht unbedingt strikte Verhaltensvorschriften, sondern eher Hinweise dazu, wie umfassend die betreffende Wohnung und die sich in ihr befindlichen

¹¹¹ Der Titel eines Inserates darf 50 Zeichen enthalten, die allgemeine Kurzbeschreibung der zukünftigen *peer-to-peer* Unterkunft ist auf 500 Zeichen beschränkt. Eine mögliche Begründung liefert Joe Gebbia, einer der drei Gründer von Airbnb Inc., in einen TED-Talk zur Bedeutung von Designentscheidungen für die Onlineplattform. Hierbei ging er unter anderem darauf ein, dass die Länge einer Buchungsanfrage statistisch betrachtet über den Erfolg dieser entscheidet (vgl. Gebbia 2016). Aufgrund dessen habe sich das Unternehmen entschieden, Textfelder in ihrer Größe visuell derart anzupassen, dass sie dazu verleiten, weder zu kurze noch zu lange Anfragetexte zu formulieren. Diese Ausführungen legen den Schluss nah, dass ähnliche Überlegungen auch für das Inserieren von Unterkünften handlungsleitend sind.

¹¹² Integrieren Hosts etwa Links zu ihrem Facebook-Profil oder ihre persönliche Telefonnummer im Freitext, werden diese im veröffentlichten Inserat automatisch durch „(URL HIDDEN)“ oder „(PHONE NUMBER HIDDEN)“ ersetzt. Grund hierfür ist, dass Buchungen ausschließlich an die Verwendung der Onlineplattform geknüpft werden sollen. Absprachen zwischen Gästen und Gastgeber*innen außerhalb des Airbnb eigenen Messaging-Systems werden folglich unterbunden.

¹¹³ Eine Ausnahme stellen die etwas ausführlicheren Hausregeln einer gebuchten Unterkunft in der japanischen Präfektur Aichi dar. Die Gastgeberin vermietet ein Zimmer in ihrem Haus und erläutert in den Hausregeln, dass sie ausschließlich weibliche Gäste aufnehme, beschreibt Mülltrennung und die Benutzung der Klimaanlage und bittet um Lautstärkeminimierung während des Aufenthaltes. Eine weitere Ausnahme findet sich in den geführten Interviews, hier schildert ein Airbnb-Gast, dass er eine Buchung storniert habe, da seine Gastgeberin ihm in den Hausregeln das Öffnen der Fenster nur mit ihrer Einwilligung oder das Ausgehen bis 22:00 Uhr erlaubte (vgl. 11_Sebastian: #00:31:53-8#).

Gegenstände genutzt werden dürfen. Wenn dies bei Airbnb infrastrukturell nicht unterbunden wird, so wird es doch mindestens erschwert. Es kann deswegen nicht als starker, sondern als leichter Widerspruch zur bekräftigten Authentizität der angebotenen Übernachtungsmöglichkeiten verstanden werden.

Neben Freitexten enthält das Element der detaillierten Beschreibung eines Inserates ebenfalls Piktogramme, welche zur Visualisierung der Ausstattung einer Unterkunft auszuwählen sind. Zukünftige Hosts können wählen, ob ihre zu inserierende Reiseunterkunft über einen Aufzug, WLAN, einen Kühlschrank oder auch eine sogenannte „Grundausstattung“ verfügt. Airbnb Inc. selbst empfiehlt das Vorhandensein der Grundausstattung, „damit die Gäste alles haben, was sie brauchen, um sich wohl zu fühlen und eine gute Nachtruhe zu haben“ (Airbnb Hospitality 2019). Als wesentlich hierfür werden „Toilettenpapier, Seife, Bettwäsche, mindestens ein Handtuch pro gebuchtem Gast, mindestens ein Kissen pro gebuchtem Gast“ (ebd.) angeführt.

Die ausdrücklich empfohlene Grundausstattung ist infrastrukturell nicht als Voraussetzung für das Inserieren einer *peer-to-peer* Unterkunft erhoben. Dennoch wird sie als Option angeführt und macht ebenfalls eine leichte Diskrepanz zu den räumlichen Authentisierungen des Unternehmens auf. Die Inhalte der Grundausstattung stellen durchaus essentielle Gegenstände dar – sind sie nicht vorhanden, mildert dies wohl in den meisten Fällen die Qualität des Gasterlebnis. Doch mit Blick auf die Behauptung räumlicher Authentisierung ist es erstaunlich, dass gerade diese Objekte als wesentlich für eine „Grundausstattung“ gefordert werden. In der Inszenierung räumlicher Authentizität haben diese Minimalanforderungen keine Rolle gespielt, vielmehr wurde die *peer-to-peer* Unterkunft hier aufgrund persönlicher Gegenstände als authentisch präsentiert (vgl. Kapitel 5.2.1). Demnach ist Airbnb Inc.'s Definition einer Grundausstattung ein weiterer Hinweis darauf, dass infrastrukturell ermöglichte Eigenschaften einer *peer-to-peer* Reiseunterkunft einen wesentlich anderen Schwerpunkt setzen als die Authentisierungen von Airbnb Inc..

(b) Ein weiteres Kernelement des Airbnb-Inserates sind die Fotos der *peer-to-peer* Unterkunft. Die Fotos werden prominent im oberen Teil des Inserates positioniert, noch vor Titel und Kurzbeschreibung. Im Zuge des Erstellen einer Annonce ist es zwar möglich, das Hochladen von Bildern zunächst zu überspringen. Doch aktuell weist Airbnb Inc. auf den Webseiten seines Helpcenters darauf hin, dass ein Inserat für die Veröffentlichung mindestens

ein Foto enthalten muss (vgl. Airbnb Hilfecenter 2019b). Die Positionierung der Bilder kann als Ausdruck ihrer Bedeutungszuschreibung seitens des *hospitality networks* gedeutet werden: Eine *peer-to-peer* Wohnung wird interessierten Airbnb-User*innen als erstes visuell über die gezeigten Fotos vorgestellt.

Wie bereits beschrieben, wurde während des dreijährigen Forschungszeitraums protokolliert, welche Inserate auf Airbnbs Startseite erscheinen, sobald diese aufgerufen wird. Auffällig ist, dass diese in ihrer Bildsprache stets sehr homogen wirkten. Infrastrukturell durch ein derartiges Feature privilegiert wurden vor allem Inserate mit Bildern von minimalistisch mit ausgewählten Designermöbeln eingerichteten *peer-to-peer* Unterkünften. Ob es sich um professionalisierte oder nicht-professionalisierte Unterkünfte handelte, war hierbei unerheblich.

In ihrer ethnographisch geprägten Untersuchung von Airbnb ist der Soziologin Paula Bialski ebenfalls eine Tendenz zu Ausbildung einer einheitlichen Ästhetik auf Airbnb aufgefallen. Sie stellt fest, dass es ausschließlich Inserate mit „glossy, bright, professional-looking photos of ‘trendy-looking’ spaces“ (Bialski 2016: 45) sind, die durch die Infrastruktur prominent positioniert werden. Hieraus schließt Bialski, dass sich ein „ästhetisches Regime“ herausbilde, „that users of the platform must adhere to in order to be a successful host“ (ebd.).

Dieselbe Tendenz wird in online Magazinen und Blog-Artikeln unter dem Schlagwort „AirSpace“ diskutiert (vgl. u.a. Robbins 2018; L. M. 2018; Devereux 2017).¹¹⁴ Kyle Chayka prägte diesen Begriff für die von ihm beobachtete technologisch unterstützte Ausprägung eines weltweit einheitlichen Stils (vgl. Chayka 2016). Die *peer-to-peer* Unterkünfte Airbnbs dienen ihm hierbei als Beispiel. Anhand der dort vorherrschenden Ästhetik definiert er *AirSpace* als ein „generic space hidden behind a seemingly unique facade“ (ebd.).¹¹⁵ Typisch seien unter anderem „white or bright accent walls, raw wood, Nespresso machines, Eames chairs, patterned rugs on bare floors, open shelving, the neutered Scandinavianism of HGTV“ (ebd.).

¹¹⁴ Die hier angeführten Artikel illustrieren ihren Text mit Bildmaterial. Da die Screenshots der Webseite von Airbnb in der vorliegenden Arbeit nicht abgebildet werden können, können diese alternativ für einen visuellen Eindruck der *AirSpace*-Ästhetik herangezogen werden.

¹¹⁵ Chayka weist im Zuge dessen selbst darauf hin, dass *AirSpace* als eine Ausweitung derjenigen Ästhetik und Gestaltung sein, die Marc Augé zu Beginn der 90er Jahre für die sogenannten „Nicht-Orte“ der Flughäfen und Hotellobbies identifiziert habe (vgl. Chayka 2016).

Im Rahmen der durchgeführten (n)ethnographischen Feldforschung kann die Existenz eines ästhetischen Regimes beziehungsweise die Tendenz zum einheitlichen *AirSpace*-Look bestätigt werden. Auf Airbnbs Startseite wurden vornehmlich Inserate präsentiert, deren Bilder den von Bialski und Chayka beschriebenen Leitlinien entsprechen. Die vorliegende Arbeit bündelt die beiden für diesen Stil geprägte Begriffe, indem sie diesen als Resultat einer fortschreitenden Homogenisierung von Ästhetik versteht, die durch Airbnbs Infrastruktur aktiv gefördert und etabliert wird.¹¹⁶

Die infrastrukturell unterstützte Homogenisierung der Ästhetik widerspricht den räumlichen Authentisierungen von Airbnb Inc., die sich auf die Betonung der Einzigartigkeit und Individualität der *peer-to-peer* Unterkünfte beruft. Die Infrastruktur privilegiert Inserate, bei denen sich die Inneneinrichtungen der angebotenen Übernachtungsmöglichkeiten optisch angleichen und bestehende Differenzen zugleich auf dieselben Aspekte reduziert sind. In der Konsequenz gilt: „The ideal Airbnb is both unfamiliar and completely recognizable: a sprinkling of specific cultural symbols of a place mixed with comprehensible devices, furniture, and decoration“ (Chayka 2016). Mit dem Verweis des Unternehmens auf *genuine life narratives* als Signifikanten der Authentizität einer *peer-to-peer* Reiseunterkunft ist diese ästhetische Standardisierung unvereinbar.

(2) Algorithmische Macht

Als zweiter zentraler Aspekt, um die Autorität von Airbnbs Infrastruktur in Hinblick auf Authentisierungsprozesse zu analysieren, ist die imaginierte und tatsächliche Macht der implementierten Algorithmen identifiziert worden. Sie ist eng verbunden mit den zuvor behandelten inkorporierten und evozierten Standardisierungen. Wie in Kapitel 3.3 dargelegt, bestimmen die Infrastrukturen des *peer-to-peer* Wohntourismus mithilfe von Algorithmen maßgeblich über (Un)Sichtbarkeiten von Inseraten.

Durch die leitfadengestützten Interviews mit Airbnb-User*innen ist deutlich geworden, dass sich insbesondere Gastgeber*innen den Sortierungs- und Filterungstechniken des *hospitality*

¹¹⁶ Diese Homogenisierung der Ästhetik wird im nachfolgenden Kapitel 5.2.3 erneut relevant werden, da hier unter anderem die online Präsentation von Wohnungen als Vorbereitung für ihre Nutzung als Airbnb-Unterkünfte dezidiert untersucht wird.

networks bewusst sind.¹¹⁷ Dies mag darin begründet sein, dass sie diejenigen sind, die durch das Vermieten ihrer *peer-to-peer* Unterkunft Geld verdienen und folglich daran interessiert sind, dass ihrem Inserat eine hohe Sichtbarkeit zukommt. Dabei wissen die Hosts zwar nicht, nach welchen Logiken diese streng geheimgehaltenen Algorithmen im Detail operieren, doch sind die imaginierten Sortierungsparameter, wie zuvor dargelegt, ebenso wirkmächtig in Bezug auf Verhaltensweisen und Praktiken seitens der User*innen wie tatsächliche (vgl. Kapitel 3.3).

Im Interview nennt ein sehr erfahrener Gastgeber und ehemaliger Mitarbeiter von Airbnb Inc. insgesamt drei Parameter, die seiner Ansicht nach ausschlaggebend für die infrastrukturell bestimmte Platzierung eines Inserates bei Suchanfragen sind. Er zieht dabei einen Vergleich zu den Algorithmen der Suchmaschine Google und stellt fest:

„It’s not different at all, actually. When you, the high concept is ... so same thing, Google search as Airbnb search: [...] the host who gives the guest the best experience ... ranks high in search. So the, I guess, the one difference between Google or regular search in Airbnb is [...] how much money are you making Airbnb. So that, I would assume that, you know, that goes into search because you’re directly making Airbnb money. And also similar with that: cancellations. So if you cancel, you’d make them negative money, so cancellations are bad“ (26_Frank: #00:04:09-8#).

Laut dem Airbnb-Nutzer sind es folglich positive Bewertungen, ein möglichst hoher Mietpreis oder wenig Ablehnungen von Anfragen sowie die Vermeidung von Stornierungen, welche ein Inserat bei Suchanfragen besonders weit vorne in der Ergebnisliste positionieren. Seine Argumentation scheint schlüssig, verdient Airbnb Inc. doch 15% Kommission an jeder erfolgreich getätigten Buchung.

Zudem deckt sich diese Argumentation mit den Beobachtungen anderer User*innen. So erläutert ein Gastgeber aus Hamburg im Interview beispielsweise, dass sein Inserat zu Beginn seiner Host-Tätigkeit stets erst auf den letzten Seiten der Ergebnisliste angezeigt wurde (vgl. 17_Yonatan #00:23:39-8#). Er führt dies darauf zurück, dass er anfangs sehr selten

¹¹⁷ Airbnb-Gäste haben in den leitfadengestützten Interviews keine expliziten Annahmen über die Wirkungsweise der durch Airbnb implementierten Algorithmen geäußert. Sie reflektierten stattdessen Erfahrungen aus der Verwendung der Infrastruktur, die sie entlang ihrer jeweiligen Benutzerfreundlichkeit bewerten. Hierunter fällt etwa, dass im Inserat enthaltene Fotos, Bewertungen und Übernachtungspreise generell als wichtige Entscheidungshilfen für oder gegen die Buchung einer *peer-to-peer* Unterkunft genannt werden (vgl. u.a. 06_Johannes: #00:14:13-7#; 12_Gabriel: #00:10:50-2#; 14_Isabella: #00:16:24-5#–#00:16:51-7#; 16_Moritz: #00:11:09-3#). Vereinzelt ist auf die fehlende Möglichkeit hingewiesen worden, die Suchergebnisse entlang individuell festgelegter Kriterien sortieren zu können (vgl. 05_Emiliana: #00:24:23-2#–#00:25:58-0#; 10_Zahra: #00:18:44-7#; 11_Sebastian: #00:30:41-4#).

Buchungsanfragen akzeptiert hatte und diese dann zusätzlich nur eine geringe Gastanzahl umfassten (vgl. ebd.).

Ein weiterer Faktor, der sich laut den Erfahrungen der Airbnb-Gastgeber*innen positiv auf die Platzierung in den Suchergebnissen auswirkt, ist eine hohe Aktualisierungsrate der geschalteten Annonce. Ein Airbnb-Host aus den USA erklärt: „[A]ctually, I think, the Airbnb algorithm is the more you update the listing the higher you are in the search results. So if you just, like for example, change your rates from time to time, that will increase your rank in search result” (28_John: #00:21:16-3#). Aufgrund dieser Annahme, editiert er sein Airbnb-Inserat regelmäßig, wobei er meist – wie im Zitat erwähnt – nur kleine Veränderungen vornimmt.

Diese Schilderungen zeigen beispielhaft auf, wie die Logiken der infrastrukturellen Algorithmen bei Airbnb durch Gastgeber*innen interpretiert werden. Ihre daraus resultierende imaginierte Wirkung basiert auf der Annahme von vier Parametern, die maßgeblich darüber bestimmen, wie *peer-to-peer* Unterkünfte in Suchergebnissen sortiert werden. Diese Parameter sind positive Bewertungen, ein hoher Preis oder eine häufige Akzeptanz von Buchungsanfragen, die Vermeidung von Stornierungen sowie eine regelmäßige Aktualisierung des Inserats.

In Bezug auf die Frage nach der Autorität der Infrastruktur in Authentisierungsprozessen bei Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus sind vor allem die hohe Akzeptanzrate und, daran gebunden, wenig Stornierungen hervorzuheben. Dass sie aufgrund persönlicher Erfahrungen als zentrale Determinanten angenommen werden, scheint mit der von Airbnb Inc. formulierten räumlichen Authentisierung schwer vereinbar. Denn für Gastgeber*innen, die eine durch sie selbst bewohnte Wohnung als *peer-to-peer* Unterkunft vermieten wollen, sind diese Kriterien nur in ständiger Abstimmung mit ihrer persönlichen Terminplanung zu realisieren.¹¹⁸ Demgegenüber sind diese beiden Kriterien für professionalisierte Airbnb-Unterkünfte leicht zu erfüllen, da diese Modalitäten ohnehin ihrer Geschäftslogik entsprechen.

¹¹⁸ Tatsächlich gibt dies im leitfadengestützten Interview auch ein Airbnb-Gast zu bedenken, wenn er einräumt: „Ich mein, bei diesen Privatunterkünften finde ich das schon überhaupt krass, dass du quasi innerhalb von wenigen Stunden dann doch noch eine Möglichkeit bekommst, zu schlafen, weil es eben kein Hotelbetrieb ist, wo die Leute drauf warten irgendwie, dass die Betten belegt werden“ (07_Noah: #00:36:56-4#).

Die imaginierte Wirkung der Parameter der Kontrolle von (Un)Sichtbarkeit fordert unter Airbnb-Gastgeber*innen eine gesteigerte Bereitschaft, auf Abruf als Host zur Verfügung zu stehen. In der Konsequenz unterstützten die imaginierten Algorithmen dadurch vornehmlich professionalisierte *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten und begünstigen damit eine klare Marktorientierung unter Hosts. Weder die ortsspezifische noch räumliche Authentisierung von Airbnb Inc. spielt für die imaginierte Macht der Algorithmen eine ausschlaggebende Rolle.

Neben der imaginierten Macht der Algorithmen sowie dem Umgang mit ihren Wirkungsweisen ist abschließend noch auf die tatsächlichen Logiken einzugehen, durch welche die Platzierung eines Inserates bei Suchanfragen bestimmt wird. Auf den Seiten seines Hilfecenters veröffentlicht Airbnb Inc. hierzu zumindest allgemeine Erklärungen. Demnach werden bei jeder Suchanfrage „fast 100 verschiedene Faktoren für jede Unterkunft“ (Airbnb Hilfecenter 2019c) berücksichtigt. Dazu zählen unter anderem überwiegend positive Bewertungen, ein „konkurrenzfähiger“ Preis sowie eine geringe Stornierungsquote (vgl. ebd.) – Faktoren, die auch von den interviewten Gastgeber*innen als wirkmächtig angenommen worden sind. Eine besonders hohe Sichtbarkeit wird allerdings denjenigen Gastgeber*innen garantiert, die den Status „Superhost“ erworben haben. Der Status wurde im September 2014 durch Airbnb Inc. eingeführt. Um ihn zu erlangen, ist es notwendig, vier Voraussetzungen zu erfüllen. Gastgeber*innen müssen:

- bei den 5-Sterne-Beurteilungen auf eine Gesamtbewertung von mindestens 4,8 Sternen kommen;
- pro Jahr mindestens zehn Buchungen erfolgreich abwickeln;
- weniger als ein Prozent ihrer Buchungen stornieren;
- auf beinahe alle eingehenden Nachrichten innerhalb von 24 Stunden reagieren (vgl. Airbnb Superhost 2019).

Analog zu den Schlussfolgerungen aus der imaginierten Macht der Algorithmen verweisen die Voraussetzungen des Superhost-Status auf die infrastrukturelle Privilegierung professionalisierter *peer-to-peer* Unterkünfte. Airbnb-Gastgeber*innen werden durch diesen Status animiert, marktorientiert zu agieren. Die Konsequenzen lassen sich an der folgenden Interviewpassage illustrieren. Hier berichtet eine Gastgeberin, welche die von ihr bewohnte Wohnung über Airbnb vermietet, wie sie vor einigen Jahren den Superhost-Status erhalten hat und wie sich dies auf ihre Hosting-Tätigkeit auswirkt:

„It becomes a competition. Initially, it was not because we were not trying to be Superhosts. [...] But once you do get the badge and you do feel the honor of being (laughter), you know ... because they send you a congratulatory letter and they will make you feel like you're special of course. It would be kind of ego-crushing to lose it. But then I've always done what I needed to do anyway to be a superhost. So I don't think that I'm at risk of losing it“ (19_Clara: #00:30:10-0#– #00:30:46-7#).

Der Status, der ihr durch das Unternehmen mit einem Glückwunschsreiben verliehen wurde, lässt ihre Host-Tätigkeit kompetitiv werden. Zwar erklärt die Gastgeberin, dass sie ohnehin Wert auf eine sehr positive Gast-Erfahrung legt, doch fürchtet sie zugleich den Verlust des Status. Der Superhost-Status hat dazu geführt, dass sie die *peer-to-peer* Kurzzeitvermietung wettbewerbsorientiert und in Einklang mit den infrastrukturell geförderten Tendenzen der Professionalisierung betreibt.

Dies spiegelt sich in den beiden Studien wider, die Airbnbs Superhost-Status dezidiert untersucht haben. Er wird dabei als Instrument strikter Disziplinierung gedeutet, welches Hosts dazu animiert, Airbnbs ökonomische Verwertungslogiken zu verinnerlichen (vgl. Roelofsen/Minca 2018). Tatsächlich wird der Status in der Konsequenz primär Hosts mit einer professionalisierten *peer-to-peer* Unterkunft zuteil (vgl. Gunter 2018).

Damit lässt sich abschließend in Bezug auf diesen Status festhalten, dass die damit einhergehende erhöhte Sichtbarkeit auf der Onlineplattform unter Gastgeber*innen starke Tendenzen der Marktorientierung fördern. Am Beispiel des Superhost-Status wird deutlich, wie sich infrastrukturelle Standardisierungen mit algorithmisch-evozierter Kontrolle verbinden. Für die tatsächliche Macht der Algorithmen spielen die von Airbnb Inc. in der Außendarstellung artikulierten Kennzeichen ortsspezifischer oder räumlicher Authentisierungen keine Rolle.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass es eine deutliche Diskrepanz zwischen der inszenierten Authentizität des Unternehmens und der infrastrukturellen Ermöglichung dieser Authentisierungen gibt. Die evozierten Standards zur Gestaltung und Präsentation von Inseraten sowie die damit zusammenhängende imaginierte und tatsächliche Kontrolle der algorithmisch induzierten (Un)Sichtbarkeit von Annoncen orientieren sich weder an den von Airbnb Inc. erhobenen Kennzeichen ortsspezifischer noch an denen räumlicher Authentizität (vgl. Kapitel 5.2.1). Dies verdeutlichen insbesondere die infrastrukturell geförderte Homogenisierung der Ästhetik von Inseratsfotos sowie der wettbewerbsorientierte Superhost-Status. In Hinblick auf die Bestimmung der Infrastruktur als Autorität in Prozessen von

Authentisierungen ist damit festzustellen, dass es gerade die Abwesenheit eines individuellen *life narratives* ist, die zu erhöhter Sichtbarkeit eines Inserates führt. Die von Airbnb Inc. artikulierten ortsspezifischen und räumlichen Authentisierungen werden nicht explizit unterstützt. Wenn überhaupt, dann werden professionalisierte Inserate mit einheitlicher Ästhetik, hoher Auslastung und wenig Stornierungen infrastrukturell authentisiert, indem sie derart privilegiert werden.

5.2.3 Vorbereitung der Unterkunft: „It’s not gonna sell“

In den beiden vorausgegangenen Kapiteln ist die Autorität von Airbnb Inc. und die von Airbnbs Infrastrukturen in Bezug auf Authentisierungsprozesse untersucht worden. Dieses Kapitel stellt die *peer-to-peer* Unterkunft als mögliche Autorität für die Zuschreibung von Authentizität in den Mittelpunkt. Geprüft wird dies, indem diese noch vor einem konkreten Gast-Aufenthalt eingehender analysiert wird. Damit rücken die Prozesse der Vorbereitung einer Wohnung auf ihre Nutzung als *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit in den Fokus. Wie dargelegt werden wird, sind sowohl die online Präsentation als auch die Inszenierung der betreffenden Wohnung an sich als Versuche des Managements von Atmosphären zu beurteilen (vgl. Kapitel 3.1). Diese geben Aufschluss darüber, wie Airbnbs *peer-to-peer* Unterkunft hinsichtlich der im vorherigen Kapitel identifizierten Diskrepanz zu positionieren ist. Reproduziert sie die Inszenierung von ortsspezifischer und räumlicher Authentizität, wie sie durch Airbnb Inc. vollzogen wird? Oder zeichnet sich hier vielmehr der Einfluss der infrastrukturell geförderten Tendenzen der Professionalisierung ab?

Um dies zu klären, haben sich im Zuge des (n)ethnographischen Feldforschungsprozesses zwei Momente als besonders relevant erwiesen. Dies ist zum einen die im leitfadengestützten Interview mit Airbnb-Gastgeber*innen gestellte Frage nach (1) den kennzeichnenden Überlegungen, die für die online Präsentation ihrer *peer-to-peer* Reiseunterkunft handlungsleitend sind. Zum anderen wurde, ebenfalls durch Interviews, aber auch im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung in der Rolle eines Airbnb-Gastes geprüft, (2) wie einzelne Unterkünfte konkret auf die Ankunft von Gästen vorbereitet werden. Entlang dieser beiden Momente ist die Analyse möglicher Authentisierungen durch die Airbnb-Unterkunft sowie damit verbundenen nach ihrer Autorität strukturiert.

(1) Online Präsentation der *peer-to-peer* Unterkunft

In Bezug auf die online Präsentation der Unterkunft wurden Gastgeber*innen und Gäste im Interview gefragt, wodurch sich ihrer Meinung nach ein gutes Inserat auszeichne. Analog zur in Kapitel 5.2.2 herausgestellten markanten Förderung einer ästhetischen Homogenisierung der Inseratsbilder durch die Airbnbs Infrastruktur, messen Hosts und Gäste der visuellen Repräsentation der *peer-to-peer* Unterkunft im Inserat eine bedeutende Relevanz zu. Daher steht die Untersuchung dieser Relevanz im Zentrum der nachfolgenden Ausführungen.

Im Interview äußert sich Frank, ein sehr erfahrener Gastgeber und ehemaliger Mitarbeiter von Airbnb, sehr ausführlich zu der Frage nach einem guten Inserat. Er fasst dabei zugleich pointiert zusammen, was andere Hosts in den Interviews und während Phasen der teilnehmenden Beobachtung ebenfalls gesagt haben. Seine Antwort ist zudem deswegen besonders hervorzuheben, da Frank mittlerweile andere Airbnb-Gastgeber*innen beruflich berät und ihnen hilft, ihr Inserat zu überarbeiten, um eine hohe Sichtbarkeit und eine hohe Buchungshäufigkeit zu erreichen. Ein gutes Airbnb-Inserat muss folgende Kriterien erfüllen:

„Generally, a good listing would be good pictures, but not too many pictures. A lot of hosts [...] do too many and they also do too many detail shots, like, you know, the cup that means a lot to them in the corner with the artwork [which] means a lot to them [...]. They put a picture with that on the listing, but that's not gonna sell to a guest. So I restrict to what is gonna sell the guest from your listing. That picture means a lot to you? It's not gonna sell. Take it out. Also be about short-term memory, not short-term memory, but short-term attention span. Snapchat and Instagram and Tinder, you know, like with a swipe of a finger, so like you need to hit them quick. Just five photos, I say, have to be your best photos. [...] And then the other thing would be too much text. [...] [B]ut a guest is, is taking a look at 300+ listings, they are narrowing it down. They are not gonna read your listing. So what I do is I bullet point what, what's gonna sell the guest. (snapping his fingers two times) Like get them excited, yeah“ (26_Frank: #00:06:47-8#-#00:07:44-0#).

Es ist auffällig, dass Frank ein gutes Airbnb-Inserat als ein kommerziell erfolgreiches Inserat versteht. Wie auch Airbnb Inc. in seinen ortsspezifischen und räumlichen Authentisierungen (vgl. Kapitel 5.2.1), unterscheidet er dabei nicht zwischen professionalisierter und einer nicht-professionalisierten *peer-to-peer* Unterkünften. Grundsätzlich bewertet er die online Präsentation einer Unterkunft danach, ob sie die angebotene *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit als Produkt gut vermarkten kann. Ein Inserat muss, so Frank, potenzielle Airbnb-Gäste möglichst schnell und bereits durch wenige Aspekte überzeugen. Seiner Ansicht nach ist die online Präsentation auf Airbnb dabei derselben Macht einer kurzen Aufmerksamkeitsspanne unterworfen wie dies für die drei internetbasierten Dienste Snapchat, Instagram und Tinder gilt – Unternehmen, die besonders stark auf visuelle Repräsentation

setzen. Aufgrund der begrenzten Aufmerksamkeit, geht es für Frank insbesondere darum, ein Inserat mithilfe ausgewählter Fotos der *peer-to-peer* Unterkunft sowie einer knappen Aufzählung ihrer zentraler Eigenschaften aus der Menge der online Angebote herausstechen zu lassen. In Bezug auf die Auswahl dementsprechend geeigneter Bilder spricht Frank sich gegen Detailaufnahmen aus. Er lehnt explizit diejenigen Fotos ab, auf denen Gegenstände zu sehen sind, die den jeweiligen Airbnb-Gastgeber*innen persönlich viel bedeuten. Gerade diese versteht er als hinderlich für häufige Buchungsfragen: „It’s not gonna sell“. Ebenso wenig befürwortet er ausführliche Beschreibungen der *peer-to-peer* Unterkunft, stattdessen sieht er kurze Stichworte als ausreichend an.

In diesen Beschreibungen spielen die von Airbnb Inc. vorgenommenen ortsspezifischen und räumlichen Authentisierungen keine entscheidende Rolle. Vielmehr richtet sich Frank nach der infrastrukturell evozierten Marktorientierung, die im vorausgegangenen Kapitel herausgearbeitet worden ist. Die Empfehlung, Gegenstände mit hoher persönlicher Bedeutung auf keinen Fall in die online Präsentation der *peer-to-peer* Unterkunft aufzunehmen, unterstützt deutlich das Fortschreiten der Homogenisierung von Ästhetik, weil es ebenfalls auf die Abwesenheit eines ausgeprägten *life narratives* setzt.

Während Franks Aussage die Betonung darauf legt, was ein hochgeladenes Foto nicht enthalten sollte, gibt Airbnbs Fotoservice eine konkretere Antwort darauf, welche Bildinhalte angestrebt werden sollten. Im Rahmen dieses Services bietet das Unternehmen seinen Hosts die Vermittlung eines Fotoshootings an, bei dem professionelle Fotograf*innen die Gastgeber*innen besuchen und Bilder der Unterkunft machen. Airbnb verrechnet die anfallenden Kosten des Shootings automatisch mit den Einnahmen zukünftiger Buchungen. Der Fotoservice ist für Gastgeber*innen und damit ebenso für das Unternehmen besonders rentabel. Laut eigenen Angaben von Airbnb Inc. tragen professionell aufgenommene Bilder einer Unterkunft maßgeblich dazu bei, dass Hosts eine höhere Auslastung ihrer *peer-to-peer*

Übernachtungsmöglichkeit erzielen und gleichzeitig noch den Preis für die Kurzzeitvermietungen anheben können (vgl. Airbnb Fotoservice 2019).¹¹⁹

Im Zuge der (n)ethnographischen Feldforschung konnte eine Fotografin recherchiert werden, die unter anderem im Rahmen des Fotoservices von Airbnb selbstständig tätig ist. Sie berichtet in einem Telefongespräch, dass Airbnb in Vorbereitung auf ein Fotoshooting eine Checkliste an seine Gastgeber*innen austeilt, die diese berücksichtigen sollen (vgl. 29_Michelle: #00:06:06-4#). Diese Liste hat Airbnb Inc. online auf den Seiten seines Helpcenters veröffentlicht. Für die Vorbereitung eines professionellen Shootings gibt sie Hosts unter anderem folgende Hinweise (Airbnb Helpcenter 2019d):

- „Ordne Dinge, die für Unordnung sorgen, oder räume sie ganz weg. Entferne außerdem alle Wertsachen, die nicht fotografiert werden sollen“.
- „Beziehe dein Bett mit frischer Bettwäsche“.
- „Ziehe den Duschvorhang zur Seite, putze den Badezimmerspiegel und schließe den Toilettendeckel“.
- „Falte deine Gästehandtücher“.

Die Punkte dieser Checkliste differenzieren nicht danach, welche Art von *peer-to-peer* Unterkunft fotografiert werden soll. Airbnb-Gastgeber*innen professionalisierter und nicht-professionalisierter Unterkünfte werden gleichermaßen dazu angehalten, aufzuräumen, Wertgegenstände zu verstecken, Betten frisch zu beziehen, ein sauberes Badezimmer zu präsentieren sowie die Handtücher für ihre potenziellen Gäste zusammenzufalten.

Die Fotografin erzählt, dass die Hosts sich meist an diese Liste halten und dass ihr es vor Ort wichtig sei, „dass ich halt alles so ablichte, wie es halt auch ist“ (29_Michelle: #00:05:11-1#). Doch kleine Änderungen für eine bessere Präsentation, wie sie auch die Checkliste beschreibt, nimmt sie nichtsdestotrotz ebenfalls vor. Die Fotografin erklärt dies anhand von zwei unterschiedlichen Maßnahmen:

„[A]lso für eine schöne Perspektive, rücke ich dann schon mal ein Stuhl von A nach B oder ein Kissen nochmal, was weiß ich, aufschütteln (lacht). Also so Kleinigkeiten, aber

¹¹⁹ Während des Feldforschungsaufenthaltes in den USA hat ein Airbnb-User, der selbst Fotograf ist, davon berichtet, dass er ein paar Fotograf*innen kenne, die nebenberuflich für Airbnb arbeiten würden. Ihre Aufgabe bestehe darin, nach Inseraten mit qualitativ schlechten Bildern, wie etwa einer niedrigen Auflösung, zu suchen. Die Hosts derartiger Inserate würden sie dann gezielt auf Airbnbs Fotoservice aufmerksam machen. Stimmt dies, würde das Unternehmen selbst als Korrektiv der visuellen Präsentation von Unterkünften agieren und damit zusätzlich zu den Filter- und Sortieralgorithmen aktiv dazu beitragen, dass diese Präsentation standardisiert wird. Die im vorherigen Kapitel 5.2.2 identifizierte ästhetische Homogenisierung wäre dadurch auch durch das Airbnb Inc. vorangetrieben.

ich verändere jetzt nicht die Wohnung komplett oder so, weil das ja auch keinen Sinn machen würde“ (ebd.: #00:05:30-3#).

„[I]ch fotografiere in RAW. Das heißt, ich kann ja alles nachbearbeiten und kann dann sozusagen das immer so hell machen, wie es normalerweise ist, so. Ist ja manchmal schon so, dass man irgendwie belichtet und dann kommt es einem ein bisschen dunkler vor als es eigentlich jetzt ist und dann kann ich das dann halt auch ein Tickchen heller ziehen, so, dass es dann quasi hell und freundlich aussieht. Aber natürlich nicht so, dass es ganz anders aussieht. Also dann ((müssen wir)) aber auch ein bisschen (lacht) [...] aufpassen, dass es ((noch)) realistisch bleibt sozusagen“ (29_Michelle: #00:09:08-7#).

Während des Termins vor Ort nimmt die Fotografin selbst folglich leichte Modifikationen innerhalb der Unterkunft vor, achtet dabei jedoch darauf, dass sie nicht zu umfassend eingreift. Nach einem Shooting bearbeitet sie die aufgenommenen Bilder mitunter digital nach, um insbesondere die Helligkeit der Fotos anzupassen. Erneut weist die Fotografin darauf hin, dass sie hierbei das Ziel verfolgt, keine starken Korrekturen vorzunehmen. Die von ihr fotografierten Unterkünfte sollen jedoch „hell und freundlich“ erscheinen.

Für Airbnbs *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten, die im Rahmen eines professionellen Fotoshootings abgelichtet worden sind, gilt folglich, dass ihre visuelle Repräsentation sämtlich denselben Richtlinien folgt – für beide Typen von Unterkünften gilt dieselbe Checkliste, wird derselbe Fotoservice angeboten. Die Unterkünfte werden vor, während und nach dem Shooting durch die Hosts und die Fotograf*innen räumlich verändert und modelliert. Wie auch die von Frank beschriebene Beurteilung von Inseraten nach ihren Marktchancen, folgt dies der infrastrukturell unterstützten Homogenisierung der Ästhetik von Airbnb-Wohnungsbildern (vgl. Kapitel 5.2.2). Darüber hinaus bedient sich die empfohlene Inszenierung (neu bezogene Betten, saubere Badezimmer, zurechtgelegte Handtücher, aufgeschüttelte Kissen) ähnlicher Standards und Bilder, wie sie auf einschlägigen Hotelportalen zu finden sind. Diese Nähe ist markant, widerspricht sie doch deutlich der vom Unternehmen vorgenommenen Abgrenzung der *peer-to-peer* Unterkünfte von Hotelzimmern *on the beaten track* (vgl. Kapitel 5.2.1). Ortsspezifische und räumliche Authentisierungen treten in Bezug auf die online Präsentation der Unterkunft hinter die Marktorientierung des *sharing economy* Unternehmens und der Airbnb-Gastgeber*innen zurück.

Für Gäste weisen die Wohnungsbilder der Inserate tatsächlich eine hohe Relevanz auf, dies bestätigen unter anderem die im Rahmen der Feldforschung geführten leitfadengestützten Interviews (vgl. u.a. 12_Gabriel: #00:10:50-2#; 14_Isabella: #00:16:24-5#; 16_Moritz:

#00:11:09-3#).¹²⁰ Wichtig ist den Airbnb-Nutzer*innen hierbei vor allem, dass die *peer-to-peer* Unterkunft auf den Bildern sauber erscheint (vgl. 06_Johannes: #00:18:57-6#; 08_Lena: #00:05:26-8#; 13_Erika: #00:31:07-4#; 14_Isabella: #00:21:34-8#) und gut gelegen ist (vgl. 01_Lara: #00:10:03-3#; 02_Sabine: #00:13:15-2#; 03_Simon: #00:17:22-6#; 13_Erika: #00:06:05-8#).¹²¹

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der Einrichtungsstil einer Airbnb-Wohnung. Er ist für Airbnb-User*innen meist noch wichtiger als das Onlineprofil ihrer potenziellen Gastgeber*innen. Im Interview erläutert ein Airbnb-Gast dies folgendermaßen: „[W]eil ich im Prinzip nur Sachen suche [...], wo man dann im Endeffekt auch alleine ist, deswegen interessiert mich jetzt nicht so sehr, ob der Vermieter da irgendwie voll der Sympath ist oder ob ich mit dem vielleicht nicht so gut kann“ (04_Ben: #00:06:59-9#). Er ist demnach weniger an seinen Gastgeber*innen interessiert, als vielmehr an der *peer-to-peer* Unterkunft selbst.

An dieser Stelle fundiert sich eine Erkenntnis, welche sich bereits in den beiden Analysen der vorherigen Kapitel angedeutet hatte. Interpersonelle Authentisierungen, die Zuschreibung von Authentizität zu Momenten der *face-to-face* Interaktion zwischen Host und Gast (vgl. Kapitel 3.3), haben bislang für die Onlineplattform Airbnb keinen fundamentalen Stellenwert eingenommen. Weder Airbnb Inc. noch Airbnbs Infrastruktur akzentuieren diese Art der Authentisierung. Viel stärker wird hingegen die *peer-to-peer* Unterkunft an sich, ihre Lage, ihre Ausstattung fokussiert.

Dies spiegelt sich ebenfalls in den Antworten einzelner Airbnb-Gäste wider. Ein Gast beschreibt im Interview sehr eindrücklich, woran sie die Inserate professionalisierter *peer-to-peer* Unterkünfte erkennt und wieso sie diese ablehnt:

„[E]inheitliches Bettzeug, einheitliche Schränke, alles IKEA. Ich hab nichts gegen IKEA, es ist nur so, du siehst das ja auf den Bildern, wenn sowas günstig eingerichtet aussieht. Und ich muss auch sagen, [...] ich bin auch bereit, zum Teil dasselbe zu zahlen wie in einem Hotel, dafür, dass ich dann eine Wohnung kriege, die richtig cool aussieht“ (15_Hannah: #00:34:31-7#).

¹²⁰ Der Umkehrschluss ist ebenfalls zutreffend – die Abwesenheit oder die geringe Anzahl von Fotos ist ebenfalls relevant. Ein Airbnb-Gast hat im Interview erläutert: „Also es gibt ja häufig so Inserate da hast du dann keine Fotos so vom Badezimmer und das ist auf jeden Fall kein gutes Zeichen“ (03_Simon: #00:17:17-8#).

¹²¹ Die konkrete Lage einer Unterkunft wird im nachfolgenden Kapitel 5.2.4 ausführlich behandelt, da es hierbei um den Gast-Aufenthalt in den über Airbnb vermittelten *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten geht.

Als entscheidendes Merkmal für professionalisierte *peer-to-peer* Unterkünfte führt der Gast eine einheitliche und günstige Einrichtung an. Sie nutzt den Verweis auf das Interieur einer Wohnung vor allem dazu, einen generellen ästhetischen Anspruch an die Inneneinrichtung und Ausstattung der Airbnb-Unterkunft zu artikulieren.

Ähnlich argumentieren andere interviewte Airbnb-Gäste. Nele erläutert etwa: „[E]s muss quasi eine Wohnung sein, in die ich selber einziehen würde“ (39_Nele: #00:42:00-9#). Sebastian sagt: „[W]enn man Urlaub macht, dann ist glaub ich wichtig, dass man sich wirklich wohl fühlt und alles ja, dann schon so wie man selbst auch vielleicht wohnt oder den Stil [hat], den man so ein bisschen haben möchte auch“ (11_Sebastian: #00:15:33-8#). Chenyu, die für ihr Projekt *365 days on Airbnb* über ein Jahr lang ausschließlich in Airbnb-Unterkünften gewohnt hat, berichtet, dass sie ihre Übernachtungsmöglichkeiten danach ausgesucht habe, ob sie selbst ähnliche Einrichtungs- und Dekorationsgegenstände für ihre eigene Wohnung wählen würde (vgl. 24_Chenyu: #00:05:56-5#).

Aus der Betonung der Bedeutung einer gewissen Ästhetik der Inneneinrichtung, einem Einrichtungsstil, der dem eigenen gleicht, könnte nun geschlussfolgert werden, dass Gäste die nicht-professionalisierten Unterkünfte des über Airbnb initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus prinzipiell vorziehen würden. Interessant ist, dass sie in diesem Kontext auf ihr eigenes (Be)Wohnens verweisen und nicht die von Airbnb Inc. vorgenommenen Aspekte der räumlichen Authentisierung aufgreifen. Allerdings ändert sich dies, sobald nach der Unterscheidung zwischen Airbnb-Unterkünften und Hotelzimmern gefragt wird.

Im Leitfaden-Interview missbilligt ein Gast grundsätzlich den „Hotel-Style, dieses klinische, völlig unpersönliche, ja, Zimmer“ (07_Noah: #00:04:21-4#). Ein anderer bedient sich einer ähnlichen Wortwahl, als er erklärt, er habe keine Lust auf Hotelaufenthalte, denn das sei ein „steriles Urlaubsding“, welches „anonymisiert ist“ (16_Moritz: #00:01:56-4#). Beide suchen folglich deswegen bei Airbnb nach *peer-to-peer* Unterkünften, weil diese sich ihrer Ansicht nach von klinischen, unpersönlichen, sterilen sowie anonymen Hotelzimmern unterscheiden würden.

Beide Airbnb-Gäste nutzen hier explizit diejenige Darstellungsweise der starken Differenz zwischen Airbnb-Unterkünften und Hotelzimmern, die von Airbnb Inc. für ortsspezifische und räumliche Authentisierungen verwendet worden ist (vgl. Kapitel 5.2.1). Besonders hervorzuheben ist, dass beide Airbnb-Gäste bislang ausschließlich professionalisierte Inserate

gebucht haben. Das bedeutet, sie nehmen ortsspezifische und räumliche Authentisierungen primär über die Differenz zum Hotelzimmer wahr, nicht über die Lage einer Wohnung *off the beaten track* oder ein vorhandenes *life narrative*.

(2) Vorbereitung der *peer-to-peer* Unterkunft auf Gäste

Wie eingangs erläutert worden ist, erstreckt sich die Vorbereitung einer *peer-to-peer* Unterkunft nicht nur auf den Moment ihrer Präsentation im Inserat. Es ist des Weiteren zu erforschen, wie eine Airbnb-Wohnung nach einer tatsächlichen Buchung auf die Ankunft der Gäste vorbereitet wird.

In den geführten Interviews berichten die Gastgeber*innen davon, dass sie ihre Unterkunft gründlich reinigen sowie die Betten frisch beziehen (vgl. 20_Sophie: #00:17:03-8#; 21_Anna: #00:10:27-7#; 23_Christian: #00:15:37-6#; 28_John: #00:24:27-0#). Mitunter werden diese Tätigkeiten ausgelagert, indem externe Putzkräfte engagiert worden sind (vgl. 18_Susan: #00:09:49-6#; 19_Clara: #00:13:20-1#; 22_Ragna: #00:05:42-0#). Frank hat sogar eine eigene Firma gegründet, um anderen Gastgeber*innen das Reinigen ihrer *peer-to-peer* Unterkünfte als Dienstleistung anzubieten (vgl. 26_Frank: #00:03:07-6#). Eine Gastgeberin in den USA, die ein Zimmer in der von ihr bewohnten Wohnung vermietet, berichtet, dass sie das Zimmer nach dem Putzen begutachtet und sich fragt: „[W]ould I be comfortable staying in this room, a stranger’s room?“ (21_Anna: #00:32:47-8#). Erst wenn sie zu einem positiven Schluss kommt, ist sie zufrieden.

Die Hosts führen im Grunde dieselben Maßnahmen der Vorbereitung durch, wie sie von Airbnb Inc. in der Fotoservice-Checkliste angeführt werden. Sie nennen keine konkreten Maßnahmen, um die Lage der *peer-to-peer* Unterkunft oder das in ihr möglicherweise eingeschriebene *life narrative* besonders in Szene zu setzen. Im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung in der Rolle des Gastes konnten diesbezüglich relevante Maßnahmen, wenn auch mit anderer Wirkung, allerdings durchaus identifiziert werden.

In jedem der als Gast besuchten *peer-to-peer* Unterkunft wurden Stadtkarten, Flyer und Broschüren kommerzieller Tourismusanbieter zu den betreffenden populären Sehenswürdigkeiten des Ortes ausgelegt. Es handelte sich dabei um dasselbe Informationsmaterial, welches auch Tourismusinformationen bereitstellen. Wie auch bei den

von den Host genannten Maßnahmen gab es diesbezüglich keine Unterschiede zwischen den professionalisierten und nicht-professionalisierten *peer-to-peer* Unterkünften.

Diese Art von Informationsmaterial steht erneut in Widerspruch zur Inszenierung der Airbnb-Unterkünfte als deutlicher Gegensatz zu klassischen Beherbergungsbetrieben (vgl. Kapitel 5.2.1). Vielmehr findet eine Angleichung und Orientierung an den Praktiken klassischer Beherbergungsbetriebe und großer kommerzieller Tourismusakteur*innen statt. Dies muss nicht zwingend als unvereinbar mit der von Airbnb Inc. geleisteten ortsspezifischer und räumlicher Authentisierung gedeutet werden – schließlich werden dadurch weder die Lage der Wohnung noch die Wohnung selbst authentisiert. Es ist jedoch als ein weiteres Zeichen für eine Professionalisierung und die damit einhergehende Standardisierung im über Airbnb initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus zu werten.

Es findet sich ein deutlicher Unterschied zwischen professionalisierten und nicht-professionalisierten *peer-to-peer* Unterkünften bezüglich der Vorbereitungsmaßnahmen vor Ankunft eines Gastes. Gastgeber*innen, die ein professionalisiertes Inserat verwalten, deponieren mitunter kleine Aufmerksamkeiten für ihre Gäste in der gebuchten *peer-to-peer* Unterkunft.

Im Interview erläutert Host Christian, wie er die Einliegerwohnung, welche er mithilfe von Airbnb vermietet, für seine Gäste vorbereitet:

„Also erstens: frische Bettwäsche, frische Handtücher. Dann stelle ich eine kleine Wasserflasche bereit, also, so eine null Komma zwei als Begrüßungstrunk, weiß ja nicht, ob die von einer erschöpften Reise, oder so, ne? [...] [D]ann gelegentlich kleine Schokoladentäfelchen, die ich im Moment nicht habe. Bei Frauen gerne ein kleines Blumensträußchen [...]. Naja, natürlich putzen und dafür sorgen, dass da, dass da kein, kein Staub oder gar Spinnweben rumhängen, rumliegen. Und ja, nochmal so drüber gucken, ne?“ (23_Christian: #00:15:05-3#–#00:15:37-6#).

Diese kleinen Geschenke – eine Flasche Wasser, ein Blumenstrauß oder eine Schokolade – werden öfter in professionalisierten Airbnb-Unterkünften für die ankommenden Gäste hinterlegt. Von solchen Gesten berichten auch Gäste. Zwei der interviewten Gäste haben etwa schon mal eine Weinflasche erhalten (vgl. 11_Sebastian: #00:10:18-5#; 16_Moritz: #00:15:45-6#); bei meinem Aufenthalt in der Präfektur Gifu hat die Gastgeberin verschiedene Getränke, Eiscreme und Eiswürfel im Kühlschrank und Tiefkühlfach bereitgestellt.

Zusammengenommen stellen diese kleinen Gesten als Maßnahmen der Vorbereitung einer *peer-to-peer* Unterkunft auf einen Gast Versuche des Managements von Atmosphären dar.

Diese zielen allerdings nicht, wie im Rahmen der theoretischen Erschließung in Kapitel 3.1 hervorgehobenen, unbedingt darauf ab, dass Gäste die *peer-to-peer* Unterkunft als temporäres Zuhause konstituieren. Vielmehr gleichen die beschriebenen Gesten denjenigen, die in klassischen Beherbergungsbetrieben vollzogen werden. Die Kennzeichen räumlicher Authentisierungen wie sie von Airbnb Inc. benannt sind (vgl. Kapitel 5.2.1), werden nicht reartikuliert. Wie auch im zuvor behandelten Fall der breitgestellten Broschüren, zeichnet sich hier ebenfalls eine deutliche Marktorientierung ab. Da diese Gesten im Rahmen der (n)ethnographischen Feldforschung bislang nur für professionalisierte *peer-to-peer* Unterkünfte protokolliert werden konnten, folgt dies denjenigen Tendenzen, die bei Airbnb infrastrukturell besonders gefördert werden (vg. Kapitel 5.2.2).

Anschließend ist festzuhalten, dass sich sowohl die online Präsentation einer *peer-to-peer* Unterkunft als auch die vor Ort konkret vollzogenen Maßnahmen in Vorbereitung auf einen Gast entlang der infrastrukturell evozierten Wettbewerbsorientierung ausrichten. Visuell wird die infrastrukturell initiierte Homogenisierung der Ästhetik durch die Konkurrenz unter den Gastgeber*innen und Airbnbs professionellen Fotoservice weiter vorangetrieben. Dennoch werden die ortsspezifischen und räumlichen Authentisierungen, welche Airbnb Inc. vornimmt, dabei bedingt aufgegriffen. Zentral ist, dass die räumliche Authentisierung nicht primär über den Verweis auf ein *life narrative* geleistet wird, sondern auf die Behauptung einer Differenz zum Interieur klassischer Beherbergungsbetriebe verkürzt wird. Eine solche Verkürzung macht es möglich, beide Typen der über Airbnb vermittelten *peer-to-peer* Unterkünfte in diese Authentisierung zu integrieren. Parallel hierzu findet paradoxerweise eine zunehmende Orientierung an den Standards der visuellen Präsentation und Serviceleistung der traditionelleren Beherbergungsmöglichkeiten statt.

5.2.4 User*innen und Aufenthalt: Differenzen zum Hotel

Im vierten Analyseschritt werden vornehmlich die Airbnb-User*innen hinsichtlich ihrer Autorität innerhalb von Prozessen des Authentisierens untersucht. Da hierfür der Gast-Aufenthalt in einer über Airbnb vermittelten *peer-to-peer* Unterkunft fokussiert wird, enthält dieser Analyseschritt ebenfalls Ergänzungen zum Status der Wohnung als Autorität im Zuschreiben von Authentizität. Das Kapitel widmet sich vorrangig dem Aufenthalt in nicht-professionalisierten *peer-to-peer* Unterkünften, denn sie sind es, die den über Airbnb initiierten Wohntourismus kennzeichnen. Allerdings, dies wird gezeigt werden, gehen räumliche Authentisierungen dieses Typus von Unterkunft mit der Abgrenzung von professionalisierten und nicht regulär bewohnten *peer-to-peer* Reiseunterkünften einher. Als essentielles empirisches Material aus der (n)ethnographischen Feldforschung haben sich für diese Analyse erneut die leitfadengestützten Interviews als relevante Quelle erwiesen. Zudem werden zwei (n)ethnographische Vignetten genutzt.

Das Kapitel nimmt fünf Aspekte gesondert in den Fokus. Es beginnt mit dem Moment des (1) Check-ins. Als „Check-in“ werden bei Airbnb die Ankunft des Gastes und das damit verbundene erste Betreten der gemieteten *peer-to-peer* Unterkunft bezeichnet. Es ist der erste Moment, in denen Gäste dem in eine Wohnung eingeschriebenen *life narrative* der regulären Bewohner*innen, ihrer Gastgeber*innen, begegnen. Folglich ist es potenziell ein essentieller Moment für ortsspezifische, räumliche und interpersonelle Authentisierungen. Der zweite Aspekt widmet sich dem (2) *life narrative*, da sich dieses im Rahmen der (n)ethnographischen Feldforschung für User*innen als bedeutsam herausgestellt hat. Anschließend wird drittens geprüft, inwiefern (3) fehlende Sauberkeit und Authentisierungen zusammenhängen. Putzen und Aufräumen einer Wohnung waren im vorherigen Kapitel 5.2.3 seitens der Airbnb-Hosts als wichtige Maßnahmen der Vorbereitung auf einen Gast-Aufenthalt angeführt worden. Als viertes werden (4) räumliche Grenzziehungen analysiert, um zu prüfen, inwiefern Gastgeber*innen und Gäste Bedingungen und Richtlinien im gemeinsamen (Be)Wohnen der *peer-to-peer* Unterkunft aushandeln (vgl. Kapitel 3.3) und inwiefern dies Rückschlüsse auf Authentisierungen zulässt. Der fünfte Aspekt löst sich von der Konzentration auf den Gast-Aufenthalt in der gemieteten Wohnung und konzentriert sich auf (5) ortsspezifische Authentisierungen, da diese insbesondere durch Airbnb-Gäste vorgenommen werden und eine hohe Bedeutung aufweisen.

(1) Check-in

Bei Airbnb gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, wie ein Check-in vorgenommen wird. Während der (n)ethnographischen Forschung hat sich gezeigt, dass einige Gastgeber*innen es vorziehen, persönlich anwesend zu sein, um ihre Gäste zu begrüßen. Andere hingegen vermieten ihre Wohnung, wenn sie selbst auf Reisen sind und können Gäste deswegen nicht selbst in Empfang nehmen. Im Verlauf der dreijährigen Feldforschung konnte jedoch mittels der teilnehmenden Beobachtungen und den Leitfaden-Interviews insgesamt eine zunehmende Verwendung von Vorhängeschlössern mit integriertem Schlüsselsafe beobachtet werden (vgl. u.a. 05_Emiliana: #00:07:16-6#; 18_Susan: #00:09:49-6#). Diese Art der Schlüsselübergabe ermöglicht Hosts und Gästen zeitliche Flexibilität. Sie findet bei professionalisierten ebenso wie bei nicht-professionalisierten Airbnb-Unterkünften Anwendung.

In Hinblick auf Authentisierungen verhindert ein Schlüsselsafe, dass Gastgeber*innen und ihre Gäste den Moment der Ankunft authentisieren können, da sie sich für den Check-in nicht *face-to-face* treffen. Zugleich ist die durch einen Schlüsselsafe erreichte Flexibilisierung Anzeichen einer fortschreitenden Standardisierung bei Airbnb, wie sie infrastrukturell gefördert und in Bezug auf die online und vor Ort der Präsentation der *peer-to-peer* Unterkunft weiter unterstützt wird (vgl. Kapitel 5.2.2; Kapitel 5.2.3).

Ein Verzicht auf die Chance interpersoneller Authentisierung, auf das Erleben der Begegnung mit dem Host oder dem Gast als besonders einzigartig und besonders, impliziert nicht, dass ortsspezifische und/oder räumliche Authentisierungen ebenfalls ausgeschlossen sind. Dies illustriert die folgende (n)ethnographische Vignette, die den Moment eines Check-ins in einer *peer-to-peer* Unterkunft in San Francisco beschreibt. Die Schlüsselübergabe wurde ebenfalls über einen Schlüsselsafe abgewickelt, weil die Gastgeberin nach Kuba gereist war. Sie vermietete während ihrer Abwesenheit ihr Zimmer in einer 2er-Wohngemeinschaft. Die Vignette setzt mit der Beschreibung des Check-ins ein, nachdem der Schlüssel aus dem Safe entnommen wurde und die betreffende *peer-to-peer* Unterkunft aufgeschlossen wird:

Sobald ich die Wohnungstür aufgeschlossen habe, strömt mir der spezifische Geruch des Apartments entgegen. Die Tür führt direkt in die Küche und ich rieche den Duft der weißen Lilien, die den Esstisch dekorieren, rieche etwas Gas vom links an der Wand stehenden großen Gasherd, nehme einen leichten Kaffeegeruch wahr, der von einem benutzten Espressokocher stammt, der an der Edelstahlspüle steht. Hier sind zwei benutzte bunte Schalen, eine Tasse und etwas dreckiges Besteck gestapelt. Ich schaue mich weiter um und sehe einen großen weißen Kühlschrank. Mit großen mehrfarbigen Magneten sind Familienfotos, Postkarten aus Hawaii und Bali, zwei Hochzeitseinladungen und eine Geburtskarte an der weißen Tür befestigt. Es duftet angenehm nach warmen Holz, denn es ist ein sonniger Tag und durch das

Küchenfenster strömt helles Sonnenlicht herein. Das Fenster ist ein Schiebefenster und leicht hochgeschoben. Ich sehe ein paar der anderen Wohnhausfassaden, die wie Rachels auch, im Viktorianischen Stil gehalten sind. In der Nähe der Wohnung befindet sich eine Baustelle, draußen rufen sich Bauarbeiter etwas auf Spanisch zu. Ein Auto fährt langsam vorbei und ich kann das Murmeln des Radios hören.

Ich trete ein, schließe die Wohnungstür hinter mir und stelle erleichtert meinen Reiserucksack ab. Rachels Wohnung ist gemütlich und schön. Ich fühle mich sofort wohl und freue mich auf meinen Aufenthalt.

Mit dem Betreten der *peer-to-peer* Unterkunft entfalten eine Vielzahl von Materialitäten und Immaterialitäten ihre Wirkung: Es ist unter anderem der frische Strauß Blumen, der Kaffeegeruch, die persönlichen Karten und Fotos am Kühlschrank sowie die Geräuschkulisse draußen, welche zusammengenommen als einladend und freundlich empfunden werden.

In der (n)ethnographischen Vignette vermischen sich Beschreibungen, die von Airbnb Inc. als Kennzeichen ortsspezifischer und räumlicher Authentizität inszeniert worden sind (vgl. Kapitel 5.2.1). Die betreffende *peer-to-peer* Unterkunft liegt in einem Apartmenthaus, das in dem für San Francisco typischen Viktorianischen Stil gehalten ist. Die Geräusche, die durch das Küchenfenster von draußen in die Unterkunft dringen, unterstreichen, dass sich die Wohnung nicht in einem geschäftigen Viertel befindet. Es ist eine ruhigere Gegend. Dies sind Kennzeichen, die sich der von Airbnb Inc. vorgenommenen Inszenierung von Authentizität folgend, als Signifikanten ortsspezifischer Authentizität deuten lassen. Die in der Wohnung enthaltenen Spuren des fremden (Be)Wohnens, die ausführlich in der Vignette beschrieben werden, sind hingegen mit Airbnb Inc. als Anzeichen einer räumlichen Authentizität zu lesen. Sie verbinden sich zu Hinweisen auf die *life narratives* der abwesenden Gastgeberin und ihrer Mitbewohnerin.

(2) Life narrative

Da Airbnb Inc. räumliche Authentisierungen vor allem mithilfe des *life narratives* der Gastgeber*innen festschreibt (vgl. Kapitel 5.2.1), ist zu prüfen, wie die User*innen der Onlineplattform als weitere Autorität zu dieser Zuschreibung zu positionieren sind. In der zuvor angeführten (n)ethnographischen Vignette werden die vorhandenen Spuren des (Be)Wohnens der abwesenden regulären Bewohnerinnen als positiv wahrgenommen und verbinden sich in der temporären Konstitution von Wohnraum zu Atmosphären des Wohlbefindens.

Auch in den Interviews heben Gäste nicht-professionalisierter Unterkünften diese Wirkung der *life narratives* ihrer Airbnb-Hosts hervor. Ein Gast erklärt im Interview diesbezüglich:

„In der persönlichen Wohnung oder Privatwohnung da gibt's einfach die Gegenstände, es ist viel voller, man hat Bücher, es ist viel bunter und in so einer eher kommerziell genutzten Wohnung, da sieht es halt aus wie im Hotel. Da sind dann genauso viele Teller wie Gäste zu Besuch kommen und, ja, es ist einfach nur die Hülle“ (01_Lara: #00:08:29-7#).

Die nicht-professionalisierte Airbnb-Unterkunft zeichnet sich demnach dadurch auch, dass sie nicht primär dem Zweck der Kurzzeitvermietung dient. Sie ist die Wohnung eines anderen Menschen, deswegen sei sie „viel bunter“ und hebe sich deutlich von Hotelzimmern ab. Andere Gäste deuten das *life narrative* der Gastgeber*innen ähnlich positiv. Dies war bereits in Kapitel 5.2.3 in Bezug auf die online Präsentation der Unterkunft deutlich geworden. Gäste führen insbesondere Bücher, Zeitschriften, Filme und Bilder als besondere Gegenstände in einer *peer-to-peer* Unterkunft an, denn sie interpretieren diese als wichtige Hinweisgeber auf die Persönlichkeit ihres Hosts (vgl. 05_Emilie: #00:14:04-0#; 12_Gabriel: #00:13:54-6#; 15_Hannah: #00:34:53-9#–#00:35:13-5#). Chenyu, die Initiatorin von *365 days on Airbnb*, hat für ihr Projekt bewusst diejenigen Airbnb-Unterkünfte gewählt, bei denen sie aufgrund der Inneneinrichtung etwas über ihre Gastgeber*innen erfahren kann (vgl. 24_Chenyu: #00:07:35-5#).

Die räumliche Authentisierung der Spuren des (Be)Wohnens, welche Airbnb Inc. seinen User*innen in seiner Außendarstellung verspricht, wird von diesen mitunter als glaubwürdig akzeptiert. Sie erkennen in einer über Airbnb vermittelten *peer-to-peer* Unterkunft Originalität und Einzigartigkeit, weil diese den jeweiligen Gastgeber*innen als regulärer Wohnort dient. Vor diesem Hintergrund ist zu ergänzend zu prüfen, wie Gäste professionalisierter Unterkünfte zur räumlichen Authentisierung stehen.

Interessanterweise werten diese gerade die Abwesenheit von persönlichen Einrichtungs- und Dekorationsgegenständen als wesentlichen Vorteil dieses Typus von *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten (vgl. 09_Jasmin: #00:10:37-2#; 16_Moritz: #00:13:56-4#). Ein Airbnb-Gast berichtet im Interview, dass sie professionalisierte Unterkünfte aufgrund ebenjener Eigenschaft explizit gegenüber den anderen vorzieht:

„[D]a wo ich gewesen bin, [...] war es fast wie ein Hotel, weil ich nicht das Gefühl hatte, dass ich bei jemand anderem war. Denn da war nichts Persönliches in dem Zimmer. Und auch als wir mal ein ganzes Haus gemietet haben, das war ein Standard-Haus, da waren keine Bilder oder keine Sachen von irgendjemanden da drin. Das war alles leer. [...] Da waren schon vielleicht Malereien an der Wand, aber da waren keine Fotos von der Familie oder so. [...] [Ü]berall wo ich war, war es wie im Hotelzimmer. Da hängt vielleicht ein Bild von einer Blume an der Wand (lacht). Da war nichts, wo ich gedacht

hab: „Okay, das finde ich jetzt irgendwie komisch“ (10_Zahra: #00:07:51-8#–#00:08:32-8#).

Das Fehlen persönlicher Fotos oder Gegenstände führt der Gast als positiv an, ebenso positiv gemeint ist der von ihr gezogene Vergleich zwischen den gebuchten Airbnb-Unterkünften und Hotelzimmern. Derselbe Vergleich diente der zuvor zitierten Nutzerin dazu, die professionalisierten Unterkünfte gegenüber den nicht-professionalisierten Unterkünften abzuwerten. Hier zeigt sich, dass die von Airbnb Inc. artikulierten räumlichen Authentisierungen keine Attraktivität für einzelne Gäste aufweisen.

Auch unter Gastgeber*innen ist eine Authentisierung der Unterkunft über ein vorhandenes *life narrative* nicht unbedingt erstrebenswert. Dies wird durch die folgende Aussage einer Airbnb-Gastgeberin unterstrichen, die ein professionalisiertes Apartment vermietet: „I don’t like going [...] in an Airbnb when people have their stuff everywhere. I like that upstairs that it’s like basic, you know? You don’t have to have someone’s stuff everywhere, you know?“ (18_Susan: #00:07:13-1#). Ihrer Ansicht nach, zeichnet sich das Apartment durch einen zurückhaltenden Stil aus; sie selbst möchte nicht in Wohnungen übernachten, in denen „someone’s stuff“ allzu präsent ist.

Für Airbnb-User*innen, die speziell professionalisierte *peer-to-peer* Unterkünfte anbieten oder buchen, weisen räumliche Authentisierungen demnach keinen Wert auf. Sie folgen stattdessen primär den infrastrukturellen Logiken, welche Tendenzen der Professionalisierung und der Standardisierung privilegieren (vgl. Kapitel 5.2.2; Kapitel 5.2.3). Eine Airbnb-Unterkunft wird nicht über ihre Differenz zum Hotelinterieur authentisiert, sondern – dies wird der fünfte Aspekt noch offenlegen – ausschließlich über den Verweis auf einen Unterschied hinsichtlich ihrer Lage.

(3) Fehlende Sauberkeit

Für Gäste nicht-professionalisierter Unterkünfte kennzeichnen die regulären Spuren des (Be)Wohnens die Individualität einer *peer-to-peer* Unterkunft und authentisieren sie dadurch. Allerdings gibt es Momente, in denen diese Gäste räumliche Authentisierungen nicht mehr als positiv empfinden – das *life narrative* ihrer Gastgeber*innen wird dann zu einer Herausforderung. Derartige Situationen lassen sich etwa dann beobachten, wenn Gäste eine *peer-to-peer* Unterkunft als nicht sauber (genug) empfinden.

Im Zuge der teilnehmenden Beobachtung als Gast konnte eine solche Situation protokolliert werden, sie wird nachfolgend in Form einer (n)ethnographische Vignette dargelegt.¹²² Die Vignette beschreibt den Aufenthalt in einer *peer-to-peer* Unterkunft in Weimar:

Nach der Begrüßung zeigt mir mein Gastgeber Carsten die Küche. Hier steht in jedem Winkel etwas herum: benutztes Geschirr, gestapelte Post, eingestaubte Plastikfiguren, Werkzeug. Auf der Arbeitsplatte und dem Boden sind Krümel verteilt, die Herdplatten sind offenbar lange nicht gereinigt worden. Mein Host hat die Küche in Hinblick auf meine Ankunft nicht aufgeräumt. Carsten führt mich zum Badezimmer. Neben der Toilette bilden zerlesene und gewellte Zeitschriften einen kleinen Stapel, entlang der Badewanne sind mehrere deutlich ausgedrückte Shampoo- und Duschgelflaschen aufgereiht. Das Waschbecken hat starke Schmutzränder und es liegen dort abraisierte Bartstoppel verteilt. Der blaue Badezimmerteppich vor dem Waschbecken ist fleckig. Ich fühle mich nicht wohl, kann mir nicht vorstellen, hier barfuß herumzulaufen und mich ausgiebig zu waschen. Auf den Bildern im Inserat war zwar zu sehen, dass Carstens Wohnung sehr voll gestellt ist, allerdings zeigten sie keine derartige Unordnung; es wirkte eher gemütlich statt chaotisch. Carsten scheint jedoch ein grundsätzlich anderes Verständnis von Sauberkeit zu haben als ich.

Er zeigt mir mein Zimmer und erklärt die Führung für beendet, die Zimmertüren der anderen Zimmer in der Wohnung sind verschlossen. Carsten sagt: „Dein Bett ist nun nicht frisch bezogen. Ist das okay für dich? Ich kann es auch noch neu beziehen, wenn du möchtest.“ Ich bin ziemlich perplex. Grundsätzlich erwarte ich, dass in einem Airbnb-Zimmer die Bettwäsche für mich gewechselt wird. Ich bezahle Carsten immerhin dafür, dass ich bei ihm schlafen kann. Und wer hat denn vorher in dem Bett geschlafen? Carsten? Ein anderer Gast?

In diesem Erlebnis wird fehlende Sauberkeit zur unangenehmen Herausforderung: Küche, Badezimmer und Gästebett sind vor der Ankunft nicht sichtbar gereinigt worden. Es fehlt an denjenigen Maßnahmen der Vorbereitung, die im vorherigen Kapitel 5.2.3 als relevant identifiziert worden waren. Dies wird insbesondere vor dem Hintergrund der Bezahlung des Airbnb-Gastgebers als negativ wahrgenommen – es wird eine dem Preis angemessene Gegenleistung erwartet.

Wie sauber eine Wohnung ist, wie häufig eine Reinigung als notwendig anerkannt wird, kann als Teil der sichtbaren Spuren des (Be)Wohnens gedeutet werden. Demzufolge ist die räumliche Authentisierung über ein *life narrative* nicht per se durch User*innen positiv in Wert gesetzt. Die Individualität einer *peer-to-peer* Unterkunft kann mitunter als Zumutung empfunden werden, dies hat das Beispiel fehlender Sauberkeit deutlich werden lassen. Wenngleich derartige Situationen innerhalb des über Airbnb initiierten *peer-to-peer*

¹²² Im leitfadengestützten Interview erzählt ein Airbnb-Gast von einem ähnlichen Erlebnis und verweist auf einen unangenehmen Geruch und ein nicht gemachtes Bett (vgl. 05_Emiliana: #00:08:43-8#-#00:09:26-9#).

Wohntourismus eine Ausnahme darstellt, lassen sie erkennen, welche Herausforderungen temporäres Wohnen in einer fremden Wohnung mit sich bringen kann.

(4) Räumliche Grenzziehungen

Der vierte Aspekt, der im Zusammenhang mit räumlicher Authentisierungen herausgearbeitet worden ist, sind räumliche Grenzziehungen innerhalb der nicht-professionalisierten Airbnb-Unterkunft. Während der (n)ethnographischen Feldforschung angetroffene Gastgeber*innen derartiger Unterkünfte haben davon berichtet, dass sie ihre Wohnung nicht unbedingt vollständig für ihre Gäste öffnen möchten. Um den Zugang zum *life narrative* vor Ort zu moderieren und zu kontrollieren, sind daher räumliche Grenzziehungen innerhalb der Unterkunft notwendig.

Eine Möglichkeit, diese Grenzziehungen vorzunehmen, ist verbal in der *face-to-face* Begegnung mit dem Gast. Ein Gast erzählt, dass ihr Hosts schon beim persönlichen Check-in direkt sagen, wie umfassend sie etwa die Küche mitbenutzen darf, wenn sie ein Zimmer in deren Wohnung gemietet hat. Darunter fallen Angaben darüber, ob sie sich dort ungefragt einen Kaffee zubereiten kann oder ob ihr im Kühlschrank ein eigenes Fach für ihre Einkäufe zusteht (vgl. 15_Hannah: #00:28:21-2#).

Grenzziehungen werden nicht nur verbal, sondern ebenfalls durch sichtbare Markierungen vorgenommen. Im Leitfaden-Interview berichtet ein Gast: „[I]n Hamburg, die hat dann auf den Schubladen dann so Klebeetiketten gehabt und die hat geschrieben ‚Privat‘ und also überall, [...] wo also dieses Etikett drauf gewesen ist, hat sie nicht gewollt, dass man da aufmacht oder hineinschaut oder benützt“ (13_Erika: #00:18:59-3#). Die Hamburger Gastgeberin zieht räumliche Grenzen dabei durch eindeutig kennzeichnende Informationsschildchen.¹²³ Ein weiteres Beispiel für sichtbare Grenzziehungen sind geschlossenen Türen, dies war in der zuvor angeführten Vignette als Grenzziehung vorgenommen worden. Diese Art, Grenzen sichtbar zu ziehen, konnte im Zuge der teilnehmenden Beobachtungen als Airbnb-Gast in Deutschland, den USA und Japan häufig

¹²³ Chenyu Zheng hat im Rahmen ihres Projektes *365 days on Airbnb* ebenfalls derartige Markierungen von Grenzziehungen beobachten können und mit *Unspoken words: the art of non-verbal communications in Airbnb Hospitality* (2017) einen umfassenden und detaillierten Blog-Artikel hierzu veröffentlicht. Sie wertet diese Markierungen vor allem als „opportunity to humanize a digital enabled connection“ (Zheng 2017) und illustriert ihren Artikel mit einer Vielzahl von Bildern.

beobachtet werden. Ein explizites Aussprechen von Verboten des Zugangs ist hierbei nicht erforderlich.

Eine dritte Möglichkeit, den Zugang zum *life narrative* zu moderieren, ist das Entfernen von Gegenständen vor Ankunft eines Gastes. Ein Airbnb-Gastgeber hat im Interview erzählt, dass er sich nicht mit seinen Gästen das Geschirr teilen möchte, weswegen er ihnen ein extra Set an Besteck und Geschirr zur Verfügung stellt (vgl. 17_Yonatan: #00:07:54-7#). Eine andere Gastgeberin berichtet, dass sie es unangenehm findet, dass ihre Gäste in ihrem Bett schlafen müssen. Sie hat dies folgendermaßen gelöst:

„[I]ch hab aber auch einfach einen Satz Bettwäsche gekauft, weil es mir halt unangenehm ist, und auch so eine Unterlage auf der Matratze [...], weil es mir irgendwie unangenehm ist. Ich vermiete es zwar jetzt nicht super oft, aber wenn die sonst in meinem Bett schlafen oder so, genau, dann mache ich so eine Schonunterlage drunter, bezieh das neu und hab auch Handtücher, die ich sonst nicht benutze. [...] Einfach, weil es mir persönlich lieber ist“ (20_Sophie: #00:17:03-8#–#00:17:35-2#).

Durch die Verwendung eigener Bettwäsche und eigener Handtücher sowie einer Matratzenunterlage entzieht die Gastgeberin diejenigen materiellen Dinge, die sie als zu persönlich empfindet, der Wahrnehmung und dem Nutzen ihrer Gäste. Auch dies ist eine Möglichkeit, räumliche Grenzziehungen vorzunehmen und auf diese Weise den Zugang zum *life narrative* innerhalb der Wohnung zu moderieren.

Eine räumliche Authentisierung kann demnach auch mit verbalen und visuellen Grenzziehungen einhergehen. Ebenso ist es möglich, dass Gastgeber*innen bestimmte Spuren des (Be)Wohnens ganz entfernen, sodass Airbnb-Gäste nicht sämtliche Aspekte eines *life narratives* erleben können. Räumliche Grenzziehungen können in solchen Fällen das Authentisieren der Unterkunft noch bestärken, verweisen sie doch auf die Einzigartigkeit dieser und auf ihren primären Nutzen als regulärer Wohnort.

(5) Ortsspezifische Authentisierungen

Ausgehend von der Untersuchung von Airbnb Inc. als Autorität im Zuschreiben von Authentizität waren neben räumlichen Authentisierungen, ebenfalls ortsspezifische identifiziert worden (vgl. Kapitel 5.2.1). Die User*innen der Onlineplattform nehmen diese Art der Authentisierung ebenfalls vor, hierbei wird nicht zwischen den beiden Typen von Airbnb-Unterkünfte unterschieden (vgl. 01_Lara: #00:10:03-3#; 02_Sabine: #00:13:15-2#; 03_Simon: #00:17:22-6#; 13_Erika: #00:06:05-8#). Mitunter greifen sie dabei auf eine

Differenzierung zurück, die MacCannells Denkfigur von Vorder- und Hinterbühne gleicht (vgl. Kapitel 3.2) und die ähnlich prominent durch Airbnb Inc. verwendet worden war (vgl. Kapitel 5.2.1). Folgende drei Interviewauszüge veranschaulichen dies beispielhaft:

„Ein besonders schöner Moment [war] schon [...] dieses Zimmer, das wir in New York gemietet haben, das war halt wirklich so mitten in einem *upcoming* Viertel, wo man sonst jetzt in einem Hotel gar nicht hingekommen wär, weil es da einfach keine Hotels gibt, eigentlich halt ein Viertel, wo man gemerkt hat, dass ist noch relativ Unterschicht, aber da tut sich gerade einiges. Das fand ich cool halt, [...] irgendwie diesen *Spirit* auch miterleben zu können“ (12_Gabriel: #00:06:43-7#).

„[D]u bist halt nicht in so einem klassischen Hotelbezirk oder in diesem klassischen Hotelbetrieb, sondern du bist eigentlich wie ein Einwohner der Stadt. So, du hast halt Schlüssel, du hast halt eine Wohnung, du gehst ins Café nebenan, du gehst zum Gemüseman nebenan und im Prinzip, wenn du nicht äußerlich auffällst oder sprachlich, dann fällst du gar nicht auf“ (07_Noah: #00:07:11-2#).

„Wenn du ein Hotel verlässt, [...] wirst sofort so als Tourist erkannt, aber auch, weil du halt in der Regel mit anderen Touristen das Hotel verlässt. [I]ch [...] bin zum Beispiel in Istanbul teilweise auf Türkisch angesprochen worden, weil ich aus einem Wohnhaus gekommen bin“ (15_Hannah: #00:40:15-5#).

In jeder dieser drei zitierten Passagen heben die Airbnb-Gäste hervor, dass sie durch die Buchung einer Airbnb-Unterkunft Zugang zu den Hinterbühnen einer Destination hatten. Der erste Interviewauszug betont, dass über die Buchung einer Airbnb-Unterkunft Zugang zu einer Wohngegend gewonnen werden konnte, die bislang nicht durch klassische Beherbergungsbetriebe erschlossen worden ist. Dies entspricht der Unterscheidung zwischen Vorder- und Hinterbühnen, Orten *on* und *off the beaten track*. Die beiden weiteren Interviewpassagen basieren auf derselben Differenzierung, setzen hierbei einen leicht anderen Akzent. Die Airbnb-Gäste heben hier hervor, dass sie aufgrund der Lage ihrer *peer-to-peer* Unterkunft nicht als Tourist*innen erkannt worden sind. Sie sind demnach nicht nur Besucher*innen eines Viertels *off the beaten track*, sondern werden kurzzeitig zu Bewohner*innen dieses und werden von anderen dortigen Bewohner*innen als reguläre Einwohner*innen eines Ortes gehalten.

Die Betonung der Lage und ihre Abgrenzung zu klassischen Hotelbetrieben reproduziert dabei das von Airbnb Inc. verwendete Narrativ zur Inszenierung von ortsspezifischer Authentizität (vgl. Kapitel 5.2.1). User*innen wenden es für beide Typen von Airbnbs *peer-to-peer* Unterkünfte gleichermaßen an. Die bereits in Kapitel 5.2.3 identifizierte Bedeutung der Unterscheidung zu Hotelbetrieben konzentriert sich hierbei demnach auf die Lage, nicht

unbedingt auf Ausstattung und Interieur. Ortsspezifische Authentisierungen werden über die Kennzeichnung der Airbnb-Unterkunft als *off the beaten track* befindlich vorgenommen.

Abschließend lässt sich demnach in Hinblick auf die User*innen und die *peer-to-peer* Unterkunft bei Airbnb festhalten, dass sich die in Kapitel 5.2.2 entdeckte Diskrepanz zwischen Authentisierungen von Airbnb Inc. und den Logiken der Infrastruktur in Bezug auf die User*innen ebenso fortschreibt. Nicht-professionalisierte Wohnungen werden durchaus aufgrund des dort eingeschriebenen *life narratives* authentisiert, wobei die Individualität einer Unterkunft für Gäste auch als unangenehm herausfordernd wirken kann. Räumliche Authentisierungen werden zudem durch räumliche Grenzziehungen begleitet, wobei sie diese Art von Authentisierung noch verstärkend unterstützen können. Zugleich gibt es Gäste, die der Inwertsetzung einer *peer-to-peer* Unterkunft durch räumliche authentisieren widersprechen. Sie bevorzugen professionalisierte Unterkünfte, die sich durch die Abwesenheit persönlicher Spuren des (Be)Wohnens auszeichnen. Sie orientieren sich demnach stärker an denjenigen *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten, welche infrastrukturell privilegiert werden. Hierbei schreiben sie ihnen Einzigartigkeit durch den Verweis auf ihrer abweichende Lage im Vergleich zu Hotelbetrieben zu. Diese ortsspezifische Authentisierung greift ebenso für nicht-professionalisierte Unterkünfte.

Mit diesem vierten Analyseschritt ist die Untersuchung zu Prozessen der Authentisierung und damit einhergehenden relevanten Autoritäten in Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus abgeschlossen. Das nachfolgende Kapitel fasst die zentralen Ergebnisse der gesamten Analyse zusammen und zeigt deren Relevanz für den in Kapitel 5.1 dargelegten Forschungsstand auf.

5.3 Fazit: Authentizität in Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus

In der (n)ethnographischen Untersuchung zu Authentisierungsprozessen im über Airbnb initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus konnte gezeigt werden, dass diese sich vornehmlich auf ortsspezifische und räumliche Authentisierungen konzentrieren. Interpersonelle Authentisierungen, die als dritte Art der Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus bestimmt worden ist (vgl. Kapitel 3.3), spielen hierbei keine Rolle. Im Zuge der vier Analyseschritte wurde zudem offengelegt, dass ortsspezifische und räumliche Authentisierungen nicht durch jede der untersuchten Autoritäten auf dieselbe Art und Weise zugeschrieben und behauptet werden. Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus zeichnet sich diesbezüglich durch Widersprüche und konkurrierende Zuschreibungen von Authentizität aus. Um dies pointiert darzulegen, werden im Folgenden zunächst die Ergebnisse der vorausgegangenen Analyse zu Fallbeispiel I zusammenfassend diskutiert. Das Kapitel stellt anschließend ergänzende Bezüge zum aktuellen Forschungsstand her (vgl. Kapitel 5.1).

Airbnb Inc. inszeniert Authentizität auf zweifache Weise und behauptet sich damit als relevante Autorität innerhalb von Authentisierungen im über Airbnb vermittelten *peer-to-peer* Wohntourismus (vgl. Kapitel 5.2.1). Das Unternehmen legt besondere Emphase auf ortsspezifische Authentisierungen und verweist im Zuge dessen nicht nur auf die Einzigartigkeit eines Viertels *off the beaten track*, sondern betont zugleich die spezifischen Rhythmen derartiger Gegenden. Es nutzt ortsspezifische Authentisierungen des Weiteren, um räumliche Authentisierungen zu unterstützen. Airbnb Inc. präsentiert seine *peer-to-peer* Unterkünfte als Zuhause seiner Gastgeber*innen, das in diese Wohnungen eingeschriebene *life narrative* authentisiert diese Unterkünfte. Es ermöglicht den Gästen zudem ein entspanntes temporäres (Be)Wohnen dieser Übernachtungsmöglichkeiten und inszeniert dieses ebenfalls als authentisch. Diese zweifachen Authentisierung beruht auf der Erklärung einer deutlichen Differenz zu klassischen Hotelbetrieben und ermöglichte, so die Inszenierung des Unternehmens, zusammengenommen individuelle Erlebnisse statt generischer Urlaubserfahrungen. Airbnb Inc. lässt professionalisierte *peer-to-peer* Unterkünfte in seiner ortsspezifischen und räumlichen Authentisierung explizit aus. Dieser Typus umfasst Unterkünfte, die ausschließlich für den Zweck der Kurzzeitvermietung genutzt werden und folglich nicht durch den Host selbst regulär bewohnt sind. Da die Onlineplattform diesen Typus ebenfalls vermittelt, stoßen die Authentisierungen des Unternehmens auf Autoritäten, die eigene, mitunter diametrale Zuschreibungen von Authentizität vornehmen.

Als diesbezüglich stärkster Gegenspieler ist Airbnbs Infrastruktur zu nennen, die weder ortsspezifische noch räumliche Authentisierungen unterstützt (vgl. Kapitel 5.2.2). Stattdessen fördert sie Tendenzen einer strikten Markt- und Wettbewerbsorientierung. Sie tut dies zum einen über die Etablierung einer Homogenisierung der Ästhetik von Einrichtungsstilen, zum anderen über die imaginierte und tatsächliche Macht ihrer Filter- und Sortieralgorithmen. Die Standardisierung des Interieurs von *peer-to-peer* Unterkünften widerspricht dabei der von Airbnb Inc. vorgenommenen räumlichen Authentisierung: Statt eines individuellen *life narratives* werden sich optisch ähnelnde Inserate infrastrukturell privilegiert. Damit einhergehend werden ebenso diejenigen Airbnb-Host durch eine erhöhte Sichtbarkeit bevorteilt, die als Superhosts permanente Erreichbarkeit, eine starke Auslastung ihrer angebotenen *peer-to-peer* Unterkunft sowie kaum Stornierungen von Buchungen leisten können. Nicht-professionalisierte Unterkünfte sind demnach systematisch benachteiligt. Wenn aufgrund der infrastrukturellen Privilegierungen auf Authentisierungen zu schließen ist, dann authentisiert Airbnbs Infrastruktur vorrangig die Abwesenheit von Spuren des (Be)Wohnens. Die Lage einer *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit oder interpersonelle Authentisierungen fallen nicht ins Gewicht. Zwischen der vom Unternehmen inszenierten Authentizität und seiner infrastrukturellen Unterstützung tritt daher eine deutliche Diskrepanz zutage.

Diese Diskrepanz schreibt sich hinsichtlich der Autorität der *peer-to-peer* Unterkunft in Authentisierungsprozessen fort. Dabei folgt diese primär den infrastrukturellen Logiken, dies äußert sich sowohl in ihrer online Präsentation als auch in ihrer Vorbereitung für einen konkret anstehenden Gast-Aufenthalt (vgl. Kapitel 5.2.3). Versuche des Managements von Atmosphären zielen daher nicht primär darauf ab, eine Unterkunft mithilfe der Inszenierung eines ausgeprägten *life narratives* zu authentisieren. Vielmehr unterstützt die Nutzung des Airbnb-Fotoservices, der keine Unterschiede zwischen professionalisierten und nicht-professionalisierten Unterkünften macht, die infrastrukturelle Homogenisierung der Ästhetik von Unterkunftsbildern noch weiter (vgl. Kapitel 5.2.2). Statt der Individualität fördert dies die Standardisierung der *peer-to-peer* Unterkünfte. In Vorbereitung eines Gast-Aufenthaltes vollziehen Hosts mitunter Maßnahmen, die an die online Darstellung von Hotelzimmern auf einschlägigen Buchungsportalen erinnern. Diese Angleichung wirkt sich ebenfalls zulasten nicht-professionalisierter Unterkünfte aus. Trotz dieser Orientierung an der Autorität der

Infrastruktur finden hier räumliche Authentisierungen statt. Diese basieren nicht mehr auf dem Verweis auf ein *life narrative*, sondern konzentrieren sich auf die Betonung einer herrschenden Differenz zwischen Einrichtungen von Airbnbs *peer-to-peer* Unterkünften und Hotelinterieur. Durch diese Verkürzung ist es möglich, für beide Typen von Unterkünften räumliche Authentizität zu behaupten.

Als Autoritäten in Authentisierungsprozessen vereinen Airbnbs User*innen die identifizierte Diskrepanz, da sie beide Typen von *peer-to-peer* Unterkünften buchen (vgl. Kapitel 5.2.4). Die Betonung der Individualität von Unterkünften durch ihr *life narrative* koexistiert daher mit der Emphase der Standardisierung von nicht regulär bewohnten Unterkünften. Gäste nicht-professionalisierter Unterkünfte nehmen räumliche Authentisierungen analog zu denen von Airbnb Inc. vor (vgl. Kapitel 5.2.1). Zugleich erkennen sie einen deutlichen Unterschied zu den professionalisierten Unterkünften, da diese sich eben nicht durch ein *life narrative* auszeichnen. Im Zuge dessen konnte zudem gezeigt werden, dass ein vorhandenes *life narrative* nicht per se als attraktiv gilt. Aufgrund der Bezahlung der *peer-to-peer* Unterkunft wird ein spezifischer Standard etwa in Bezug auf Sauberkeit erwartet. Gastgeber*innen nehmen räumliche Grenzziehungen vor, um den Einblick in ihr *life narrative* zu moderieren und zu kontrollieren. Räumliche Authentisierungen sind demzufolge nicht mit einem totalen und unverstellten Zugang zu den Spuren des (Be)Wohnens gleichzusetzen. Zusätzlich zu diesen Authentisierungen findet ebenfalls ortsspezifische Zuschreibungen statt, die erneut denen von Airbnb Inc. ähneln (vgl. ebd.). Demgegenüber authentisieren Gäste professionalisierter Unterkünfte diese ausschließlich über ortsspezifische Authentisierungen, lehnen ein vorhandenes *life narrative* ab und ziehen die Privilegierungen der Infrastruktur vor.

Wie bereits einleitend angeführt, ist diesen heterogenen Zuschreibungen von Authentizität gemein, dass sie keine interpersonellen Authentisierungen vornehmen. Interviewte Gäste haben sogar mehrfach die Erwartung geäußert, dass ihre Airbnb-Gastgeber*innen nur dann in Erscheinung treten sollen, wenn sie gebraucht werden und diese Erwartung mit Verweis auf die Bezahlung der Hosts legitimiert (vgl. 01_Lara: #00:07:00-1#; 07_Noah: #00:27:53-3#; 10_Zahra: #00:02:18-0#; 12_Gabriel: #00:08:18-2#; 14_Isabella: #00:03:25-8#). Ein Gast erläutert diesbezüglich, Airbnb sei „ja nun keine Freundschaftsplattform, sondern immer noch eine Dienstleistung, die angeboten wird“ (06_Johannes: #00:23:00-0#). Ein anderer Gast reagiert irritiert, als sie gefragt wird, ob sie bei Airbnb nach persönlichen Begegnungen mit

ihren Hosts suche: „Is that part of it? Isn't it just like you rent a room and then that's it?“ (40_Laura: #00:09:28-3#).

Interpersonelle Authentisierungen sind demnach für den über Airbnb initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus nicht relevant. Authentizität wird primär ortsspezifische oder räumlich zugeschrieben.

Airbnb Inc. und Airbnbs Infrastruktur treten hierbei als starke Kontrahenten auf. Das Unternehmen klammert die professionalisierten Unterkünfte aus seiner Zuschreibung von Authentizität aus, infrastrukturell wird vornehmlich ebenjener Typus gefördert und unterstützt. Zu beachten ist, dass Airbnb Inc. zugleich der Betreiber und Urheber der Infrastruktur ist. Die Privilegierung professionalisierter Unterkünfte ist demnach ursprünglich durch das Unternehmen selbst als dominante Logik in die Infrastruktur eingeschrieben worden. Grund hierfür ist, dass diese Logik offensichtlich von Vorteil für das Geschäftsmodell des Unternehmens der *sharing economy* ist, da hohe und häufige Buchungszahlen zugleich hohe und regelmäßige Einnahmen für das Unternehmen implizieren. Wenn Airbnb Inc. in seiner Außendarstellung für seine User*innen dennoch hiervon abweichend ortsspezifische und räumliche Authentizität betont, dann kann dies mit der zunehmenden öffentlichen Kritik am Unternehmen begründet werden (vgl. Kapitel 5.1). Denn es sind die professionalisierten *peer-to-peer* Übernachtungen, welche sich als problematisch für Stadtentwicklungen und einzelne Nachbarschaften erweisen. Werden diese nicht explizit aufgegriffen, umgeht das Unternehmen diese Kritik und adressiert stattdessen vornehmlich die öffentlich als nicht problematisch identifizierten Vermietungen nicht-professionalisierter Unterkünfte.

In der Konsequenz nehmen Unterkünfte und User*innen unterschiedliche Authentisierungen vor, welche entweder der Autorität des Unternehmens oder der Autorität von Airbnbs Infrastruktur widersprechen. Räumliche Authentisierungen werden nicht am *life narrative*, sondern am Konstatieren eines Unterschiedes zum Hotelinterieur festgemacht. Ortsspezifische Authentisierungen gelten nicht nur für die nicht-professionalisierten *peer-to-peer* Unterkünfte, sondern ebenso für professionalisierte. Standardisierungen und Betonungen von Individualität schließen sich nicht per se aus. Die Ursache für diese Heterogenität ist auf die von Airbnb Inc. unterlassene Berücksichtigung der professionalisierten Unterkünfte zurückzuführen.

Sie ist folglich ebenfalls der Grund dafür, dass sich in Hinblick auf die nicht-professionalisierten *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten – welche, wie in den

einleitenden Worten zu Kapitel 5 dargelegt, für *peer-to-peer* Wohntourismus kennzeichnend sind – keine der Authentisierungen der vier Autoritäten als durchgängig stark behaupten kann.

Längerfristig gesehen, ist allerdings durchaus von einer Dominanz der infrastrukturell privilegierten professionalisierten Unterkünfte und den daran geknüpften Authentisierungen über den Verweis auf den Unterschied zum Hotelinterieur oder zur Lage auszugehen. Dies ist durch die bereits in Kapitel 5.1 aufgezeigte Machtasymmetrie zwischen Airbnb Inc. als Betreiber der Onlineplattform begründet. Die Machtasymmetrie lässt es möglich werden, dass das Unternehmen seine Infrastruktur weiterhin darin stärkt, Markt- und Wettbewerbsorientierung zu fördern. Dies wäre zwar eine Bedrohung für die selbst vorgenommenen Authentisierungen, doch könnte Airbnb Inc. diese werbetechnisch leicht anpassen. Die jetzige Diskrepanz zwischen unternehmerischen und infrastrukturellen Authentisierungen ist ohnehin als Risiko für den Verlust von Glaubwürdigkeit des Unternehmens zu werten. Dass User*innen sich gegen eine derartige Anpassung wehren und infolgedessen eine eigene Modifikation der Infrastruktur erzwingen, wie dies etwa im Fall der Aufdeckung von Diskriminierung erfolgt ist (vgl. Kapitel 5.1), kann mit Blick auf die hohe Nachfrage professionalisierter *peer-to-peer* Unterkünfte als unwahrscheinlich beurteilt werden.

Allerdings ist dem entgegenzuhalten, dass die starke Zunahme professionalisierter Kurzzeitvermietungen in Städten weltweit dazu geführt hat, dass diese rechtlich reguliert und in einigen Vierteln strikt verboten worden sind (vgl. ebd.). Im Interview erklärt eine Anti-Airbnb-Aktivistin: „[W]e don’t want to see our streets turn into party houses and de facto hotels“ (27_Linda: #00:05:09-0#).¹²⁴ Die Konzentration auf eine Differenz zum Hotelbetrieb, die professionalisierten Unterkünften als ortsspezifischer und räumlicher Authentisierung bleibt, führt zur Etablierung weitreichender Standardisierungen, sodass letztendlich „de facto hotels“ entstehen. Die Aktivistin sieht ihre Nachbarschaft durch diese Entwicklungen in Gefahr. Sie erklärt: „[Y]ou can’t turn a little neighbourhood into a tourist destination spot, it becomes Disneyland. It becomes, you know, [...] there are no more people left, which is ((not a good sign)). [...] Potemkin village“ (ebd.: #00:15:02-9#–#00:15:07-3#). Sie fürchtet, dass

¹²⁴ Ähnlich argumentiert auch eine weitere Aktivistin, die sich in ihrem Wohnort ebenfalls für Regulationen von *peer-to-peer* Kurzzeitvermietungen einsetzt (vgl. 30_Adriana: #00:03:37-8#). Zusammen mit ihrer Gruppe hat sie seit mittlerweile über vier Jahren Statistiken zur Nutzung von Airbnb-Kurzzeitvermietungen in ihrem Wohnort sammelt, die eine starke Zunahme professionalisierter *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten nachweisen (vgl. ebd.: #00:33:11-7#).

von ihrem Stadtviertel nur noch eine Fassade, ein Potemkinsches Dorf bleibt: Eine künstlich aufrechterhaltene Kulisse für die temporären Bewohner*innen, die über Airbnb dort eine professionalisierte *peer-to-peer* Unterkunft mieten.

Die Onlineplattform bedroht hier folglich die Inszenierung ortsspezifischer Authentizität. Denn gerade die Darstellung eines Viertels als *off the beaten track* beruht wesentlich darauf, dass der aufgesuchte Ort möglichst lokal geprägt erscheint (vgl. Stors et al. 2019: 10). Die Prognose „Der Tourist zerstört, was er sucht, indem er es findet“, die Hans Magnus Enzensberger zugeschrieben wird,¹²⁵ erscheint im Fall der von Airbnb Inc. vorgenommenen Authentisierungen zutreffend.

Aufgrund dieser Ausführungen ist festzuhalten, dass eine radikale Orientierung an Markt- und Wettbewerbsorientierung zwar nicht durch das Angebot und die Airbnb-User*innen eingedämmt wird, aber wesentlich durch die Etablierung rechtlicher Regulationen. Die weltweite Kritik an Airbnb lässt es daher ratsam werden, dass das Unternehmen zumindest eine Balance zwischen seinen Authentisierungen und deren infrastruktureller Ermöglichung anstrebt. Entscheidend für Authentisierungen in Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus wird daher sein, ob das Unternehmen sein marktorientiertes Geschäftsmodell infrastrukturell weniger stark unterstützt. Denn die rechtlichen Regulationen lassen es fraglich werden, wie lange die *off-the-beaten-track*-Lage von Airbnb-Unterkünften als Distinktionsmerkmal und wesentliche Abgrenzung zu klassischen Beherbergungsbetrieben für Airbnb-Gäste noch überzeugend sein wird.

Die Untersuchung des ersten Fallbeispiels, des über Airbnb initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus, stellt folglich eine heterogene Zuschreibung von ortsspezifischen und räumlichen Authentisierungen durch die vier Autoritäten fest. Die Machtverhältnisse in dieser Art des kommerziellen *peer-to-peer* Wohntourismus werden langfristig darüber entscheiden, ob sich eine dieser Zuschreibungen von Authentizität als dominant behaupten kann.

¹²⁵ Es findet sich keine Veröffentlichung, in der Enzensberger diesen Ausspruch derart explizit formuliert. In *Vergebliche Brandung der Ferne – Eine Theorie des Tourismus* (1958) gibt es allerdings einen Satz, der als Vorlage für die im obigen Text zitierte Prognose gelten kann. Als Enzensberger die Versuche des Tourismus, stets neue Erlebnisse und Produkte zu erschließen, kritisiert, hält er fest: „Die Tugend, die man beschwören will, wird vernichtet, indem man sie in Anspruch nimmt“ (Enzensberger 1958: 717). Obwohl es sich demnach de facto um eine Paraphrase handelt, hat die oben angeführte Prognose innerhalb der Tourismusforschung den Status eines allgemein bekannten Zitates erhalten. Auch in medialen Erzeugnissen wird dieses vermeintliche Zitat oft angeführt.

6 Fallbeispiel II: Couchsurfings *peer-to-peer*

Wohntourismus

Die Webseite von Couchsurfing (www.couchsurfing.com) wurde im Jahr 2004 das erste Mal online gestellt, vier Jahre vor der Unternehmensgründung von Airbnb Inc.. Aktuell ermöglicht Couchsurfing seinen über 12 Millionen registrierten User*innen, in mehr als 200.000 Städten weltweit kostenlose *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten zu finden und anzubieten (vgl. Couchsurfing About 2020; Kapitel 4.1). Etabliert wurde die Onlineplattform durch die fünf Gründer*innen Casey Fenton, Daniel Hoffer, Sebastien LeTuan, Joseph M. Brauer und Rachel DiCerbo, welche das betreibende Unternehmen Couchsurfing International Inc. in den USA ursprünglich als Non-Profit-Unternehmen registrierten (vgl. New Hampshire Department of State 2003). Aus diesem Status und der non-monetären Vermittlung von *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten leitet das Unternehmen eine starke ideelle Dimension seiner Plattform ab. Diese zeigt sich unter anderem darin, dass es seine User*innen nicht primär als Host und Gast versteht, sondern sie stattdessen als „Couchsurfer*innen“ adressiert (vgl. Couchsurfing About 2020). Viele der Nutzer*innen haben diese Bezeichnung übernommen, um sich selbst zu beschreiben.¹²⁶

Als Non-Profit-Unternehmen hat Couchsurfing International Inc. das Betreiben und Verwalten seiner Onlineplattform zu Beginn ausschließlich über Spenden finanziert. User*innen engagierten sich freiwillig, indem sie bei der technischen Betreuung und Programmierung der Onlineplattform halfen. Als das Unternehmen seinen Non-Profit-Status im Jahr 2011 aufgab

¹²⁶ Wie im Zuge der Analyse in Kapitel 5.2 deutlich werden wird, ist diese Bezeichnung auch im Rahmen der (n)ethnographischen Feldforschung angetroffen worden. Sie wurde selbst dann von User*innen verwendet, wenn diese ausschließlich in der Rolle des Hosts oder des Gastes bei Couchsurfing aktiv waren.

und sich stattdessen offiziell als sogenannte „B Cooperation“ (B Corp)¹²⁷ zertifizieren ließ, kam dies für viele Couchsurfing-User*innen überraschend und sie reagierten mit Empörung und Bestürzung. Nutzer*innen fürchteten die Kommerzialisierung der Plattform und werteten dies als Verrat an der ursprünglichen Couchsurfing-Vision (vgl. u.a. O’Regan/Choe 2019; Schöpf 2015). Die neue Zertifizierung machte es möglich, finanzielle Förderung durch externe Investor*innen einzustreichen.¹²⁸ Das auf diese Weise erhaltene Geld diente der Überarbeitung des Designs der Onlineplattform. Neun Jahre nach dieser Änderung des Geschäftsmodells hat die anfängliche Bestürzung abgenommen und Couchsurfing hat seine Userzahlen über die letzten Jahre stark erhöht.¹²⁹ Die Nutzung der Onlineplattform ist noch immer kostenlos, Couchsurfing ist der weltweit größte Anbieter für kostenlosen *peer-to-peer* Wohntourismus (vgl. Kapitel 4.1).

Im Zuge dieses Kapitels wird untersucht, welche Arten von Authentisierungen durch welche Autoritäten bei Couchsurfing vorgenommen werden. Analog zum Vorgehen bei Fallbeispiel I, beginnt diese Untersuchung mit der Rezeption des Forschungsstandes in Kapitel 6.1. Hier wird die unternehmerische Veränderung erneut aufgegriffen werden, da sie Eingang in die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Couchsurfing gefunden hat. Anschließend widmet sich Kapitel 6.2 der Ergebnisaufbereitung der (n)ethnographischen Feldforschung zu Authentisierungen bei Couchsurfing. Hier wird ein starker Fokus auf interpersonelle Authentisierungen herausgearbeitet werden. Es kann gezeigt werden, dass diese durch eine enge Vertrautheit zwischen Host und Gast gekennzeichnet sind. Im zusammenfassenden Kapitel 6.3 werden die wesentlichen Erkenntnisse der vorherigen Kapitel dargelegt und diskutiert.

¹²⁷ Diese private Zertifizierung wird nach der Prüfung durch die *B Lab Company*, einer Non-Profit-Organisation, vergeben. Das „B“ steht für „benefit“. Trotz der ähnlichen Terminologie stellt sie im Gegensatz zu einer „benefit cooperation“ keine rechtliche Unternehmensstruktur dar (vgl. Schöpf 2015). Stattdessen bilden die zertifizierte Unternehmen ein gemeinsames Netzwerk, welches sich laut eigenen Angaben der *B Lab Company* weltweit für Nachhaltigkeit einsetzt (vgl. B Lab 2017).

¹²⁸ Eine Übersicht zu den verschiedenen Firmen, welche investiert haben, findet sich online auf Couchsurfings Webseiteneintrag bei *Crunchbase* (vgl. Crunchbase 2019).

¹²⁹ Es lassen sich keine offiziellen, durch das Unternehmen bestätigte Zahlen zur Entwicklung der Userzahlen finden. Im englischen Wikipedia-Eintrag zu Couchsurfing gibt es allerdings eine Tabelle, welche die Angabe von Userzahlen in Medienberichten nach Jahren sortiert auflistet (vgl. Wikipedia Contributors 2019). Hier lässt sich ein anwachsender Trend steigender Userzahlen beobachten.

6.1 Forschungsstand: Affective Enterprise

Couchsurfing hat als Untersuchungsgegenstand Eingang in eine Vielzahl von wissenschaftlichen Arbeiten unterschiedlicher Disziplinen gefunden – eine der wenigen Gemeinsamkeiten, die es mit Fallbeispiel I teilt. Abweichend zu Airbnb setzt sich der Forschungsstand vornehmlich durch Arbeiten und Studien aus der Soziologie, den Kulturwissenschaften, den Medienwissenschaften und den Tourismuswissenschaften zusammen. Wie im Folgenden deutlich wird, ist dieser Unterschied durch die kostenlose Vermittlung der *peer-to-peer* Unterkünfte begründet. Dadurch ist Couchsurfing kaum innerhalb ökonomischer Disziplinen oder in daran anknüpfende Debatten um urbane tourismusinduzierte Entwicklungsprozesse vertreten. Welche disziplinären Fokussierungen Couchsurfing International Inc. und seine Onlineplattform als Forschungsgegenstand stattdessen charakterisieren, wird anhand von zwei dominanten inhaltlichen Bereiche dargelegt.

Hierbei handelt es sich einerseits um (1) den Versuch der Klassifizierung des Unternehmens sowie der Beurteilung der ideellen Dimension der betriebenen Onlineplattform. Andererseits stehen (2) Couchsurfers User*innen im Fokus von Untersuchungen zu ihrer Motivation, gegenseitigem Vertrauen und der Etablierung von Werten und Normen. Die Wahl dieser zweiteiligen Struktur ergibt sich dabei vorrangig aus dem Forschungsstand selbst, erinnert zugleich jedoch an die beiden ersten inhaltlichen Schwerpunkte aus dem Literaturüberblick zu Fallbeispiel I (vgl. Kapitel 5.1). Wie zuvor angeführt, zeichnen sich diese beiden Themenbereiche jedoch durch andere disziplinäre Schwerpunktsetzungen aus als dies für Airbnb beschrieben wurde. Dass kein dritter Themenblock aus den wissenschaftlichen Veröffentlichungen zu Couchsurfing hergeleitet werden konnte, impliziert darüber hinaus nicht, dass Couchsurfing im Vergleich zu Airbnb als Forschungsgegenstand weniger umfassend untersucht worden ist. Tatsächlich ist der Forschungsstand für beide Fallbeispiele etwa gleich umfassend.

(1) Versuche der Klassifizierung von Unternehmen und Onlineplattform

Die Diskussion um eine mögliche Zu- und Einordnung des Geschäftsmodells von Couchsurfing International Inc. nimmt wenig Raum innerhalb der wissenschaftlichen Auseinandersetzung ein. Sie wird an dieser Stelle dennoch aufgegriffen, um das Unternehmen von dem zweiten in der Feldforschung untersuchten Airbnb Inc. abzugrenzen. Wenn

Couchsurfing International Inc. anhand seines Geschäftsmodell kategorisiert wird, dann geschieht dies meist in den einleitenden oder abschließenden Worten der jeweiligen Publikationen, ohne dass diese Zuordnung eingehender thematisiert wird. Die fehlende differenzierte Betrachtung erweist sich mitunter als problematisch, etwa wenn versucht wird, das Unternehmen mit denselben Beschreibungen zu charakterisieren wie sie im Fall von Airbnb Inc. angewandt werden. Es finden sich beispielsweise Arbeiten, welche Couchsurfing International Inc. als Teil der *sharing economy* (vgl. Chen 2018: 110; Decrop et al. 2017: 1), als Element eines kollaborativen Trends (vgl. Forno/Garibaldi 2015: 206) oder als Ermöglichung kollaborativen Konsums (vgl. Mikołajewska-Zajac 2017; Germann Molz 2014; John 2013: 126; Botsman/Rogers 2010: 73f.) kennzeichnen. Diese verbindenden Kennzeichnungen sind nicht zutreffend, verwischen sie doch die Unterschiede zwischen Onlineplattformen wie Airbnb und Couchsurfing. Wenn das Unternehmen Couchsurfing International Inc. nicht mit denselben Termini wie Airbnb Inc. zu beschreiben ist, ist folglich nach einer adäquateren Klassifizierung zu suchen.

Geeignet erscheint die Kennzeichnung des Unternehmens als „affective enterprise“ (vgl. Mikołajewska-Zajac 2016). Die Soziologin Karolina Mikołajewska-Zajac verbindet in dieser Wortschöpfung unter anderem das Konzept der affektiven Arbeit, welches von dem Literaturtheoretiker Michael Hardt und dem Politikwissenschaftler Antonio Negri geprägt worden ist, mit dem der emotionalen Arbeit, welches auf die Soziologin Arlie Russel Hochschild zurückgeht. Affektive Arbeit ist als Teil einer immateriellen Arbeit auf „die Herstellung von zwischenmenschlichen Kontakten und Interaktionen“ (Hardt/Negri 2003: 304) fokussiert. Emotionale Arbeit „requires one to induce or suppress feeling in order to sustain the outward countenance that produces the proper state of mind in others“ (Hochschild 1983: 7). Beides – das Knüpfen sozialer Kontakte und das hierfür mitunter notwendige Management der eigenen Gefühle und Empfindungen – identifiziert Mikołajewska-Zajac als wesentliche Zielsetzungen und Aufgaben der User*innen von Couchsurfing (vgl. Mikołajewska-Zajac 2016: 217f.). Infolgedessen charakterisiert sie Couchsurfing International Inc., das Unternehmen, welches diese Arbeit organisiert und strukturiert, als affektives Unternehmen.

Die vorliegende Dissertation wählt diese Art der Klassifizierung, weil sie in ihrer Bezeichnung zwei Aspekte miteinander verknüpft. Zum einen akzentuiert sie das Unternehmen als Betreiber der Onlineplattform und hebt sich allein dadurch von anderen

Veröffentlichungen ab. Zum anderen betont sie die erforderliche immaterielle Arbeit, welche angemeldete User*innen als Couchsurfer*innen leisten und erweitert die dominante Diskussion um das ideelle Potenzial der Onlineplattform damit um ein wesentliches Kriterium.

Wenn die Onlineplattform untersucht wird, finden sich ebenfalls Vorschläge, diese zu klassifizieren. Etwa als „peer-to-peer sharing“ (vgl. Bardhi/Eckhardt 2012: 884), oder – mit stärkerem Fokus auf die User*innen – „alter-brand community“ (vgl. Cova/White 2010). Um die technische Bedingtheit und Verfertigung der über Couchsurfing vermittelten *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten hervorzuheben, verwendet die Soziologin Paula Bialski „online-to-offline-networking technology“ (Bialski 2013: 170) oder „technology of hospitality“ (vgl. Bialski 2012a). Wenn die Plattform und seine Nutzer*innen als „online hospitality exchange network“ (vgl. Buchberger 2012) beschrieben werden, erinnert dieser Begriff an den in der vorliegenden Arbeit verwendeten Begriff des *hospitality networks*, welcher zur Bestimmung der digitalen Infrastrukturen der Onlineplattformen im *peer-to-peer* Wohntourismus gewählt worden ist (vgl. Kapitel 3.1).

Mit dem Fokus auf die kostenlose Vermittlung von Übernachtungsmöglichkeiten wird Couchsurfing mitunter zum Grundstein für einen alternativen Tourismus oder gar eine neue Philosophie des Reisens ernannt (vgl. Decrop et al. 2017: 13). Bialski kennzeichnet diesen andere Art von Tourismus als „intimate tourism“ (Bialski 2012a), da er wesentlich auf der *face-to-face* Begegnung der Couchsurfer*innen aufbaut. Wie bereits im Forschungsüberblick zu Airbnb geschildert, erkennt die Soziologin Jennie Germann Molz in Airbnb und Couchsurfing das Potenzial, ein „new paradigm of sociality for a mobile and networked society“ (Germann Molz 2014) zu begründen – die „network hospitality“ (vgl. Kapitel 5.1). Ähnlich affirmativ argumentieren andere Veröffentlichungen, die festhalten, dass die Onlineplattform Reisenden Zugang zu lokalem Wissen und anderen, alltäglichen Lebensrhythmen eröffne (vgl. Zgolli/Zaiem 2018; Schuckert/Peters/Pilz 2018; Juric/Vukovic/Markovac 2012; Zuev 2012).

An diesen positiven Charakterisierungen von Couchsurfing fällt auf, dass weniger die Organisation einer *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit als die ermöglichten *face-to-face* Begegnungen zwischen User*innen in den Fokus genommen werden. Sie lassen deutlich erkennen, wieso es als ungewöhnlich zu beurteilen ist, wenn Couchsurfing International Inc.

explizit als Unternehmen beschrieben und damit auf seine ökonomische Struktur hingewiesen wird.

Es finden sich vereinzelt Publikationen, welche das ideelle Potenzial der Onlineplattform aufgrund des betreibenden Unternehmens zurückhaltender beurteilen. Ausschlaggebend für die Kritik ist die in den einleitenden Worten zu Kapitel 6 bereits erläuterte Veränderung der Geschäftsstruktur im Jahr 2011. Zu diesem Zeitpunkt gab das Unternehmen seinen Status als Non-Profit-Organisation zugunsten der Zertifizierung als „B Corp“ auf. Mit Verweis auf diesen Wechsel ist die Kennzeichnung Couchsurfings als Commons¹³⁰ kritisch diskutiert worden (vgl. Ossewaarde/Reijers 2017; Schöpf 2015). Die Umwandlung des Geschäftsmodells wird als Hinweis auf eine fortschreitende Kommodifizierung gedeutet (vgl. O'Regan/Choe 2019; Mikołajewska-Zajac 2016; Schöpf 2015).

Diese drohende Kommodifizierung der Onlineplattform kommt in ihrer Beschreibung als *affective enterprise* ebenfalls gut zum Ausdruck, weswegen dies ein weiterer Grund für die Wahl dieses Begriffs ist. Es finden sich neben diesen hier angeführten Arbeiten noch weitere kritische Studien zu Couchsurfing. Da sich diese sich Aspekte konzentrieren, die primär die User*innen der Onlineplattform betreffen, werden sie im zweiten Themenblock vorgestellt.

(b) Arbeiten zur Couchsurfing-Community

Bei Untersuchungen, die Couchsurfings Nutzer*innen fokussieren, handelt es sich meist um empirische Studien, welche sich auf ethnografische Forschungen, Interviews mit Couchsurfer*innen oder quantitative Methoden stützen. Hier lassen sich insgesamt drei thematische Unterbereiche identifizieren. Einerseits gibt es Veröffentlichungen, welche sich dem (a) Ergründen von Motivationen der User*innen widmen. Hierunter fallen auch Arbeiten, die Authentizität in Verbindung mit Couchsurfing diskutieren. Andererseits finden sich Untersuchungen zur (b) Herstellung und Wahrung von Sicherheit und Vertrauen unter User*innen. Der dritte thematische Bereich umfasst Arbeiten zu (c) Ausbildung und Wahrung von Normen und Wertvorstellungen.¹³¹

¹³⁰ Mit dem Begriff werden grundsätzlich „lebendige soziale Strukturen“ beschrieben, „in denen Menschen ihre gemeinsamen Probleme in selbstorganisierter Art und Weise angehen“ (Helfrich/Bollier 2019: 20). Folglich haftet diesem Begriff eine politische und ideelle Dimension an (kritisch hierzu vgl. Berlant 2016).

¹³¹ Waren im Fall des Forschungsstandes zu Airbnb nur die ersten beiden Themenbereiche zutreffend (vgl. Kapitel 5.1), illustriert Couchsurfings dritter Bereich wiederholt die umfassende Bedeutung des ideellen Potenzials, welches dem Unternehmen zugeschrieben wird.

(a) Die Motivation von Couchsurfer*innen, sich aktiv auf der Onlineplattform als Gastgeber*innen und Gäste zu engagieren, ist eng mit der ideellen Dimension von Couchsurfing verknüpft. So wurde das Knüpfen von Freundschaften als ein zentrales Motiv unter den User*innen der Onlineplattform identifiziert (vgl. Zgolli/Zaiem 2018; Schuckert/Peters/Pilz 2018; Kunz/Seshadri 2015; Graburn 2013). Darauf aufbauend, beschreibt Bialski Couchsurfer*innen als Menschen, die reisen „in order to meet and interact in a close, personal, and trustworthy way, exchanging ideas, thoughts, and experiences“ (Bialski 2012a: 9). Die Nutzer*innen der Onlineplattform sind demnach primär an einem persönlichen Austausch mit anderen interessiert. Sie erkennen in den individuellen *face-to-face* Begegnungen die Möglichkeit, andere Kulturkreise zu erleben (vgl. Buchberger 2013, 2012; Schéou 2013). Daher seien sie auf der Suche nach Differenz-Erfahrungen, motiviert durch das „Bedürfnis, fremdkulturellen Alltag als ästhetisches Erlebnis erfahren zu wollen“ (Nejezchleba 2011: 162).

Das Anbieten und Finden einer *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit stellt keine der Kernmotivationen der Couchsurfer*innen dar, obwohl dies der wesentliche Zweck der Onlineplattform ist. Die angeführten Motivationen lassen sich vielmehr als Hinweise auf eine hohe Bedeutung von interpersonellen Authentisierungen (vgl. Kapitel 3.3) bei Couchsurfing deuten. Denn es ist die *face-to-face* Begegnung mit einem Host oder einem Gast, die Couchsurfer*innen suchen und schätzen.

Tatsächlich verbindet sich mit den Kernmotivationen der User*innen die Hoffnung auf das Erleben von Authentizität (vgl. Steylaerts/Dubhghaill 2012; Ghoshal 2012). Couchsurfer*innen haben in Interviews erläutert, dass ihnen durch die Begegnungen mit anderen Couchsurfer*innen das „real local life“ einer Destination zugänglich sei (vgl. Chen 2018; Nejezchleba 2011: 166ff.). Sie schreiben ihren Erfahrungen dadurch einen höheren Wert zu und grenzen diese von Massentourismus ab (vgl. Cova/White 2010: 263). Für sie ermögliche Couchsurfing „access to social intimacy and the (usually) unseen cultural; access to realms that are – so the couchsurfers seem to believe – ontologically more ‘real’ than the presumed ‘artifice’ of staged tourism settings“ (Picard/Buchberger 2013: 20). Das Ungesehene wird zum Realen, zum Authentischen erklärt und zugleich deutlich von vermeintlich inszenierten, touristisch erschlossenen Gebieten und Erlebnissen unterschieden. Die Betonung eines solchen Unterschieds hebt auch Germann Molz in einer umfassenden

Studie zu Couchsurfing hervor und stellt diesbezüglich fest: „[Couchsurfers] use terms like ‘insider’, ‘local’, and ‘off the beaten path’ to imagine mobile technologies and social media as facilitating more ‘authentic’, often embodied and emotional, encounters with places and with people“ (Germann Molz 2012a: 127).

Diese Studien zum Verständnis von Authentizität unter Couchsurfer*innen zeigen deutliche Parallelen zu der von MacCannell identifizierten Denkfigur der Vorder- und Hinterbühnen (vgl. Kapitel 3.2). Allerdings erkennen die User*innen der Onlineplattform die Möglichkeiten des Zugangs zu den Hinterbühnen einer Destination primär in einem engen Kontakt zu ihren Gastgeber*innen vor Ort. Damit unterscheiden sie sich von Airbnb-Nutzer*innen, welche den Aufenthalt in der *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit als Zugang zu Vierteln *off the beaten track* beschreiben (vgl. Kapitel 5.1).

Mit dieser veränderten Akzentuierung geht zudem eine starke Fokussierung der Couchsurfer*innen auf emotionale und körperliche Erfahrungen einher. In einem der zwei zuvor angeführten Zitate wird etwa von einem Zugang zu „social intimacy“ gesprochen, den Couchsurfing seinen User*innen eröffne. Dies könnte als Anzeichen einer interpersonellen Authentisierung verstanden werden, da es die Begegnung zwischen Gastgeber*in und Gast ist, welche hier als authentisch gedeutet wird. Inwiefern Authentisierungen in Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus tatsächlich maßgeblich auf Zuschreibungen von Interaktionen als authentisch basieren, wird die Analyse in Kapitel 5.2 offenlegen.

Die Untersuchungen zu Motivationen der Couchsurfer*innen unterscheiden in der Regel nicht zwischen den Rollen von Host und Gast. Es ist unüblich, nur eine der beiden Rollen auszuüben und User*innen wechseln häufig zwischen diesen Rollen (vgl. Germann Molz 2014; O’Regan 2013). Dies war bereits in den einleitenden Worten von Kapitel 6 durch die Bezeichnung „Couchsurfer*innen“ hervorgehoben worden.

Für die Rezeption des Forschungsstandes hat dies folgenden Nachteil: Während im Fall von Airbnb die Literatur zu den User*innen anhand der unterschiedlichen Motivationen von Hosts und Gästen detaillierter beschrieben werden konnte, ist dies für Couchsurfer*innen nicht möglich.

Was sich hingegen auf Basis der Veröffentlichungen hervorheben lässt, ist, dass die hohe Rollenflexibilität selbst während eines Gast-Aufenthaltes ausgeübt wird. Germann Molz (2014) beschreibt dies als „guests without hosts“ und führt aus, dass Couchsurfing die

kategorischen Hierarchien zwischen den Rollen „Gastgeber*in“ und „Gast“ zugunsten eines dynamischeren Rollenverständnisses auflöse. Daraus kann eine Unklarheit in Bezug auf die Anforderungen und Erwartungen an einen Couchsurfing-Host oder -Gast folgen. Eine empirische Studie hat gezeigt, dass es vor allem das Ziehen und Aufzeigen persönlicher Grenzen in der *face-to-face* Interaktion mit anderen Couchsurfer*innen erschwere (vgl. Lampinen 2016). Dies konnte auch im Zuge der (n)ethnographischen Feldforschung beobachtet werden und geht unter anderem in Kapitel 6.2.4 als Vignette einer teilnehmenden Beobachtung in die Analyse ein.

(b) Die zweite thematische Unterkategorie umfasst Arbeiten, die auf die Etablierung von Sicherheit und Vertrauen unter Couchsurfing-User*innen fokussiert sind (vgl. Luo/Zhang 2016; Hung/Wu/Chen 2014). Das Ausüben der Hosting-Tätigkeit konnte hier insofern als wichtiges Instrument identifiziert werden, als es das Vertrauen in die Gesamtheit der User*innen stärkt (vgl. Rosen/Lafontaine/Hendrickson 2011). Dies ist wiederum eine essentielle Bedingung für das Fortbestehen der Onlineplattform (vgl. Kim et al. 2017; Tan 2010). Wie auch im Fall von Airbnb, sind des Weiteren die Onlineprofile und die reziproken Bewertungen¹³² als essentielle Maßnahmen zur Herstellung von Sicherheit und Vertrauen bestimmt (vgl. Mikołajewska-Zajac 2017; Liu/Nie/Li 2016; Ronzhyn 2018, 2013; Bialski/Batorski 2009). Diese dienen User*innen auch als Informationsquellen, um Aufschluss über interessante Aktivitäten und Orte nahe des angegebenen Wohnortes des potenziellen Hosts zu erhalten (vgl. Pultar/Raubal 2009).

Das reziproke Bewertungssystem ähnelt demjenigen bei Airbnb (vgl. Kapitel 5.1): Gastgeber*innen und Gäste können sich gegenseitig für alle anderen User*innen einsehbar bewerten. Zusätzlich räumt Couchsurfing seinen Nutzer*innen die Möglichkeit ein, anderen als sogenannte „Freund*innen“ eine Referenz zu hinterlassen. Sie bewerten sich dann nicht erst nach einem absolvierten Aufenthalt, sondern können sich auch jenseits der Rollen von Host und Gast eine Bewertung schreiben. Dies kann als weiteres Zeichen für die zuvor diskutierte Rollenflexibilität und die Bedeutung der Suche nach Freundschaften mittels Couchsurfing verstanden werden.

¹³² Bevor Couchsurfing International Inc. nach seiner Umwandlung des Geschäftsmodells ein reziprokes Bewertungssystem in seiner Onlineplattform implementierte, gab es ein sogenanntes „Vouching-System“. Über dieses konnten User*innen füreinander bürgen, weswegen es in früheren Studien als zentrales Mittel zur Herstellung von Vertrauen unter Couchsurfer*innen gedeutet worden war (vgl. Lauterbach et al. 2009).

Während sich bezüglich der Motivation der User*innen und der Bedeutung und Herstellung von Sicherheit durchaus ähnliche Ergebnisse wie in den Studien zu Airbnb finden (vgl. Kapitel 5.1), zeigt der dritte Themenblock der Couchsurfing-Literatur ausdrücklich Differenzen zwischen beiden Onlineplattformen auf. Hierunter sind Studien zur Herausbildung und Wahrung von Normen und Wertvorstellungen gefasst.

(c) Normen und Wertvorstellungen nehmen für Couchsurfing deswegen eine derart bedeutende Rolle ein, weil die vermittelten *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten für die Couchsurfer*innen umsonst sind. So beobachtet Germann Molz das Entstehen einer „moral economy“ bei Couchsurfing, welche diese kostenlose Vermittlung und die *face-to-face* Begegnungen von User*innen strukturiert (vgl. Germann Molz 2013: 220).

Es konnte herausgefunden werden, dass die Entstehung und Einhaltung von moralischen Werten durch Couchsurfing-User*innen vor allem mithilfe des reziproken Bewertungssystems vollzogen wird (vgl. Pera 2017; Luo/Huang 2016; Dayter/Rüdiger 2014; Bialski 2012b). Das bedeutet, dass die Ausübung der Rollen von Host und Gast über das Verfassen von Bewertungen kontrolliert wird.

Hervorzuheben ist, dass hierbei insbesondere das nicht-monetäre Revanchieren eines Gastes für den kostenlosen Schlafplatz als ausdrücklich gewünscht identifiziert werden konnte (vgl. Geiger/Horbel/Germelmann 2017). Diese Erwartungshaltung verstößt strenggenommen gegen den offiziellen Couchsurfing-Verhaltenskodex, der jede Art von Gegenleistung für eine *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit explizit ausschließt (vgl. Couchsurfing Policies 2019). Dass dennoch ein Revanchieren erwartet wird, illustriert die hohe Relevanz affektiver Arbeit bei Couchsurfing, da Couchsurfer*innen sich durch gemeinsam unternommene Aktivitäten, Hilfe im Haushalt oder emotional Unterstützung bei ihrem jeweiligen Host erkenntlich zeigen sollen (vgl. Geiger/Horbel/Germelmann 2017: 8).

Das Wissen über angemessene Praktiken und Verhaltensweisen sowie über Tabus, welches mit jeder erhaltenen Bewertung evaluiert und aktualisiert wird, ist als „subkulturelles Kapital“ (vgl. Tan 2013) oder „Netzwerkkapital“ (vgl. Bialski 2012b) beschrieben worden. Die Couchsurfer*innen präsentieren sich dabei in Bezug auf ihre Werte und Normen als eine

relativ homogen Gruppe. Aus diesem Grund ist ihnen mitunter ein kosmopolitisches Weltverständnis attestiert worden (vgl. Buchberger 2013).

Diese Kennzeichnung wurde jedoch ebenfalls kritisch beurteilt. Denn obwohl Couchsurfing User*innen auf der ganzen Welt verzeichnet, stammt der Großteil der Nutzer*innen aus Europa, Nord- und Südamerika sowie Australien (vgl. Picard/Buchberger 2013: 17). Daher seien das kosmopolitische Weltverständnis und die darin begründeten Werte primär durch Nutzer*innen aus westlichen Kulturkreisen bestimmt (vgl. Chen 2013, 2012; Zuev 2013).

Germann Molz weist zudem darauf hin, dass eine aktive Mitgliedschaft bei Couchsurfing an finanzielle Mittel zum Reisen und/oder ausreichend Platz in der eigenen Wohnung für Hosting-Aktivitäten gebunden sei (vgl. Germann Molz 2007: 78f.). Selbst wenn die *peer-to-peer* Unterkünfte kostenlos in Anspruch genommen werden können, ist die Partizipation als Couchsurfer*in demnach durchaus an fundamentale monetäre Bedingungen geknüpft.

Zwei weitere Publikationen decken darüber hinaus auf, dass Nutzer*innen der Onlineplattform trotz der hohen Relevanz von Werten und Normen sexuelle Belästigungen durch andere Nutzer*innen erlebt haben (vgl. Tan 2010; Chen 2017). Dies trifft insbesondere auf weibliche Couchsurferinnen zu. Folglich lässt sich festhalten, dass es –ähnlich wie im Fall von Airbnb – bei der non-monetären Onlineplattform ebenfalls ausgrenzende Faktoren und diskriminierende Praktiken gibt.

Abschließend ist hinsichtlich der Rezeption des Forschungsstandes zu Couchsurfing festzuhalten, dass dieser sich inhaltlich entlang zweier Schwerpunktsetzungen gliedern lässt. Die (1) Klassifizierungen des betreibenden Unternehmens und seiner Onlineplattform haben sich den Besonderheiten der kostenlosen Vermittlung von *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten gewidmet. Couchsurfing International Inc. ist hierbei als *affective enterprise* charakterisiert worden, um die Bedeutung von immaterieller und emotionaler Arbeit unter User*innen der Onlineplattform herauszustreichen. Dies ist auch deswegen relevant, weil in (2) Untersuchungen zu Motivationen, Vertrauen und moralischen Werten unter Couchsurfer*innen eine starke Emphase auf die *face-to-face* Begegnung mit anderen User*innen gelegt worden ist. Zudem hat sich in den Ergebnissen zu Kernmotivationen von Couchsurfer*innen bereits eine hohe Relevanz interpersoneller Authentisierungen angedeutet.

Im anschließenden Kapitel wird dieser Andeutung dezidiert nachgegangen, denn hier stehen die Prozesse der Authentisierungen und deren Autoritäten bei Couchsurfing im Zentrum der Analyse. Es ist im Zuge dessen auch zu prüfen, ob die Unterkunft in dem über Couchsurfing initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus tatsächlich eine derart untergeordnete Rolle spielt wie es der aktuelle Forschungsstand nahelegt. Dies impliziert, dass die Anwendung ortsspezifischer und räumlicher Authentisierungen in Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus ebenfalls analysiert wird.

6.2 Analyse: Dominanz interpersoneller Authentisierungen

Obwohl Couchsurfing International Inc. seine Onlineplattformen weder durch aufwändig produzierte Videos noch durch selbst initiierte Ausstellungen bewirbt, kann ein Unternehmensslogan identifiziert werden. Auf der aktuellen deutschen Startseite der Onlineplattform werden Besucher*innen mit folgender Einladung begrüßt: „Übernachte bei Locals und lerne andere Surfer kennen: Teile authentische Reiseerfahrungen“ (Couchsurfing International Inc. 2020). Das Unternehmen verspricht seinen User*innen, dass die gemeinsam gemachten Erfahrungen mit anderen Couchsurfer*innen (hier als „Surfer*innen“ abgekürzt) authentisch sind. Die Gastgeber*innen werden im Zuge dessen zu Einheimischen, „Locals“, ernannt. Allein die Wahl dieses Slogans erhärtet den bereits im Zuge der Rezeption des Forschungsstandes erhaltenen Eindruck, dass insbesondere *face-to-face* Begegnungen eine hohe Signifikanz für Authentisierungen bei Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus aufweisen (vgl. Kapitel 6.1). Im Verlauf der folgenden vier Unterkapitel wird deutlich herausgearbeitet, inwiefern derartige interpersonelle Authentisierungen tatsächlich durch das Unternehmen, seine Infrastruktur, die Unterkunft selbst sowie die Couchsurfer*innen vorgenommen werden.

Die Darlegung der Ergebnisse aus der (n)ethnographischen Feldforschung zu Couchsurfing folgt derselben Struktur wie die Präsentation und Diskussion der Resultate von Fallbeispiel I. Dies bedeutet, dass in Kapitel 6.2.1 zunächst Couchsurfing International Inc. als mögliche Autorität in Authentisierungsprozessen im Fokus steht. Daran anschließend konzentriert sich Kapitel 6.2.2 auf die Infrastruktur der Onlineplattform, um zu prüfen, inwiefern dieses *hospitality network* ortsspezifische, räumliche und/oder interpersonelle Authentisierungen artikuliert und evoziert. Kapitel 6.2.3 widmet sich hingegen den Vorbereitungen einer Wohnung auf ihre Nutzung als *peer-to-peer* Reiseunterkunft, dies umfasst erneut ihre online Präsentation als auch diejenigen Maßnahmen, die vor der Ankunft eines Couchsurfing-Gastes in der Wohnung durch den Host getroffen werden. Im abschließenden Kapitel 6.2.4 steht schließlich der Gast-Aufenthalt in der Wohnung des Hosts im Mittelpunkt der Analyse.

6.2.1 Couchsurfing International Inc.: „Übernachte bei Locals“

Erneut beginnt die Analyse von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus mit der dezidierten Analyse der Autorität des Unternehmens, welche eine betreffende Onlineplattform betreibt. Denn auch im Fall von Couchsurfing bestimmt die Selbstdarstellung von Couchsurfing International Inc. sowie dessen Inszenierungen seiner Onlineplattform maßgeblich darüber, welche Personen sich als Nutzer*innen registrieren lassen. Wenn im Folgenden die durch das Unternehmen vorgenommenen Zuschreibungen von Authentizität eingehend analysiert werden, wird im Zuge dessen zugleich herausgearbeitet, dass diese auf wesentlich anderen Schwerpunktsetzungen beruhen als dies in Kapitel 5.2.1 für Airbnb Inc. aufgezeigt worden ist. Empirisch fußt die Analyse auf Protokollierungen von Beobachtungen, die im Zuge der (n)ethnographischen Forschung primär in der Rolle der Userin in der Interaktion mit der Webseite gemacht wurden.

Wie in den einleitenden Worten von Kapitel 6.2 bereits dargelegt, wirbt Couchsurfing International Inc. derzeit mit dem Spruch: „Übernachte bei Locals und lerne andere Surfer kennen: Teile authentische Reiseerfahrungen“ (Couchsurfing International Inc. 2020). Um die hieraus abgeleitete Bedeutung interpersoneller Authentisierungen weiter zu prüfen sowie die Relevanz der anderen zwei Arten von Authentisierungen erfassen zu können, ist die Analyse in drei Teile gegliedert. Diese Gliederung orientiert sich dabei an drei Verlinkungen, die von der deutschen Startseite aus erreicht werden können. Hierbei handelt es sich um (1) die vom Unternehmen veröffentlichten Erklärungen zur Nutzung, (2) die allgemeinen Informationen unter „Über uns“ sowie (3) die dort verlinkten Erläuterungen zu den Werten des Unternehmens.¹³³

(1) Erklärungen zur Nutzung – „How Couchsurfing works“

Begonnen wird mit den generellen Erklärungen zur Funktionsweise der Onlineplattform, da das Unternehmen diese direkt auf der Startseite verlinkt. Auffällig ist, dass Texte der verlinkte

¹³³ Keine dieser drei angeführten Webseiten wurde innerhalb des dreijährigen Zeitraums der (n)ethnographischen Feldforschung editiert. Dies bedeutet, sie sind selbst jetzt, zum Zeitpunkt der Verschriftlichung der Forschungsergebnisse, noch immer auf demselben Stand wie im Jahr 2016. Um dies deutlich zu machen, wird in den jeweiligen Quellenangaben auf die aktuelle Version der Webseiten rekuriert. Darüber hinaus können die geschilderten Darstellungen direkt anhand der aktuellen Startseite der Onlineplattform nachvollzogen werden – eine hilfreiche Unterstützung, da die Screenshots der betreffenden Webseite hier nicht integriert werden können (vgl. Kapitel 4.3).

Webseite nicht mehr auf Deutsch, sondern auf Englisch verfasst worden sind (vgl. Couchsurfing Help 2020). Besucher*innen sehen zunächst am oberen Rand der Hilfeseite das Foto eines verschneiten Bergpanoramas. Ein Mensch in Outdoorkleidung, Helm und Schneibrille steht allein, mit dem Rücken zu den Betrachter*innen, mittig im Bild auf der Terrasse einer Berghütte. Er ist auf das hölzerne Geländer gestützt und hat den Blick nach rechts gewendet. Über ihm ist das Couchsurfing-Logo eingeblendet, es trägt die Überschrift „Getting Started“ (vgl. ebd.).

Der Bildinhalt betont folglich eine Aktivität, hier das Ersteigen eines Berges oder das Skifahren, und nicht etwa den Aufenthalt in einer *peer-to-peer* Reiseunterkunft. Zudem ist die fotografierte Person allein, blickt nicht in die Kamera und nimmt keine offensichtlich gestellte Pose ein. Sie scheint einzig durch eine*n Fotografen*in begleitet zu werden und ist im Moment des schweifenden Blickens fotografiert worden. Demnach ist es vorrangig das persönliche Erlebnis dieses Moments, welches hier bildlich inszeniert wird.

Doch der dazugehörige Text weitet diese enge Fokussierung auf den Einzelnen. Gleich der erste Satz unter der Überschrift „How Couchsurfing works“ ist fett markiert und hebt sich dadurch deutlich von den nachfolgenden Sätzen ab:

„You have friends all over the world, you just haven’t met them yet.
Couchsurfing is a service that connects members to a global community of travelers. Use Couchsurfing to find a place to stay or share your home and hometown with travelers“ (ebd.).

Obwohl recht kurz, weisen diese Sätze zusammen mit dem verwendeten Foto eine hohe Signifikanz für die Erörterung der Inszenierung von Authentizität durch Couchsurfing International Inc. auf. Diese gründet auf drei Aspekten.

Erstens, unterstreicht das Bild in der Kombination mit dem ersten deutlich markierten Satz die zuvor gezogenen Schlussfolgerung der besonderen Emphase interpersoneller Authentisierungen seitens des Unternehmens. Während das Foto vorrangig auf die emotionale Ebene des Erlebens eines einzigartigen Momentes abhebt, definiert der einleitende Satz das allgemeine Verhältnis registrierter Couchsurfer*innen zueinander. Das Unternehmen stellt den User*innen seiner Onlineplattform in Aussicht, dass Nutzer*innen sich gegenseitig als Freund*innen verstehen können – obwohl sie sich noch nicht begegnet sind. Die impliziert folglich, dass es Begegnungen mit anderen Couchsurfer*innen ist, welche das Unternehmen hier besonders in Szene setzt. Wie das Bild dabei suggeriert, fokussieren diese Treffen nicht

unbedingt eine *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit, sondern das individuelle Erleben. Couchsurfing International Inc. nutzt hier eine interpersonelle Authentisierung (vgl. Kapitel 3.3), welche dieses Erleben durch das Versprechen des ersten Satzes um die Interaktion mit anderen Couchsurfer*innen erweitert.

Zweitens, fällt auf, dass das Unternehmen seine User*innen als Reisende und nicht etwa als Tourist*innen adressiert. Die getroffene Wahl ist insofern vielsagend, als sie eine klassische Differenzierung innerhalb des Tourismus aufgreift. In der Tourismuswissenschaften und in der Praxis wird die Bezeichnung „Tourist*in“ oftmals zur Diskreditierung eines Reisemodus eingesetzt. Ein eindrückliches Beispiel für eine derartige Abwertung gab bereits der kurze Airbnb-Werbefilm, der Kapitel 5.2.1 analysiert worden ist. Mittels einer empirischen Untersuchung hat Scott McCabe (2005) die Implikationen der Unterscheidung zwischen Reisenden und Tourist*innen eindrücklich herausgearbeitet: „[Travelers] are described as ‘getting off the beaten track’, ‘getting to know the locals’, ‘asking lots of questions’, ‘using local transport’, ‘eating local food’“ (McCabe 2005: 97). Demgegenüber stellten Tourist*innen generalisierend die Negation jedes dieser Kennzeichen dar, weswegen ihre Reise als weniger echt und authentisch beschrieben werde (vgl. ebd.: 98). Eine weitere Studie hebt hervor, dass Langzeitbackpacker*innen das Label „Tourist*in“ aufgrund seiner negativen Konnotation in Selbstbeschreibungen oftmals als Beleidigung verwendeten und daher für sich strikt zurückwiesen (vgl. O’Reilly 2005: 155).

Wenn Couchsurfing International Inc. seine Nutzer*innen als Reisende bezeichnet, kann dies folglich eine Referenz auf ebenjene sprachliche Abgrenzung und ihre Implikationen sein. Analog zu den Umschreibungen von McCabe lässt sich festhalten, dass das Unternehmen mit der Bezeichnung „Reisende“ zugleich einen Anspruch an mögliche Erfahrungen von Authentizität erhebt: Couchsurfing-User*innen seien demnach keine Tourist*innen, die sich mit den Vorderbühnen einer Destination zufrieden gäben. Vielmehr wären sie als Reisende daran interessiert, *off the beaten track* zu gehen, da sie wüssten, dass dort, auf den Hinterbühnen, lokales Alltagsleben erlebt werden könne.

Erneut wird die von MacCannell identifizierte Denkfigur von einem Unternehmen genutzt, um Auf- und Abwertungen im Tourismus vorzunehmen (vgl. Kapitel 3.2). Bedeutsam ist, dass Couchsurfing International Inc. hierbei jedoch nicht primär die Orte fokussiert, sondern stattdessen den Kontakt zu anderen Couchsurfer*innen. Die „global community of travelers“

ist es, die letztendlich in einzelnen *face-to-face* Begegnungen die Hinterbühnen zugänglich werden lassen. Ortsspezifische Authentizität wird hier als Folge des Erlebens interpersoneller Authentizität inszeniert.

Der dritte Aspekt, der die Autorität von Couchsurfing International Inc. im Zuge von Authentisierungen beleuchtet, ist der dritte Satz des angeführten Zitates. Er lautet: „Use Couchsurfing to find a place to stay or share your home and hometown with travelers“ (Couchsurfing Help 2020). Hier werden schließlich die Wohnung und der Wohnort als Zuhause der Gastgeber*innen beschrieben.

Aufgrund der Kennzeichnung als Zuhause proklamiert das Unternehmen, dass zwischen Gastgeber*innen und diesen beiden Wohnorten eine tiefe emotionale, positive Beziehung bestehe (vgl. Kapitel 2.1.5). Dies begründet auch, wieso die Hosts auf der Startseite als „Locals“ bezeichnet worden waren und wieso diese Bezeichnung für den über Couchsurfing initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus eine Inwertsetzung impliziert. Als „Locals“ sind sie Expert*innen ihres Wohnortes. Sie verfügen, dieser Darstellung folgend, über Insiderwissen, welches ausschließlich im Zuge eines regulären Bewohnens angehäuften werden kann – sie wissen, nicht nur, wie Zugang zu den vermeintlichen Hinterbühnen eines Destination zu erreichen ist, sondern ebenfalls, wodurch sich das dort befindliche Alltagsleben auszeichnet. Zudem haben sie eine enge Beziehung zu ihrer Wohnung, da sie diese als Zuhause wahrnehmen. Dies wiederum suggeriert, dass sich hier ein deutlich erkennbares *life narrative* abzeichnet.

Wie auch Airbnb Inc. (vgl. Kapitel 5.2.1), fokussiert Couchsurfing International Inc. den Geltungsbereich seiner Authentisierungen damit auf die Wohnung und ihre Lage. Doch räumliche und ortsspezifische Authentisierungen werden durch das Unternehmen erst als Konsequenz der gemeinsamen Aktivität von Host und Gast dargestellt.

(2) Allgemeine Informationen – „Über uns“

Die vom Unternehmen bereitgestellten generellen Informationen zu seiner Onlineplattform greifen dasselbe Design wie die Erläuterungen der Hilfeseite auf. Sie sind ebenfalls auf Englisch und wiederholen inhaltlich deren Aussagen. Dies geschieht mitunter sogar wörtlich, beispielsweise wenn Couchsurfings Grundfunktion, das Vermitteln von *peer-to-peer*

Unterkünften als Teilen „with strangers (or, as we like to call them, *friends you haven't met yet*)“ (Couchsurfing About 2020; Herv. i. O.) beschrieben wird.

Diese Ähnlichkeiten und Übereinstimmungen sind nicht überraschend, da die Erklärungen zur Funktionsweise ebenso wie die allgemeinen Informationen zum Unternehmen und seiner Onlineplattform den angebotenen Dienst bewerben sollen. Sie sind selbst ohne Registrierung frei zugänglich.

Das Foto der Webseite, die nun nicht mehr „Über uns“, sondern „About us“ heißt, zeigt eine junge Frau in Nahaufnahme, der Hintergrund ist verschwommen (vgl. ebd.). Sie trägt ein goldenes Nasenpiercing, ihre Arme sind bunt tätowiert und ihre hellen Haare fliegen durch die Luft. Es sieht aus, als würde sie während des Tanzes fotografiert worden sein. Über das Bild ist erneut das Couchsurfing-Logo gelegt, darunter steht „Share your life“ (ebd.). Diese Aufforderung wird mithilfe nachfolgender Erklärung ausgeführt: „Couchsurfers share their lives with the people they encounter, fostering cultural exchange and mutual respect“ (ebd.).

Wie auch der Einsatz des Bildes bei „How Couchsurfing works“ zeigt das Foto erneut einen besonders emotionalen Moment. Couchsurfing International Inc. zielt damit wieder auf die Bedeutung der subjektiven Erfahrungen seiner User*innen ab. In dem dazu gehörigen Text legt das Unternehmen dar, dass die Nutzer*innen seiner Onlineplattform enge, vertraute Beziehungen zueinander aufbauen – Beziehungen, in denen sie ihr gesamtes Leben miteinander teilen würden. Dies ähnelt der zuvor behandelten pauschalisierenden Beschreibung von Nutzer*innen als Freund*innen. Durch den Verweis auf die Ermöglichung kulturellen Austausches werden Couchsurfer*innen zudem als Repräsentant*innen eines spezifischen Kulturkreises gekennzeichnet.

Für durch Couchsurfing International Inc. vorgenommene Authentisierungen ist damit zunächst festzuhalten, dass diese sich hier wiederholt auf subjektive Empfindungen und Erlebnisse sowie die Begegnungen zwischen Gastgeber*innen und ihren Gästen stützen. Die allgemeinen Informationen enthalten diesbezüglich weitere Erläuterungen, welche diese beiden Aspekte noch ausführen.

Beispielsweise beschreibt das Unternehmen seine Onlineplattform wie folgt: „With Couchsurfing, you can stay with locals in every country on earth. Travel like a local, stay in someone's home and experience the world in a way money can't buy“ (ebd.). Hier inszeniert

das Unternehmen diejenigen User*innen, die als Gastgeber*innen jemanden bei sich aufnehmen erneut als „Locals“ und als reguläre Bewohner*innen einer Wohnung, die als ein Zuhause wahrgenommen wird. Durch die Übernachtung in einer derartigen *peer-to-peer* Unterkunft können Gäste in deren Alltagsleben eintauchen – das Unternehmen ersetzt die im Tourismus oft zu Werbezwecken aufgegriffene Losung „live like a local“ durch „travel like a local“. Zu Reisen wie Einheimische impliziert, sich an einem Ort sehr genau auszukennen; zu wissen, mit welchen Verkehrsmitteln welches Ziel zu welcher Tageszeit am besten erreicht werden kann.

Couchsurfing International Inc. lässt die Couchsurfing-Gastgeber*innen folglich zu Repräsentant*innen des Lokalen werden, die als solche sie über einen umfangreichen Wissens- und Erfahrungsschatz, wie er im Zuge eines längerfristigen regulären (Be)Wohnens erarbeitet werden kann, verfügen.

Durch die Übernachtung in der Wohnung dieser Gastgeber*innen und den damit einhergehenden Austausch mit diesen, können Gäste, so das Unternehmen, einzigartige Erfahrungen machen – „experience the world in a way money can't buy“. Der Verweis auf die diesbezügliche Wertlosigkeit von Geld hat zweierlei Implikationen. Zum einen betont sie, dass die Vermittlung der *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten bei Couchsurfing kostenlos ist; Gäste zahlen ihren Gastgeber*innen kein Geld.

Zum anderen hebt diese Formulierung hervor, dass den User*innen der Onlineplattform eine besondere Art von Exklusivität zukommt. Sie können Erfahrungen machen, die für Geld nicht zu kaufen sind. Implizit wird damit wieder auf die bereits behandelte Differenz zwischen Reisenden und Tourist*innen rekurriert. Denn während Reisende selbst nach Zugängen zu den Hinterbühnen einer Destination suchen, verweilen Tourist*innen auf den Vorderbühnen und kaufen die für sie erschlossenen und konzipierten Aktivitäten und Erlebnisse (vgl. McCabe 2005). Da die über Couchsurfing initiierten Begegnungen nicht kommerziell begründet sind, leitet das Unternehmen hieraus einen Geltungsanspruch ab, der diese Begegnungen von Couchsurfer*innen als authentisch präsentiert.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass Couchsurfing International Inc. in seinen allgemeinen Informationen vorrangig auf interpersonelle Authentisierungen setzt. Diese begründet es damit, dass es Couchsurfing-Gastgeber*innen als „Locals“ oder Repräsentant*innen des Lokalen inszeniert. Die *face-to-face* Begegnungen mit diesen führen

zu einzigartigen Erlebnissen, die Couchsurfer*innen tief berühren und die sich daher ebenfalls durch eine ihnen eigene Echtheit auszeichnet. Als dritte empirische Quelle werden die vom Unternehmen formulierten Werte eingehender betrachtet.

(3) Couchsurfing-Werte – „Our Values“

Die Webseite, welche über die fünf zentralen Couchsurfing-Werte aufklärt, kann direkt über eine Verlinkung auf der „About us“-Seite erreicht werden. Sie wurde, wie auch die zuvor behandelten Webseiten, innerhalb der dreijährigen Feldforschung nicht editiert, ist auf Englisch verfasst und verfügt über dasselbe Design. Dass Couchsurfing International Inc. Grundüberzeugungen derart explizit formuliert, begründet, weswegen die Ausbildung moralischer Wertvorstellungen einen der drei inhaltlichen Schwerpunktsetzungen in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Couchsurfings User*innen ist (vgl. Kapitel 6.1).

Das eingefügte Bild zeigt hier zwei junge Frauen, die mit Wunderkerzen die beiden Buchstaben „C“ und „S“ als Abkürzung für „Couchsurfing“ in die Luft geschrieben haben. Durch die längere Belichtungszeit, die es bedarf, um diese Buchstaben als solche sichtbar werden zu lassen, sind die beiden Frauen sowie die Straße in der sie sich befinden, unscharf und verschwommen. Über das Foto ist das Couchsurfing-Zeichen gelegt, darüber steht „Our Values“ (Couchsurfing Values 2020).

Wieder fällt auf, dass das Bild nicht etwa im Inneren einer Wohnung aufgenommen worden ist, sondern draußen auf einer Straße. Es ist allerdings das erste der drei Bilder, auf denen zwei Personen abgebildet sind. Keine der beiden ist offensichtlich als Gastgeberin oder Gast zu erkennen. Dies kann als Verweis auf die flachen Hierarchien der Ausübung dieser beiden Rollen gedeutet werden, welche bereits im Literaturüberblick in Kapitel 6.1 angeführt worden waren. Es betont, dass sich beide Couchsurfer*innen in der *face-to-face* Begegnung ebenbürtig sind. Darüber hinaus unterstützt auch diese visuelle Darstellung den Eindruck, dass die *peer-to-peer* Unterkünfte selbst im Zuge der Inszenierung von Authentizität durch Couchsurfing International Inc. eher eine marginale Rolle einnehmen.

Das Unternehmen führt insgesamt fünf Werte auf der Webseite an, die für Couchsurfing International Inc. sowie die Onlineplattform und ihre User*innen charakteristisch seien (vgl.

ebd.). In den Formulierungen dieser Werte lassen sich erneut Artikulationen von Authentisierungen finden. Die fünf Grundüberzeugungen sind:

„1. Share Your Life

Couchsurfing is about sharing your life, your experiences, your journey, your home, your extra almonds or a majestic sunset. [...]

2. Create Connection

[...] Connecting with and accepting the kindness of ‘strangers’ strengthens our faith in each other and helps us all become better people.

3. Offer Kindness

Tolerance, respect and appreciation for differences are embodied in kindness.

4. Stay Curious

We appreciate and share a desire to learn about one another, about the world and about how we can grow as people and become better global citizens through travel.

5. Leave It Better Than You Found It

[...] We’re here to make the world better, to enhance each other’s lives and to become stronger in that purpose by coming together“ (ebd.).

Gemeinsam ergeben diese fünf Werte eine Vision, in denen das Unternehmen die Couchsurfing-User*innen als eine globale Gemeinschaft des Teilens imaginiert, deren Mitglieder sich gegenseitig immersiv an ihrem Leben teilhaben lassen und sich dadurch in Toleranz und Weltoffenheit üben. Couchsurfing wird als Möglichkeit beschrieben, seine User*innen zu respektvollen Weltbürger*innen werden zu lassen, die gemeinsam dazu beitragen, die Welt als Ganzes zu verbessern.

Mit diesen überschwänglich formulierten fünf Grundüberzeugungen schafft das Unternehmen eine Vorgabe, nach der sich die User*innen seiner Onlineplattform als Couchsurfer*innen richten sollen. Diese Vorgabe umfasst ebenso die *face-to-face* Begegnungen, welche über Couchsurfing initiiert werden. Zusammengenommen reflektieren diese fünf Werte sowohl die zuvor behandelten positiven Konnotationen zum Begriff „Reisende“ als auch die Notwendigkeit des Teilens von Erlebnissen. Sie authentisieren die Begegnungen zwischen Couchsurfer*innen, indem sie diese zum Merkmal eines respektvollen, nachhaltigen und bewussten Reisens erklären. Es sind demnach wieder primär interpersonelle Authentisierungen, die das Unternehmen hier artikuliert. Es stellt die Authentizität eines Ortes und die Authentizität einer *peer-to-peer* Unterkunft als Konsequenzen dieser interpersonellen Authentizität dar.

Abschließend kann festgehalten werden, dass sich Couchsurfing International Inc. als Autorität in Authentisierungsprozessen bei Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus vorrangig auf interpersonelle Authentisierungen konzentriert. Dies zeigt eine dezidierte Konzentration auf die Untersuchung der (1) vom Unternehmen veröffentlichten Erklärungen zur Nutzung seiner Onlineplattform, (2) seiner allgemeinen Informationen sowie (3) seiner dargelegten Werte. Jeder dieser drei Quellen verweist auf die Fokussierung von Couchsurfing International Inc. auf interpersonelle Authentisierungen. Die *face-to-face* Begegnungen unter User*innen und die gemeinsam geteilten Erlebnisse werden dabei deswegen als authentisch erklärt, weil sie als einzigartig, echt und emotional inszeniert sind. Das persönliche Empfinden der Couchsurfer*innen wird hierbei ebenfalls in den Fokus gerückt und dient dem Fundieren dieser Art der Authentisierung. Begegnungen und Erlebnisse werden zudem insofern als exklusiv beschrieben, als sie nicht erkaufte und stattdessen an die Registrierung auf der Onlineplattform gebunden sind.

Trotz dieser Konzentration auf interpersonelle Authentisierungen, nimmt Couchsurfing International Inc. ebenfalls ortsspezifische und räumliche Authentisierungen vor. Diese sind der erklärten Authentizität einer Begegnung jedoch nachgestellt, da sie sich erst aus dieser ergeben. Dieser Darstellung folgend, sind die Gastgeber*innen Repräsentant*innen des Lokalen und eröffnen ihren Couchsurfing-Gästen den Zugang zu Vierteln *off the beaten track* und ihrem dort angesiedelten Zuhause.

Für Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus ist diesbezüglich hervorzuheben, dass das Unternehmen als Autorität in der Zuschreibung von Authentizität einen anderen Schwerpunkt setzt als dies für Airbnb Inc. und den über Airbnb initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus festgestellt wurde (vgl. Kapitel 5.2.1). Couchsurfing International Inc. setzt weniger auf ortsspezifische und räumliche Authentisierungen und widmet sich stattdessen denjenigen, die es als ausschlaggebend für diese Arten von Authentisierungen erkennt: die User*innen. Aufbauend auf diesen Ergebnissen kann im nächsten Kapitel geprüft werden, inwiefern diese Art der Zuschreibung von Authentizität in Couchsurfings Infrastrukturen eingeschrieben sind.

6.2.2 Infrastruktur: Persönlicher Fragebogen und „Mein Zuhause“

Die zweite Autorität, die im Zuge der Untersuchung von Authentisierungsprozessen im *peer-to-peer* Wohntourismus zu untersuchen ist, sind die Infrastrukturen einer Onlineplattform (vgl. Kapitel 3.3). Das *hospitality network* von Couchsurfing formuliert die Bedingungen zu denen sich User*innen vernetzen können, es organisiert die Vermittlung von *peer-to-peer* Unterkünften auf der Onlineplattform. Dieses Kapitel wird analysieren, inwiefern es im Zuge dessen Authentisierungen vornimmt. Mit Blick auf die den Authentisierungsprozessen inhärenten Machtverhältnisse (vgl. ebd.), ist dabei ebenfalls offenzulegen, wie infrastrukturelle Authentisierungen zu denen des Unternehmens zu positionieren sind. Wie zuvor gezeigt, authentisiert Couchsurfing International Inc. insbesondere soziale Beziehungen und daraus hervorgehende Erlebnisse (vgl. Kapitel 6.2.1). Daher ist auch zu prüfen, ob Couchsurfings Infrastruktur diese Fokussierung auf interpersonelle Authentisierung unterstützt. Als empirische relevante Quellen für diese Untersuchung haben sich im Zuge der (n)ethnographischen Feldforschung vor allem Notizen der teilnehmenden Beobachtung in der Rolle der Userin sowie das Leitfaden-Interview mit einem Mitarbeiter von Couchsurfing International Inc. erwiesen.

Analog zur Vorgehensweise bei Fallbeispiel I ist die Aufbereitung der Ergebnisse entlang von zwei Aspekten strukturiert. Diese stellen jeweils kennzeichnende Eigenschaften von Infrastrukturen im *peer-to-peer* Wohntourismus dar (vgl. Kapitel 3.1). Es handelt sich um (1) infrastrukturelle Standardisierungen sowie um die (2) imaginierte und tatsächliche Macht der Algorithmen einer Infrastruktur. Anhand dieser zwei Aspekte wird im Folgenden die Autorität von Couchsurfings Infrastruktur in Prozessen der Authentisierung untersucht.

(1) Standardisierungen

Die im *hospitality network* evozierten Standardisierungen werden vornehmlich in Bezug auf ihre Einflussnahme auf die Darstellung der angebotenen *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten bei Couchsurfing erforscht. Denn als Beispiel für eine Onlineplattform des *peer-to-peer* Wohntourismus markiert die Vermittlung von derartigen Übernachtungsmöglichkeiten eine der zentralen Funktionen von Couchsurfing. Wie aufgedeckt werden wird, unterscheiden sich die infrastrukturell vorgenommenen Standardisierungen in der Darstellung einer angebotenen *peer-to-peer* Unterkunft bei

Couchsurfing grundsätzlich von denen, die Airbnbs Infrastruktur etabliert hat (vgl. Kapitel 5.2.2). Aufgrund dieser Unterschiede nimmt Couchsurfings Infrastruktur auch andere Authentisierungen vor als dies für Fallbeispiel I herausgearbeitet wurde. Um diese aufzuzeigen, werden Protokollierungen zur initialen Anmeldung als Couchsurfing-Userin sowie zum allgemeinen Aufbau einer Couchsurfing-Annonce miteinander kombiniert.

Diese Kombination resultiert daraus, dass Couchsurfings *hospitality network* keine Differenzierung zwischen den Inseraten einer *peer-to-peer* Unterkunft und den persönlichen Onlineprofilen von Nutzer*innen vornimmt. Stattdessen sind die Angaben und Bilder der angebotenen Übernachtungsmöglichkeit direkt in das jeweilige Onlineprofil integriert. Über den im Profil enthaltenen Button „Mein Zuhause“ kann das Inserat eingesehen werden.¹³⁴ Diese Art der Strukturierung impliziert unter anderem, dass im Zuge der Registrierung automatisch die potenzielle Bereitschaft, andere Couchsurfing-User*innen bei sich aufzunehmen, angenommen wird.

Aus der durchgeführten (n)ethnographischen Feldforschung findet sich hierzu folgende Notiz aus der Protokollierung der initialen Anmeldung als Userin:

„Nach der Bestätigung meiner Mailadresse wurde ich direkt auf mein neues Profil weitergeleitet. Es erscheint mir sehr voll und unübersichtlich. Mir fällt auf, dass die Option ‚Nimmt vielleicht Gäste auf‘ bereits vorausgewählt ist. Im Registrierungsprozess wurde ich hierzu nicht befragt“ (Feldnotiz, August 2016).

Die hier erwähnte Bestätigung der E-Mail-Adresse ist primär im Hinblick auf die Herstellung von Sicherheit und Vertrauen zu diskutieren (vgl. Kapitel 6.1), sie betrifft die infrastrukturelle Standardisierung der inserierten Reiseunterkünfte damit nicht direkt. Relevant ist hingegen die direkt durch die Infrastruktur festgelegte Vorauswahl der bedingten Bereitschaft, anderen Couchsurfer*innen eine *peer-to-peer* Reiseunterkunft anzubieten. Die Option „Nimmt vielleicht Gäste auf“ ist als Standard bestimmt, der für jede neue Registrierung greift. Ist ein Onlineprofil angemeldet, ist es möglich, diese automatisierte Vorauswahl zu ändern. Weitere Optionen sind dann die generelle Akzeptanz oder Ablehnung von Gästen („Nimmt Gäste auf“/ „Nimmt keine Gäste auf“) sowie ein Interesse an Treffen („Interessiert an Treffen“).

Im Gegensatz zu Fallbeispiel I, bei dem User*innen ihr Airbnb-Onlineprofil ausschließlich in der Rolle des Gates initial einrichten können, werden Couchsurfer*innen infrastrukturell

¹³⁴ Aufbau und Struktur des Inserates „Mein Zuhause“ werden im weiteren Verlauf dieses Kapitels noch eingehender hinsichtlich infrastruktureller Standardisierungen diskutiert werden.

bereits während ihrer Registrierung zu potenziellen Gastgeber*innen ernannt. Zudem ist ihr Inserat Teil ihres persönlichen Onlineprofils und nicht etwa umgekehrt. Für die Frage nach möglichen infrastrukturell vorgenommenen Authentisierungen ist dies zunächst als eine Unterstützung der unternehmerisch zugeschriebenen interpersonellen Authentizität zu werten (vgl. Kapitel 6.2.1): Nicht die *peer-to-peer* Unterkunft wird akzentuiert, sondern es sind die Couchsurfer*innen, welche infrastrukturell deutlich in den Vordergrund geschoben werden. Dass User*innen zugleich automatisiert zu Gastgeber*innen werden, stützt die interpersonelle Authentisierung des Unternehmens ebenfalls. Da jede*r sofort – ohne besondere Anforderungen an die Wohnung – andere Couchsurfer*innen bei sich aufnehmen kann, eröffnet sich für jede*n die Chance auf die versprochenen authentischen Erlebnisse.¹³⁵

Diese Argumentation lässt sich noch weiter erhärten. Neben der infrastrukturell getroffenen Vorauswahl führt die zitierte Notiz zudem eine Unübersichtlichkeit des Onlineprofils an. Diese ist das Resultat aus der Menge der optional anzugebenden Informationen, denn die während der Einrichtung eines Couchsurfing-Profiles können angehende User*innen einen persönlichen Fragebogen mit umfassenden Informationen ausfüllen.

Der Fragebogen umfasst insgesamt neun Fragen, die überwiegend als Freitext und ohne angezeigte Maximalzahl von verwendbaren Wörtern beantwortet werden können. Dadurch ist es möglich, nur sehr knapp und etwa in einigen Stichworten oder sehr ausführlich in ganzen Sätzen zu antworten. Es ist zudem möglich, Fragen auszulassen. Im ersten Textfeld, „Über mich“, können User*innen sich selbst beschreiben. Danach folgen Freitextfelder zu „Warum ich bei Couchsurfing bin“; zu musikalischen, literarischen und filmischen Präferenzen; zu einer „tolle[n] Erfahrung, die ich gemacht habe“; zu „Lehren, lernen, teilen“; und zu „Was ich mit Gastgebern teilen kann“. Zusätzlich gibt es drei Fragen, die anhand von Tags beantwortet werden. Diese umfassen persönliche Interessen, bereiste Länder und „Länder, in denen ich gelebt habe“.

Während der Registrierung misst eine integrierte Anzeige in Prozent, wie viele dieser Fragen beantwortet worden sind. Wird keine der Fragen beantwortet, wird ein Onlineprofil als zu 15% vervollständigt angegeben. Den angehenden User*innen wird erläutert, inwiefern welche

¹³⁵ Dies illustrieren auch die weiteren Optionen, die bezüglich der Hosting-Bereitschaft ausgewählt werden können, an. Die Möglichkeit, per se keine Gäste bei sich aufzunehmen, sowie die Option, an Treffen mit anderen Couchsurfer*innen interessiert zu sein, schließen beide die Übernachtung eines Gastes in der eigenen Wohnung aus. Für die Frage nach infrastrukturell vorgenommenen Authentisierungen ist dies daher als eine weitere Akzentuierung interpersoneller Authentisierungen bei Couchsurfing zu beurteilen.

Informationen den Prozentsatz der Vollständigkeit beeinflussen. Im Feldtagebuch steht diesbezüglich: „Die Verknüpfung des Accounts mit dem Facebook-Profil wird beispielsweise mit 35% belohnt, die Selbstbeschreibung zu ‚Über mich‘ bringt hingegen nur 5%“ (Feldnotiz, August 2016). Die Aufschlüsselung, welche Informationen die Vollständigkeit des Profils wie stark beeinflussen, wirkte zusammen mit der Einblendung der aktuellen Status-Anzeige motivierend – ich wollte in kurzer Zeit ein möglichst vollständiges Profil erreichen.

Die starke Emphase, die Couchsurfings Infrastruktur auf die Vervollständigung eines Profils legt sowie die im Fragebogen aufgenommenen Fragen spiegeln die unternehmerische Inszenierung von Authentizität als primär interpersonell wider (vgl. Kapitel 6.2.1). Für das gemeinsame Erleben von authentischen Momenten ist die jeweilige Persönlichkeit der angehenden Couchsurfer*innen relevanter als die von ihnen angebotene *peer-to-peer* Unterkunft. Die Fragen reflektieren zudem mitunter die vom Unternehmen formulierten Werte (vgl. ebd.), da sie das Teilen von Wissen und Erfahrungen sowie Reiseaktivitäten hervorheben. Die Authentisierung von Couchsurfings Infrastruktur steht, den bisherigen Ergebnissen nach zu urteilen, im Einklang mit den unternehmerischem Fokus auf der Inszenierung von interpersoneller Authentizität.

Wie bereits angeführt, ist das Inserat der *peer-to-peer* Unterkunft Teil des persönlichen Onlineprofils. Es ist durch einen Klick auf „Mein Zuhause“ zu erreichen, die sich dadurch öffnende Ansicht bleibt in das Onlineprofil integriert. Bevor auf die algorithmische Macht und die darüber artikulierten Authentisierungen der Infrastruktur eingegangen wird, stehen die Standardisierungen dieses Inserates im Fokus.

Zunächst ist die Wahl der Bezeichnung der anzubietenden *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit als „Zuhause“ hervorzuheben. Jede Wohnung der Nutzer*innen wird durch diese infrastrukturelle Standardisierung direkt als deren Zuhause präsentiert. Wie im Zuge der Erarbeitung der Grundlagen einer Soziologie des Wohnens aufgezeigt worden ist, zeichnet sich die Wohnung als Zuhause über eine tiefe emotionale Verbundenheit der Bewohner*innen mit diesem Wohnort aus (vgl. Kapitel 2.1.5). Interessant ist dies, weil bereits in der Untersuchung der Außen- und Selbstdarstellung von Couchsurfing International Inc. aufgezeigt worden war, dass die Rahmung der *peer-to-peer* Unterkünfte als Zuhause mit räumlichen Authentisierungen verbunden ist (vgl. Kapitel 6.2.1). Die infrastrukturell gesetzte Bezeichnung der Unterkunft als Zuhause rekuriert auf ebenjene Verbindung. Die *peer-to-*

peer Übernachtungsmöglichkeit wird als Ort inszeniert, zu dem die betreffenden Hosts als reguläre Bewohner*innen eine tiefe emotionale Verbundenheit pflegen und ebenjene Verbundenheit wird authentisiert. Couchsurfings Infrastruktur folgt dabei der durch das Unternehmen vorgenommenen Zuschreibung räumlicher Authentizität, da sie aufgrund der Einbettung des Inserates in das Onlineprofil ihre hauptsächliche Betonung auf die Gastgeber*innen legt. Es ist nicht die Wohnung, die anhand von persönlichen Spuren des (Be)Wohnens als authentisch inszeniert wird, sondern es ist die Beziehung der Gastgeber*innen zu ihrer Wohnung, welche die Wohnung authentisiert.

Couchsurfing-User*innen können ausführliche Angaben zu ihrem „Zuhause“ machen. Zunächst werden organisatorische Informationen abgefragt. Beispielsweise ist anzugeben, wie viele Gäste aufgenommen werden können oder ob kurzfristige Anfragen möglich sind. Des Weiteren ist etwa anzugeben, ob die *peer-to-peer* Unterkunft etwa rollstuhlgerecht ist oder ob Rauchen in der Wohnung erlaubt ist. Danach folgt die konkrete Beschreibung der zur Verfügung stehenden Reiseunterkunft. In ihren Grundzügen ähnelt sie der detailreichen Beschreibung, welche bei Fallbeispiel I als eins von zwei wesentlichen Elementen der infrastrukturellen Standardisierung bestimmt worden ist (vgl. Kapitel 5.2.2).

Zunächst müssen Couchsurfer*innen auswählen, welche Art von *peer-to-peer* Unterkunft sie ihren Gäste zur Verfügung stellen können. Es gibt insgesamt vier Optionen: die „geteilte Schlaffläche“, ein „geteiltes Zimmer“, einen „Gemeinschaftsraum“ oder ein „eigenes Zimmer“. Nutzer*innen haben sodann die Möglichkeit, die ausgewählte Option noch eingehender zu beschreiben sowie in einem eigens dafür vorgesehenen Textfeld gegebenenfalls darüber aufzuklären, ob sie sich die Wohnung mit Mitbewohner*innen teilen. Anschließend werden Informationen zur Anbindung der Unterkunft an den öffentlichen Nahverkehr gefordert und User*innen können weitere relevante Aspekte ihrer angebotenen *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit anzuführen. Das zu jedem dieser Angaben zugehörige Textfeld enthält keine Anzeige zu Beschränkungen der Zeichen- oder Wortanzahl, auch passt es sich während des Schreibens dem verfassten Text an.

Das Hochladen von Bildern ist möglich, aber es ist optional. Ein Profil, welches als 100% vollständig angezeigt wird, muss daher nicht zwingend Bilder des „Zuhause“ enthalten.

Couchsurfings Infrastruktur nimmt wenig strikte Standardisierungen in Bezug auf die Inszenierung einer Unterkunft vor. Couchsurfing-Gastgeber*innen können zwar durchaus konkrete Zugangsbeschränkungen zu ihrer Wohnung festlegen, wie etwa durch die Angabe zu maximaler Gastanzahl, doch liegt die hauptsächliche Betonung auf der eigenen Beschreibung der angebotenen *peer-to-peer* Unterkunft. Dabei sind die infrastrukturell vorgegebenen Auswahlmöglichkeiten zur Art der Übernachtungsmöglichkeit besonders hervorzuheben. Couchsurfing-User*innen können selbst eine „geteilte Schlaffläche“ als Schlafgelegenheit für andere anbieten. Damit sind die Voraussetzungen der Host-Tätigkeit sehr niedrigschwellig, wodurch die automatisiert getroffene Vorauswahl „Nimmt vielleicht Gäste auf“ noch nachvollziehbarer wird. Diese geringen Voraussetzungen sprechen erneut für die ausdrückliche Betonung der Ermöglichung von *face-to-face* Begegnungen unter User*innen. Sie wird infrastrukturell durch fehlende vorgeschriebene Anforderungen an eine *peer-to-peer* Unterkunft bei Couchsurfing unterstützt.

Dies stellen deutliche Unterschiede zu den in Kapitel 5.2.2 aufgedeckten infrastrukturellen Standardisierungen von Fallbeispiel I dar. Zum einen, macht Airbnbs Infrastruktur es möglich, ebenfalls Zimmer klassischer Behebungsbetriebe, wie etwa kleinerer Hotels zu inserieren. Derartige professionalisierte *peer-to-peer* Unterkünfte schließt Couchsurfings Infrastruktur kategorisch aus, da Gäste ihren Aufenthalt dort monetär abgelden müssten. Zum anderen fehlt bei Couchsurfing ebenso die Option, die gesamte Wohnung als Übernachtungsmöglichkeit zu inserieren. Es gibt stattdessen ein eigenes Textfeld für Angaben über möglicherweise vorhandene Mitbewohner*innen. Dadurch unterstützt Couchsurfings Infrastruktur *face-to-face* Begegnungen von User*innen; Gastgeber*innen sind grundsätzlich während des Gast-Aufenthaltes anwesend.

Ein dritter Unterschied ist der infrastrukturelle Umgang mit Fotos der *peer-to-peer* Unterkünfte bei Couchsurfing und Airbnb. Im Fall von Airbnb stellen die Bilder der angebotenen Unterkunft, neben der detailreichen Beschreibung, ein Kernelement des Inserates dar (vgl. Kapitel 5.2.2). Demgegenüber kann sich das Inserieren einer *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit bei Couchsurfing ausschließlich auf die schriftliche Erläuterung der Schlafgelegenheit konzentrieren. Fotos sind nicht obligatorisch.

Zusammengenommen verdeutlichen diese drei Unterschiede, dass Couchsurfings Infrastruktur die Bedingungen der durch das Unternehmen artikulierten interpersonellen Authentizität

fördern (vgl. Kapitel 6.2.1). Die kostenlos initiierten Begegnungen werden durch die Anwesenheit des Hosts während des Gast-Aufenthaltes infrastrukturell garantiert. Dies begünstigt diejenigen Momente und gemeinsamen Erfahrungen, die Couchsurfing International Inc. als Bedingungen interpersoneller Authentizität erhebt. Durch das optionale Hochladen von Fotos wird die *peer-to-peer* Unterkunft hierbei nicht notwendigerweise anhand eines dort eingeschriebenen, visuell erkennbaren *life narratives* authentisiert. Couchsurfings Infrastruktur konzentriert räumliche Authentisierungen damit primär auf schriftliche Darstellungen im Inserat und nicht auf visuelle Repräsentationen.

Die infrastrukturellen Standardisierungen stehen demzufolge im Einklang mit den unternehmerischen Zuschreibungen von Authentizität als Eigenschaften geteilter Erfahrungen zwischen Couchsurfer*innen. Sie unterstützten diese interpersonellen Authentisierungen.

(2) Algorithmische Macht

Das Evozieren von Standards hängt eng mit der imaginierten und tatsächlichen Macht der implementierten Algorithmen von Couchsurfings *hospitality network* zusammen. Diese Macht markiert den zweiten Aspekt, dessen Untersuchung Aufschluss über die Autorität der Infrastruktur von Couchsurfing hinsichtlich der Prozesse der Authentisierung gibt. Sie wird zunächst in ihrer Ausprägung als imaginierte Macht und sodann in ihrer Eigenschaft als tatsächliche algorithmische Macht behandelt.

Während der drei Jahre andauernden (n)ethnographischen Feldforschung wurde das Wirken von Couchsurfings Such- und Filteralgorithmen unter User*innen nicht thematisiert. Weder in den Gesprächen während der teilnehmenden Beobachtungen in den Rollen von Gastgeberin und Gast noch im Rahmen der leitfadengestützten Interviews haben sich Couchsurfer*innen zur (Un)Sichtbarkeit ihrer eigenen Profilen geäußert und Vermutungen über die zentralen Parameter algorithmischer Kontrolle angestellt.

Dies bedeutet keinesfalls, dass die imaginierte Macht der Filter- und Sortieralgorithmen in Couchsurfings *hospitality network* keine Relevanz aufweist. Es weist lediglich darauf hin, dass sie während der Feldforschung kein prominentes Thema ausmachte. Dies wird dadurch verdeutlicht, dass die imaginierte Macht der Algorithmen bei Couchsurfing in der Vergangenheit durchaus bereits unter User*innen diskutiert worden ist.

Seit Couchsurfing International Inc. im Anschluss seiner neuen Lizenzierung zu einer „B Corporation“ begann, die Such- und Filteralgorithmen seiner Onlineplattform umfassend zu modifizieren, sind die damit einhergehenden Konsequenzen unter den betroffenen User*innen ein vieldiskutiertes Thema. Die ersten Veränderungen wurden im Jahr 2012 vorgenommen und bezogen sich damals, wie die Soziologin Germann Molz in einer empirischen Studie zu Couchsurfing erläutert, auf die stärkere Gewichtung von neu eingerichteten Profilen:

„Originally designed so that long-time members with established reputations in the community would rank higher than new or inactive members, the search algorithm has since been revised to boost the rankings of eager but inexperienced hosts on the results list“ (Germann Molz 2013: 220).

Die Auswirkungen dieser ersten großen Veränderungen zeichnen sich tatsächlich noch immer ab. Während der (n)ethnographischen Feldforschung wurden Onlineprofile, deren Besitzer*innen sich vor über einem Jahr das letzte Mal eingeloggt haben, mitunter höher platziert als diejenigen kürzlich aktiver Nutzer*innen.¹³⁶ Seit dieser veränderten Programmierung der Such- und Filteralgorithmen tauschen Couchsurfer*innen Annahmen über deren Wirkungsweise auf Onlineforen wie Reddit (www.reddit.com) aus – vor allem indem sie diese kritisieren (vgl. u.a. Reddit Autor*innen 2018, 2015, 2014).

Dass derartige Diskussionen und Vermutungen nicht im Rahmen der durchgeführten Feldforschung protokolliert wurden, kann darauf zurückgeführt werden, dass die angetroffenen Couchsurfer*innen die Wirkungsweise der Algorithmen derart verinnerlicht haben, dass sie ihnen selbst bei Änderungen selbstverständlich erscheint. Diese Selbstverständlichkeit ist in Kapitel 3.1, der Charakterisierung der *hospitality networks* als Infrastrukturen, bereits herausgearbeitet worden: Nutzer*innen einer Infrastruktur haben deren Wirkungsweise und die damit einhergehenden Implikationen durch ihre Mitgliedschaft in der betreffenden Praxisgemeinschaft als natürlich erlernt – sie sind ihnen nicht bewusst.

¹³⁶ An dieser Stelle könnte kritisch angemerkt werden, dass diese Art der Sortierung und Integration von Onlineprofilen in der Praxis nicht unbedingt zielführend ist. Denn wenn der Zweck der Onlineplattform darin besteht, Couchsurfer*innen bei der Suche nach einer *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit zu unterstützen, scheint es diesem Zweck nicht dienlich, wenn Profile mit mehrjähriger Inaktivität angezeigt werden. Dass Couchsurfings Infrastruktur dies dennoch tut, kann als ein anschauliches Beispiel für die in Kapitel 3.1 angeführten Machtpositionen innerhalb einer Praxisgemeinschaft herangezogen werden. Hier war dem Unternehmen als Betreiber einer Infrastruktur eine deutlich größere Macht als den jeweiligen Nutzer*innen zugeschrieben worden. Dies führt in dem gegebenen Beispiel dazu, dass die Couchsurfer*innen eine Infrastruktur nutzen, welche nicht unbedingt entlang ihrer eigenen Bedürfnisse programmiert worden ist.

Solange Modifikationen an Couchsurfings Algorithmen sich nicht grundlegend auf die eigene Nutzung der Infrastruktur auswirken, werden sie nicht wahrgenommen.

Dass die Modifikationen nicht bewusst wahrgenommen wurden, ist wiederum auf die kostenlose Vermittlung von *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten durch Couchsurfing zurückzuführen. Dies ergibt sich aus dem direkten Vergleich mit Fallbeispiel I, wo Annahmen über das Funktionieren der Such- und Filteralgorithmen vor allem unter Airbnb-Gastgeber*innen als prominent und verbreitet identifiziert worden sind (vgl. Kapitel 5.2.2). Bei Airbnb beeinflussen algorithmische Veränderungen direkt die Höhe der Einnahmen, welche Hosts durch die *peer-to-peer* Kurzzeitvermietung erzielen. Aus diesem Grund ist das angenommene Wissen über die Herstellung von (Un)Sichtbarkeiten essentiell, wenn Gastgeber*innen möglichst viel Umsatz erzielen wollen.

Hinsichtlich der imaginierten algorithmischen Kontrolle kann Couchsurfings Infrastruktur als Autorität in Authentisierungsprozessen folglich nicht auf Grundlage des gesammelten empirischen Materials bestimmt werden. Allerdings liefert das Leitfaden-Interview mit einem Couchsurfer, der zugleich Mitarbeiter von Couchsurfing International Inc. ist, wichtige Hinweise auf die tatsächliche Macht der algorithmische Regulation von (Un)Sichtbarkeiten. Als dieser Couchsurfer über seinen Arbeitgeber reflektiert, zählt er einen entscheidenden Nachteil der algorithmischen Kontrolle auf:

„So one side effect when you work, working in Couchsurfing is that I sign on to the app every day. Like ((this morning)), I was changing stuff, or looking at stuff, so now my log, like my log on rate is really high. [...] So I'm like really high up in the host algorithm now which is obnoxious 'cause now I get a bazillion requests. So like this is bad, but I have like six requests right now that I haven't responded to“ (32_Russel: #00:16:48-1#-#00:16:58-7#).

Er erläutert, dass sein Onlineprofil aufgrund seiner regelmäßigen Anmeldungen stets auf eine der vorderen Platzierungen der Suchergebnisse gesetzt werde. Dies führe dazu, dass er täglich von mehreren Couchsurfer*innen als Host angefragt wird, was er als unangenehm empfindet, da er es nicht immer schafft, sämtliche Anfragen auch zu beantworten. Da er Mitarbeiter von Couchsurfing International Inc. ist, liegt es nah, dass der interviewte Couchsurfer zumindest partiell weiß, wie die Algorithmen der Onlineplattform (Un)Sichtbarkeiten herstellen. Diese Annahme wird vor allem im weiteren Verlauf des Interviews fundiert, der User über die Tätigkeitsinhalte seiner Arbeitsstelle berichtet. Hier erklärt er, dass zwischen der Anzahl von Suchanfragen und der Anzahl tatsächlicher Kontaktaufnahmen zu potenziellen Hosts eine

enorme Kluft läge (vgl. 32_Russel: #00:45:47-8#) und dass eine seiner Aufgaben darin bestehe, ebene Kluft schmaler werden zu lassen.

Für die tatsächliche Macht der Algorithmen bei Couchsurfing ist daher festzuhalten, dass die (Un)Sichtbarkeit des eigenen Profils durch den Zeitpunkt der letzten Anmeldung beeinflusst wird. Obwohl das *hospitality network* diesen zu einem wichtigen Parameter seines Sortieralgorithmus erhoben hat, resultieren hieraus nicht dieselben Konsequenzen wie für Fallbeispiel I. Bei Airbnb führt ein regelmäßiges Aufrufen des Inserates sowie dessen Aktualisierung zu einer höheren Sichtbarkeit, das Unterlassen dieses resultiert in einer schlechteren Platzierung (vgl. Kapitel 5.2.2). Besonders eindrücklich konnte dies am Beispiel des Superhost-Status gezeigt werden. Wenngleich die Einlograte bei Couchsurfing auch eine signifikante Determinante der tatsächlichen algorithmischen Kontrolle ist, muss die daraus resultierende Macht als weniger stark bewertet werden.

Selbst der Couchsurfer und Mitarbeiter von Couchsurfing International Inc. misst den Einflussnahmen der Filter- und Suchalgorithmus grundsätzlich einen beiläufigen Stellenwert zu. In der Reflexion zu seiner Aufgabe, die Kluft zwischen Suchanfragen und der Anzahl tatsächlicher Kontaktaufnahmen zu verringern, führt er aus:

„[...] I'll give a little bit of a defense, but there's like this gap which exists, because some people just aren't ready to send a request. [...] So like, like I'm thinking like how can we make that smaller? Like changing the algorithm of how you find hosts? That could maybe help a little bit. [...] Some people, I think, just aren't mentally there where they are like, 'I'm willing to put myself out' yet or like, 'I'm not totally (bought) into the system or the safety of it or this type of lifestyle choice,' I don't know, I really don't know“ (32_Russel: #00:46:06-1#-#00:46:49-4#).

Zwar räumt er ein, dass eine weitere Modifikation der Algorithmen durchaus zielführend sein könnten, doch relativiert er deren möglichen Auswirkungen sogleich. Stattdessen sieht er die Couchsurfing-User*innen selbst in der Verantwortung. Aus seiner Perspektive handelt es sich folglich weniger um ein technisch lösbares Problem, als vielmehr um ein persönliches Problem von betroffenen User*innen. Wenn Nutzer*innen keinem Host eine Anfrage für eine *peer-to-peer* Übernachtungsgelegenheit schickten, dann seien sie seiner Meinung nach noch nicht bereit, um sich auf Couchsurfing als Onlineplattform einzulassen.

Da Couchsurfing International Inc. selbst keine offiziellen Erklärungen zu entscheidenden Parametern seiner Algorithmen veröffentlicht hat, muss sich die Einordnung der tatsächlichen

Macht der Kontrolle von (Un)Sichtbarkeiten auf die Aussagen des interviewten Mitarbeiters konzentrieren. Couchsurfings Infrastrukturen orientieren sich für die Ausübung dieser Kontrolle demnach vor allem an dem letzten Zeitpunkt einer Anmeldung von User*innen. Je kürzer dieser zurück liegt, desto höher werden deren Onlineprofile in den Suchergebnissen platziert. Dies ist erneut als Unterstützung der durch das Unternehmen vorgenommenen Authentisierung von Begegnungen zu werten. Es folgt der zugrundeliegenden Logik, dass Nutzer*innen, die sich erst kürzlich eingeloggt haben, derzeit auf der Suche nach Treffen und Austausch mit anderen Nutzer*innen sind. Aus diesem Grund fördert Couchsurfings Infrastruktur das Zustandekommen von *face-to-face* Begegnungen sowie das damit potenziell einhergehende gemeinsame Erleben von besonderen Momenten zwischen Couchsurfer*innen.

Abschließend sind folgende Ergebnisse für die Untersuchung der infrastrukturellen Autorität in Prozessen der Authentisierung in Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus festzuhalten. Die Infrastruktur der Onlineplattform operiert im Einklang mit dem Fokus auf interpersonelle Authentisierungen, den das Unternehmen setzt. Standardisierungen und algorithmische Macht fördern demnach Aspekte, die für die Ermöglichung von *face-to-face* Begegnungen zwischen Couchsurfer*innen besonders entscheidend sind. Räumliche Authentisierungen werden infrastrukturell durch die Standardisierungen beim Inserieren einer *peer-to-peer* Unterkunft vorgenommen und fußen auf der Darstellung der Unterkunft als Zuhause der Gastgeber*innen. Dadurch ist die erklärte räumliche Authentizität der *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit ein Resultat der engen Beziehung zwischen regulären Bewohner*innen und Wohnung und wird infrastrukturell nicht über den Verweis auf die dort befindlichen Spuren des (Be)Wohnens fundiert.

Couchsurfings *hospitality network* ist als Infrastruktur des hierüber vermittelten *peer-to-peer* Wohntourismus folglich darauf ausgelegt, vorrangig die Ermöglichung der interpersonelle Authentisierung, welche das Unternehmen vorgenommen hat, zu unterstützen. Eine Diskrepanz zwischen Authentisierungen von Unternehmen und Infrastruktur, wie sie im Fall von Airbnb identifiziert worden ist, kann für Couchsurfing nicht festgestellt werden.

6.2.3 Vorbereitung der Unterkunft: „You can't expect it to be like a hotel“

Im dritten Kapitel der Analyse von Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus entlang der Untersuchung relevanter Autoritäten in dortigen Authentisierungsprozessen steht die *peer-to-peer* Unterkunft im Mittelpunkt. Zuvor ist bereits herausgearbeitet worden, dass Couchsurfing International Inc. primär interpersonelle Authentisierungen vornimmt und diese maßgeblich durch das *hospitality network* unterstützt werden. Als wichtiger Moment für die Erforschung der Autorität der *peer-to-peer* Unterkunft ist, analog zu Fallbeispiel I, der Moment ihrer Vorbereitung auf diese Nutzung bestimmt worden. Daher wird zunächst die (1) online Präsentation einer Unterkunft bei Couchsurfing geprüft. Diese konzentriert sich, anders als das vorherige Kapitel, nicht auf die infrastrukturellen Standardisierungen, sondern auf Aspekte, die Couchsurfer*innen diesbezüglich als ausschlaggebend erachten. Zudem wird untersucht, (2) wie Couchsurfing-Gastgeber*innen ihre jeweiligen Wohnung konkret vorbereiten, wenn sie Gäste erwarten.

Als relevantes empirisches Material haben sich für diese zweigegliederte Untersuchung vornehmlich die leitfadengestützten Interviews erwiesen. Sie werden mitunter durch Protokollierungen teilnehmender Beobachtungen in der Rolle der Userin ergänzt. Zudem wird eine (n)ethnographische Vignette angeführt, welche die durchgeführten Maßnahmen der Vorbereitung der eigenen Wohnung auf die Ankunft eines Couchsurfing-Gastes beschreibt.

(1) Online Präsentation der *peer-to-peer* Unterkunft

Wie den Erläuterungen zur Konzeption des Leitfadens zu entnehmen, wurden Airbnb- und Couchsurfing-User*innen grundsätzlich dieselben Fragen gestellt (vgl. Kapitel 4.2.2). Daraus folgt, dass interviewte Couchsurfer*innen ebenfalls danach gefragt worden sind, woran sie ein gutes Inserat erkennen würden. Um hierbei die infrastrukturellen Standardisierungen bei Couchsurfing, das bedeutet die Integration des Inserates in das persönliche Onlineprofil, zu berücksichtigen, wurde die Frage leicht angepasst. Es ist gefragt worden, welche Informationen ein Onlineprofil enthalten müsse, damit sie als Couchsurfing-Gäste hier eine *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit anfragen würden.

Eine Couchsurferin, die das Netzwerk während einer Weltreise intensiv als Gast genutzt hat, beantwortet diese Frage wie folgt:

„What data points would I consider before I send a request? Hmm. For me, I prefer to stay with either couples or families or single women. And I look for, I prefer to stay in a room rather than on a couch just because it's more comfortable for me and it's like, I don't really do it for money purposes, so [...] I like to have, you know, be a little more comfortable. I look for good references and [...] I look at their interests and their pictures to, to look for a level of [...] dynamism, like someone that has something interesting or unique potentially with their personality or their, just like interesting job, something that I feel, I could learn from and that, or shared interests ... Yah, that's kind of what I look for“ (34_Melinda: #00:26:29-8#).

Die Couchsurfing-Userin zählt insgesamt vier Kriterien auf, anhand derer sie prüft, ob sie eine Unterkunft bei einem Host anfragt. Abgesehen davon, dass sie aus Gründen des Komforts ein eigenes Zimmer als Schlafgelegenheit vorzieht, beziehen sich diese Kriterien sämtlich auf persönliche Angaben der Gastgeber*innen sowie deren erhaltenen Bewertungen. Die Entscheidung für oder gegen eine spezifische *peer-to-peer* Unterkunft trifft sie demnach nicht auf Basis der Einrichtung oder Ausstattung dieser. Stattdessen konzentriert sie sich besonders stark auf die Informationen zu ihrem potenziellen Host.

Hervorzuheben ist diesbezüglich die Suche nach Merkmalen, anhand derer die Couchsurferin auf eine für sie interessante Persönlichkeit der Gastgeber*innen schließt. Hierbei kann es sich beispielsweise um besondere Eigenschaften, von denen sie etwas lernen kann, handeln oder um gemeinsamen Interessen.

Eine derartige Konzentration auf die Ermittlung der Persönlichkeit der Couchsurfer*innen anhand der online verfügbaren Informationen vor dem Versuch der Initiierung einer *face-to-face* Begegnung findet sich ebenfalls in den Antworten von Couchsurfer*innen wieder, welche die Onlineplattform vornehmlich als Hosts nutzen (vgl. 32_Russel: #00:16:26-6#; 33_Jay: #00:06:27-8#; 38_Tim: #00:05:19-8#). Eine Couchsurferin, die zum Zeitpunkt des Interviews mehr als fünfzig Bewertungen von Gästen auf ihrem Profil hat, erklärt ihr Vorgehen bei eingehenden Hosting-Anfragen auf folgende Weise:

„Aber ich bin auch, wie gesagt, ich bin halt auch sehr selektiv, wem ich zusage. Ich hab auch schon auf meinem Profil stehen: ‚Wenn du meinen Namen nicht benutzt, dann ist es automatisch – oder [...] dann benutzen sie zwar meinen Namen nicht, aber es, weißt du, es gibt irgendeine Referenz in der Anfrage, dass ich weiß, [...] dass sie mich meinen, dann okay. Aber *copy and paste*? Sage ich ‚Nein!‘. [I]ch mache es, weil ich die Interaktion möchte, weil ich die Leute kennenlernen möchte und weil ich's einfach [...] richtig finde, weißt du, *world peace* und so weiter“ (36_Nadja: #00:14:23-7#).

Die Couchsurferin berichtet, dass sie in ihrem persönlichen Onlineprofil anführt, dass sie Gast-Anfragen nur dann in Erwägung zieht, wenn diese mit einer persönlichen Anrede versehen sind. Wenn potenzielle Couchsurfing-Gäste ihren Namen nicht verwenden, dann lehnt sie deren Anfragen kategorisch ab. Als Couchsurfing-Gastgeberin legt sie daher besonderen Wert darauf, dass andere Nutzer*innen sich mit den Angaben in ihrem persönlichen Onlineprofil auseinandergesetzt haben. Sie möchte keine standardisierten Nachrichten erhalten, da ihr dies den Eindruck vermitteln würde, dass Gäste nicht unbedingt an einer Interaktion mit ihr interessiert seien. Sie möchte aufgrund der Anfrage stattdessen das Gefühl erhalten, dass Couchsurfer*innen sie gezielt für eine *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit anschreiben.

Die beiden angeführten Zitate lassen deutlich werden, dass die visuelle online Präsentation der kostenlosen *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit für die Couchsurfing-Nutzer*innen zweitrangig ist. Viel stärker konzentrieren sie sich hingegen auf die persönlichen Angaben in den Onlineprofilen. Sie suchen nach Begegnungen, in denen sie auf ein für sie interessantes Gegenüber treffen. Zugleich ist wichtig, dass sie selbst ebenfalls das Gefühl haben, dass ihr Gegenüber sich für sie interessiert.¹³⁷

Couchsurfer*innen orientieren sich hierbei an denjenigen Aspekten, die infrastrukturell besonders akzentuiert werden (vgl. Kapitel 6.2.2). Sie folgen den Schwerpunktsetzungen, welche die Infrastruktur der Onlineplattform in der Vermittlung von *peer-to-peer* Unterkünften vornimmt. Daraus folgt, dass sie – sowohl in der Rolle der Gastgeber*innen als auch in der Rolle von Gästen – vornehmlich auf Aspekte achten, welche das gemeinsame Teilen besonderer Momente begünstigt. In diesem Fall sind dies zunächst einmal Eigenschaften ihres Hosts oder Gastes, die sie selbst als interessant empfinden. Ortsspezifische oder räumliche Authentisierungen, die ebenfalls als charakteristisch für *peer-to-peer* Wohntourismus bestimmt wurden (vgl. Kapitel 3.3), sind anhand dieser Aussagen

¹³⁷ Kritisch ließe sich diesbezüglich eine Arbeit von Bialski anführen, in der Couchsurfing mithilfe einer umfassenden ethnographischen Untersuchung erforscht hat. Sie erkennt in einer derartigen Konzentration auf die online ermittelte Interessantheit einer Person die Gefahr, dass Couchsurfer*innen sich gegenseitig als „consumer objects“ (Bialski 2012a: 104) betrachten. Das Risiko einer solchen Deutung steigt, so Bialski, mit wachsender Nutzerzahl. Denn dies erweitere das Angebot potenzieller Interaktionspartner*innen, sodass Couchsurfer*innen zwangsläufig wählerischer werden würden – „people are forced to become more discerning by rejecting the ‘boring’ and desiring the ‘exciting’ strangers“ (ebd.: 105).

zunächst nicht als relevant für die online Präsentation einer Unterkunft bei Couchsurfing zu beurteilen.¹³⁸

Diese frühe Schlussfolgerung lässt sich weiter anhand der Protokollierungen zur Registrierung als Userin, respektive der Beschreibungen zu „Mein Zuhause“, fundieren. Wie bereits in Kapitel 6.2.2 angeführt, ist das Bereitstellen von Fotos der angebotenen *peer-to-peer* Unterkunft optional. Im Rahmen der (n)ethnographischen Feldforschung wurde die zur Verfügung gestellte Schlafgelegenheit (eigenes Zimmer in 3er-Wohngemeinschaft, vgl. Kapitel 4.2.1) daher detailliert beschrieben, jedoch nicht durch hochgeladene Bilder illustriert. Auf diese Weise war es möglich, zu prüfen, inwiefern potenzielle Gäste sich trotz fehlender Bilder für einen Aufenthalt in meiner als *peer-to-peer* Unterkunft genutzten Wohnung interessieren würden.

Zwei Tage nach der Registrierung am 17. August 2016 habe ich bereits meine erste Hosting-Anfrage erhalten, nur neun Tage später wurde zum ersten Mal ein Couchsurfing-Gast in meiner damaligen Wohnung in Hamburg empfangen. In seiner initialen Kontaktaufnahme schrieb dieser erste Gast folgenden Text:

„Hey Luise, How you doing? I am Juan, I'm from Columbia, I share your pasión [sic] exploring new cultures. I am now living in Dresden. [...] There will be a (*name of a sport*) competition in Hamburg on the 27th of august [sic] and we will play in it. [...] I could stay with the team in a hostel or something these days but I thought a better way to see a bit of the city or know about the culture would be trough [sic] a local couchsurfer. Do you think I could stay with you these days? That would be awesome! [...]“ (erhaltene Hosting-Anfrage, protokolliert im August 2016).

Der Couchsurfer erfüllt mit der Formulierung seiner Anfrage einige derjenigen Kriterien, die zuvor durch die ehemalige Weltreisende und die langjährige Couchsurfing-Gastgeberin identifiziert wurden. Direkt zu Beginn nimmt er direkten Bezug zu den in meinem Onlineprofil enthaltenen persönlichen Angaben, wie dem Interesse an „exploring new cultures“. Dadurch signalisiert er nicht nur, dass der das Onlineprofil gelesen habe, sondern auch, dass er dieses Interesse teilt. Hervorzuheben ist zudem, dass er keine Fragen zur *peer-to-peer* Unterkunft stellt. Selbst im weiteren Nachrichtenverlauf bittet er nicht um Fotos oder zusätzliche Informationen. Er ist bereit, die angebotene Übernachtungsmöglichkeit für zwei Nächte in Anspruch zu nehmen, ohne zu wissen, wie diese aussieht.

¹³⁸ Im Interview bringt dies ein Couchsurfer hinsichtlich der ortsspezifischer Authentisierungen sehr eindrücklich auf den Punkt. Er nutzt die über die Onlineplattform initiierten Begegnungen, um seine Englischkenntnisse aufzubessern. Er sagt: „I don't really care to stay in which part of city is it, is it really dangerous or is it a better place, or where I sleep, [...] I don't care“ (35_Nigel: #00:16:28-5#).

Des Weiteren adressiert er mich, seinen potenziellen Host, in seiner Anfrage als einen „local couchsurfer“ und grenzt dabei den Aufenthalt in einer Couchsurfing-Unterkunft von der Übernachtung in einem Hostel ab. Er erklärt, dass die Couchsurfing-Unterkunft im einen besseren Einblick in das Leben einer Stadt ermöglichen würde.

Hinsichtlich der Frage nach vorgenommenen Authentisierungen unterstützt die zitierte Hosting-Anfrage die bereits ermittelte geringe Relevanz konkreter Eigenschaften der *peer-to-peer* Unterkunft bei Couchsurfing, welche sich unter anderem aus einer umso größeren Bedeutungszuschreibung der individuellen Eigenschaften anderer Couchsurfer*innen ableitet. Zugleich porträtiert sie den Host als „Local“ und rekurriert damit auf dieselben Assoziationen, die bereits in Kapitel 6.2.1 und Kapitel 6.2.2 erläutert worden sind: Werden Gastgeber*innen als Repräsentant*innen des Lokalen verstanden, impliziert dies, dass sie sich an ihrem Wohnort besonders gut auskennen und demzufolge Zugänge zu den Hinterbühnen einer Destination eröffnen können. Die darauf aufbauende ortsspezifische Authentisierung fokussiert folglich die Rolle der Hosts als reguläre Bewohner*innen der Hinterbühnen. Sie authentisiert nicht primär Attribute spezifischer Orte, sondern authentisiert Orte über die dortigen Bewohner*innen.

Dies ist ein wesentlicher Unterschied zur in Kapitel 5.2.3 beschriebenen Unterscheidung zwischen *peer-to-peer* Unterkünften und Hotelbetrieben, die mitunter durch Airbnb-User*innen vorgenommen wird. Diese gründet zwar ebenfalls nicht auf der Kennzeichnung der Lage einer *peer-to-peer* Reiseunterkunft als explizit *off the beaten track*, doch konzentriert sie sich auf die Betonung einer Differenz zwischen der Lage der betreffenden Unterkünfte und der Lage klassischer Beherbergungsbetriebe.

Im Fall von Couchsurfing ergibt sich diese Differenz demgegenüber aus dem Verweis auf die Gastgeber*innen, die per se als reguläre Bewohner*innen der Hinterbühnen eines Ortes verstanden werden. Derartige ortsspezifische Authentisierungen beruhen hier folglich nicht auf der Betonung einer noch nicht erfolgten touristischen Erschließung von Orten. Sie fußen stattdessen auf denjenigen, die sie Repräsentant*innen des Lokalen ernennen.

(2) Vorbereitung der *peer-to-peer* Unterkunft auf Gäste

Die starke Fokussierung auf die potenziellen Interaktionspartner*innen, die mit einer geringeren Konzentration auf die *peer-to-peer* Unterkunft einhergeht, prägt ebenfalls die

Vorbereitungen vor Ort. Wenn eine Wohnung bei Couchsurfing auf ankommende Gäste vorbereitet wird, folgt dies einer gänzlich anderen Logik als es in Kapitel 5.2.3 für Airbnb-Unterkünfte herausgearbeitet wurde.

Auf die Frage, wie sie sich einen idealen Couchsurfing-Gast vorstelle, antwortet eine Couchsurferin im Interview:

„Just someone that’s down-to-earth and kind of goes with the flow where they ... they’re open to experiencing life in a way that you experience it like in your place, like wherever you are. And [...] it’s like you just can’t [...] have higher expectations of like, ‘Oh well, this should be like this,’ and like, ‘Why don’t they have a whole room for me?’ And like, ‘Oh, like what?!’, I don’t know. You just have to be a little more open-minded [...]. So it’s just like you can’t expect it to be like a hotel“ (31_Mimi: #00:11:48-6#).

Als Host wünscht sich die Couchsurferin Gäste, die bereit sind, immersiv in das jeweilige Leben ihrer Gastgeber*innen einzutauchen. Dies impliziert, bezüglich der *peer-to-peer* Unterkunft keine spezifischen Ansprüche zu stellen. Sie greift in diesem Kontext auf eine Abgrenzung von Couchsurfings Angebot zu den Zimmern klassischer Beherbergungsbetriebe zurück – „you can’t expect it to be like a hotel“. Gäste sollten daher in Bezug auf Komfort oder Ausstattung einer Couchsurfing-Unterkunft keine festen Erwartungen haben.

Das Fehlen einer spezifischen Erwartungshaltung ist für viele der im Rahmen der (n)ethnographischen Feldforschung getroffenen Couchsurfer*innen eine wichtige Bedingung für die Nutzung der Onlineplattform. Ein Couchsurfer, der als Gastgeber bereits über 50 Bewertungen früherer Gäste in seinem Onlineprofil hat, setzt in seiner Begründung der Abwesenheit einer konkreten Erwartungshaltung an die *peer-to-peer* Unterkunft einen leicht anderen Akzent als die zitierte Nutzerin. Er hebt hervor:

„[A]nother thing is like people have said, ‘Why don’t you do Airbnb?’ [...] As soon as money is involved it changes the whole dynamic. [...] Because no longer is, is it on my terms. I need to give them a key, I need to have fresh bedding. I need to make sure that, you know, it becomes very different. Now they are my customers. [...] [I]t’s a service now and they can be as messy as they want if they are paying [...]. And I think there is a difference in attitude of when somebody comes in, there – a guest, there’s gratitude. And they are okay coming and going when I go or they are okay, just more, more conscientious. When they’re paying there’s this attitude, ‘If I’m paying you (laughter) [...] I expect something“ (38_Tim: #00:09:53-5#–#00:10:59-8#).

Der Couchsurfer betont hier zwar ebenfalls die Bedeutung einer möglichst umkonkreten Erwartungshaltung an die *peer-to-peer* Unterkunft, doch er nutzt hierbei nicht die im vorherigen Zitat verwendete Abgrenzung zu klassischen Beherbergungsbetrieben. Stattdessen nutzt er die Onlineplattform Airbnb als Kontrastfolie und leitet aus der Bedingung der

Bezahlung eine legitime Berechtigung von Ansprüchen an die von ihm angebotene *peer-to-peer* Unterkunft ab. Wenn seine Gäste ihn bezahlen würden, sähe der Couchsurfer sich etwa in der Pflicht, ihnen einen eigenen Schlüssel auszuhändigen.¹³⁹ Zudem dürften sie unordentlich sein und müssten sich nicht nach seinem Tagesrhythmus richten.

Seiner Ansicht nach, darf temporäres (Be)Wohnen rücksichtslos sein, wenn es in bezahlten Kurzzeitvermietungen stattfindet. Dass er seine Couchsurfing-Gäste hingegen als gewissenhaft erlebt hat, führt er darauf zurück, dass seine *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit kostenlos ist. Dadurch seien Gäste ihm dankbar für die Schlafgelegenheit und zeigten sich erkenntlich, indem sie seinen Status als regulärer Bewohner akzeptieren und sich seinen alltäglichen Rhythmen bereitwillig unterordneten.

In beiden angeführten Zitaten wird die Notwendigkeit eines Verzichtes auf einen spezifischen Standard von Komfort, Ausstattung oder das temporäre (Be)Wohnen in der Couchsurfing-Unterkunft betont. Aufgrund der dabei vorgenommenen Abgrenzungen, zu Hotelbetrieben einerseits und zu Airbnb-Kurzzeitvermietungen andererseits, kann der Verweis auf diesen Verzicht als räumliche Authentisierung gedeutet werden. Denn Couchsurfing-Gäste erhalten Zugang zu der von ihrem Host regulär bewohnten Wohnung sowie einen tiefen Einblick in die Spuren der dort vollzogenen regulären Praktiken des (Be)Wohnens. Dieser Zugang zu räumlicher Authentizität steht über dem Interesse an einem bestimmten Grad von Komfort oder Wünschen zur Ausstattung der *peer-to-peer* Unterkunft.

Zugleich geht hiermit eine starke Fokussierung auf die Begegnungen mit den Hosts einher, da es ihre Wohnung ist, die als *peer-to-peer* Reiseunterkunft genutzt wird. Diese Begegnung wird durch das Fehlen einer monetären Kompensation maßgeblich geprägt: Denn da Gäste ihre Hosts nicht bezahlt haben, um in deren Wohnungen übernachten zu können, suggeriert dies, dass es ein grundlegendes Interesse an den jeweiligen Gastgeber*innen als Personen geben müsse. Die hohe Bedeutung eines solchen Interesses für das Zustandekommen von *face-to-face* Treffen war bereits im vorherigen Abschnitt deutlich aufgezeigt worden. Wie dort ausgeführt, begünstigt es interpersonelle Authentisierungen.

¹³⁹ Da Zitat deutet bereits an, dass die Übergabe eines Wohnungsschlüssels weniger selbstverständlich ist als dies im Fall von Airbnb beschrieben wurde (vgl. Kapitel 5.2.4). Gerade die Frage danach, ob Couchsurfing-Gästen ein eigener Schlüssel ausgehändigt wird oder nicht, ist für diesen *peer-to-peer* Wohntourismus entscheidend. Sie wird eingehend im nachfolgenden Kapitel 6.2.4 behandelt.

Noch deutlicher artikuliert dies im Leitfaden-Interview derjenige Couchsurfer, der ebenfalls ein Mitarbeiter bei Couchsurfing International Inc. ist. Als er gefragt wird, wie er seine Wohnung auf die Ankunft von Couchsurfer*innen vorbereiten würde, führt er aus:

„So [...] if someone is paying me, I would obviously like, you know, clean up, (...) fresh towel, whatever like that kind of stuff. Like for Couchsurfing, like I will do my best to be a good host, but [...] you're just kind of like entering my lifestyle. Like I don't really actually even go out of my way that much like show people around, I will take you to do what I'm doing. And like ideally, my life is interesting enough for you to have an awesome time“ (32_Russel: #00:20:59-0#).

Der Couchsurfer gibt an, dass die Bezahlung seiner Gastgeber-Tätigkeit einen signifikanten Einfluss auf den Umfang getroffener Vorbereitungsmaßnahmen in seiner Wohnung hätte. Dass er seine *peer-to-peer* Unterkunft vor Ankunft von Couchsurfing-Gästen nicht umfassend reinigt und aufräumt, begründet er – analog zu den vorherigen angeführten Zitaten – mit dem Verweis auf ein notwendig vorhandenes Interesse der Gäste an seiner Persönlichkeit, seinem Lebensstil. Dies sollte seiner Ansicht nach ausreichen, um ihnen ein positives Erlebnis zu ermöglichen. Im Interview unterstreicht er diesen Aspekt wenige Minuten später noch einmal nachdrücklich, indem er sagt: „I think it's really exciting to be [...] someone's portal into my city“ (ebd.: #00:26:06-7#).

Der interviewte Couchsurfer versteht sich folglich selbst als lokaler Repräsentant der vom ihm bewohnten Stadt und sieht sich daher in der Lage, seinen Couchsurfing-Gästen den Zugang zu „seiner“ Stadt zu eröffnen. Dieses Verständnis spiegelt die in Kapitel 6.2.1 durch Couchsurfing International Inc. vorgenommene Darstellung der Gastgeber*innen deutlich wider. Als regulärer Bewohner*innen der Hinterbühnen einer Destination öffnen sie ihren Gästen Zugänge zu Insiderwissen, zu Orten *off the beaten track* und zu ihrer eigenen Wohnung. Diese Öffnung wird in der *face-to-face* Begegnung und durch gemeinsame Aktivitäten vollzogen. Analog zu den durch das Unternehmen vorgenommenen Authentisierungen werden ortsspezifische und räumliche Authentizität, diesem Verständnis nach, erst durch die Begegnung mit dem Host zugeschrieben. Couchsurfing-Gastgeber*innen sind demnach diejenigen, die einzelne Orte und ihre Wohnung authentisieren.

Abschließend sei noch darauf verweisen, dass eine geringe Erwartungshaltung der Gäste an eine Couchsurfing-Unterkunft keinesfalls per se mit einer völligen Abwesenheit von Vorbereitungen der Wohnung vor Ort gleichzusetzen ist. Sie verweist vielmehr auf einen fehlenden Standard in Bezug auf zu treffende Vorbereitungsmaßnahmen, der sowohl aus einer

fehlenden Bezahlung der Gastgeber*innen als auch aus dem Interesse der Gäste an einem persönlichen Kennenlernen der Gastgeber*innen resultiert.

Wie dies in der Praxis umgesetzt wird, wird durch die folgende (n)ethnographische Vignette ersichtlich, welche einige Vorbereitungsmaßnahmen schildert, die in der Rolle des Couchsurfing-Host vor der Ankunft meines vierten Couchsurfing-Gastes im März 2018 durchgeführt worden sind:

Mein Gast ist Mia, sie kommt erst am Nachmittag an, daher habe ich genug Zeit, in meinem Zimmer etwas Ordnung für sie zu schaffen. Ich öffne das Fenster, um frische Luft hereinzulassen. Dann staubsauge ich – nicht nur mein Zimmer, sondern auch im Badezimmer und in der Küche. Danach trage ich meine Bettwäsche in das Zimmer meiner Mitbewohnerin. Dort werde ich für die kommenden zwei Nächte schlafen, damit Mia ein eigenes Bett und ein eigenes Zimmer hat. Ich hole die Gäste-Bettwäsche aus der Abstellkammer und beziehe sie neu. Meinen Schreibblock sowie ein paar lose Blätter mit Notizen zu meiner Doktorarbeit häufe ich auf meinem Schreibtisch zu einem Stapel. Dadurch hat Mia etwas Platz, um ihre Sachen abzulegen. Ansonsten wird sie während ihres Besuchs aus ihrem Koffer leben müssen.

Im Bad und in der Küche mache ich nur oberflächlich sauber, sodass es insgesamt einen netten Eindruck macht. Im Bad hänge ich ein frisches Handtuch zum Abtrocknen der Hände auf. In der Küche räume ich dreckiges Geschirr in die Spülmaschine. Dadurch sieht es zwar ordentlich aus, aber man erkennt auch, dass nicht alles frisch geputzt wurde. Da Mia mir zuvor über den Couchsurfing-Messenger mitgeteilt hat, dass sie eine Laktose-Intoleranz hat, gehe ich noch zum Supermarkt und kaufe eine Sojamilch. Auf diese Weise kann ich ihr direkt einen Kaffee anbieten, wenn sie ankommt.

Zentral bei dieser Vignette ist, dass die Wohnung für den ankommenden Couchsurfing-Gast durchaus vorbereitet wird. Er soll sich willkommen fühlen: Das frisch bezogene Bett, der frei geräumte Schreibtisch, die gesaugte Wohnung und die Sojamilch sind Maßnahmen, die das Ziel verfolgen, das temporäre (Be)Wohnen zu erleichtern.

Grundsätzlich waren derartige Vorbereitungen als Versuche des Managements von Atmosphären beschrieben worden (vgl. Kapitel 3.3). Es lassen sich durchaus Parallelen zwischen denen in Fallbeispiel I geschilderten Versuchen (vgl. Kapitel 5.2.3) und denen in der Vignette beschriebenen erkennen. Gleichzeitig gibt es einen markanten Unterschied: Die in der Vignette angeführten Versuche des Managements von Atmosphären orientieren sich nicht an Hotelstandards. Vielmehr wird zwar oberflächlich aufgeräumt, aber die Spuren des (Be)Wohnens werden nicht umfassend minimiert. Beispielsweise wird dem Gast weder eine Schublade in der Kommode für eigene Kleidung freigeräumt noch wird ihm ein leerer Schreibtisch zur Verfügung gestellt. Statt die sichtbaren Hinweise auf das in der Wohnung eingeschriebene *life narrative* zu entfernen, werden sie für den Gast zugänglich und sichtbar gelassen. Dadurch wird die *peer-to-peer* Unterkunft als regulär bewohnte Wohnung durch den

Host authentisiert. Diese Art der Vorbereitungsmaßnahmen unterstützen räumliche Authentisierungen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die online Präsentation einer Couchsurfing-Unterkunft sowie die getroffenen Vorbereitungsmaßnahmen vor der Ankunft eines Gastes sich stark an den vorgenommenen Authentisierungen des Unternehmens und der Infrastruktur der Onlineplattform ausrichten (vgl. Kapitel 6.2.1; Kapitel 6.2.2). Dies bedeutet, dass eine Fokussierung auf die Ermöglichung von *face-to-face* Begegnungen und die damit verknüpfte interpersonelle Authentisierung stattfindet. Die online Präsentation der jeweiligen *peer-to-peer* Unterkunft rückt zugunsten der individuellen Prüfung, ob potenzielle Hosts und Gäste als Interaktionspartner*innen interessant sein könnten, in den Hintergrund. Die getroffenen Vorbereitungsmaßnahmen vor einem Gast-Aufenthalt entbehren einem verbindlichen Standard, da hier das Interesse an einem Kennenlernen des Hosts als relevanter gewertet wird. In Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus sind die Unterkünfte folglich primär durch ihre enge Verbindungen mit den jeweiligen Hosts von Bedeutung, sie werden durch diese authentisiert. Gleiches gilt für die Zuschreibung von Orten als authentisch; sie werden ebenfalls vorrangig durch den Host als Repräsentant*in des Lokalen authentisiert. Dass die *peer-to-peer* Unterkunft selbst hierbei nicht im Vordergrund steht, ist dadurch begründet, dass sie bei Couchsurfing kostenlos vermittelt wird.

6.2.4 User*innen und Aufenthalt: Fehlende Standardisierungen und

Vertrautheit

Das finale Kapitel der Analyse von Prozessen des Authentisierens in Couchsurfings kostenlosem *peer-to-peer* Wohntourismus widmet sich vor allem den Couchsurfer*innen und ihrer möglichen Autorität in diesen Prozessen. Die Untersuchung konzentriert sich hierbei auf das Ankommen und den Aufenthalt in einer über Couchsurfing vermittelten Übernachtungsmöglichkeit und enthält daher ebenfalls weiterführende Verweise auf die Bestimmung der Autorität dieser. Im vorherigen Kapitel war herausgearbeitet worden, dass die *peer-to-peer* Unterkunft bei Couchsurfing eine untergeordnete Rolle einnimmt und vorrangig über die Gastgeber*innen authentisiert wird. Dies gilt es, durch zusätzliche Aussagen von Couchsurfer*innen weiter zu prüfen. Empirisch stützt sich dieses Kapitel im Folgenden auf Protokollierungen der teilnehmenden Beobachtungen in der Rolle des Gastes und der Gastgeberin sowie auf die im Rahmen der (n)ethnographischen Feldforschung geführten Leitfaden-Interviews.

Im Gegensatz zu der Gliederung entlang von fünf verschiedenen Aspekten, die für Fallbeispiel I gewählt worden ist (vgl. Kapitel 5.2.4), ist dieses Kapitel anhand von zwei thematischen Bereichen strukturiert. Es nimmt zunächst den (1) Moment der Ankunft des Couchsurfing-Gastes in den Fokus und analysiert insbesondere die Frage nach dem Aushändigen eines eigenen Wohnungsschlüssels an Gäste. Denn anders als im Fall von Airbnb stellt die Übergabe eines Schlüssels und die damit ermöglichte Unabhängigkeit des Gastes keinesfalls eine Selbstverständlichkeit dar. Anschließend wird (2) der Aufenthalt von Host und Gast in der *peer-to-peer* Unterkunft eingehender untersucht. Hierbei gelingt es, offenzulegen, dass interpersonelle Authentisierungen vor allem auf der Entstehung einer tiefen Vertrautheit basieren.

(1) Ankunft des Couchsurfing-Gastes

Der erste Moment, der dezidiert betrachtet wird, ist der Moment der Ankunft eines Couchsurfing-Gastes. Dies gleicht dem Vorgehen in Kapitel 5.2.4, wobei dieser Moment bei Airbnb als „Check-in“ bezeichnet worden war. Dieser Begriff wird für die Untersuchung von Couchsurfing deswegen nicht gewählt, weil er für diesen *peer-to-peer* Wohntourismus nicht geläufig ist. Dies ist bereits ein weiterer Verweis auf den geringeren Einfluss von

Standardisierungen, welche die über Couchsurfing initiierten Übernachtungsmöglichkeiten prägen (vgl. Kapitel 6.2.3).

Während der (n)ethnographischen Feldforschung haben Couchsurfing-User*innen von einer Vielzahl unterschiedlicher Organisationen von Gast-Ankünfte berichtet: Einige Hosts haben ihre Gäste am Flughafen oder Bahnhof abgeholt, andere vereinbarten ein Restaurant oder eine Bar als ersten Treffpunkt, wieder andere geben ihren Gästen ihre Adresse und erwarten diese dann zu Hause (vgl. Feldnotizen, Dezember 2016). In der teilnehmenden Beobachtung als Gast hat mich eine Couchsurfing-Gastgeberin in Japan an der U-Bahn-Station abgeholt, die ihrer Wohnung am nächsten liegt. Sie erklärte, dass sie dies mit ihren Gästen immer so handhabt, da sich die Adressangaben in Japan von denen in anderen Ländern derart stark unterscheiden, dass ihre Couchsurfing-Gäste in der Vergangenheit oft Probleme bei der Orientierung gehabt hätten (vgl. Feldnotizen, November 2017).¹⁴⁰

Wo genau ein Treffen stattfindet, entscheiden Hosts situationsabhängig. Der eigene Tagesplan, das persönliche Befinden und der über das Onlineprofil vermittelte Eindruck ihres Gastes sind dabei ausschlaggebend.

Schon hinsichtlich der Ankunft des Gastes lassen sich deutlich weniger Standardisierungen erkennen als dies für Fallbeispiel I herausgearbeitet worden ist (vgl. Kapitel 5.2.4). Airbnb-Gastgeber*innen begrüßen ihre Gäste nicht unbedingt, der Check-in kann ebenfalls unpersönlich mithilfe eines Schlüsselsafes erfolgen. Das bedeutet, dass Host und Gast sich nicht einmal *face-to-face* treffen müssen, wenn die Kurzzeitvermietung über die Onlineplattform Airbnb organisiert wird. Im über Couchsurfing initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus ist die Ankunft in der Wohnung ohne die Anwesenheit der regulären Bewohner*innen, das heißt der Gastgeber*innen, nicht üblich. Dies entspricht auch der Prämisse des gegenseitigen Interesses (vgl. Kapitel 6.2.3). Der Fokus auf das gemeinsame Erleben kommt demnach bereits im Moment der Gast-Ankunft deutlich zur Geltung. Die fehlende Standardisierung ist ein Kennzeichen interpersoneller Authentisierungen.

¹⁴⁰ In der deutschen Wikipedia findet sich ein gründlich recherchierter Artikel zu den Angaben und der Schreibweise japanischer Adressen. Wesentlicher Unterschied zu deutschen Adressangaben ist, dass japanische Angaben weder Straßennamen noch eine konkrete Hausnummer enthalten (vgl. Wikipedia Autor*innen 2019).

Im Interview mit einem Couchsurfer wird diese Schlussfolgerung noch ergänzt. Als Host beschreibt er die erste *face-to-face* Begegnung mit seinen Gästen als einen sehr machtvollen Moment: „[T]he moment they walk in the door, like you feel like you’ve known them, like there is this instant connection“ (38_Tim: #00:06:29-1#). Die Gründe für diese „instant connection“, welche für interpersonelle Authentisierungen steht, elaboriert er im Leitfadent-Interview eingehender:

„[T]here is something about inviting somebody into your home where they live far away and they are in your personal space and the walls come down because you know they gonna leave, so you don’t have to be guarded. You are not expecting to go on a date, you are not expecting to be like in a relationship, so it allows just like openness quickly. And [...] the vulnerability of being in a home that allows these walls to come down and intimate conversations happen very quickly“ (ebd.: #00:06:54-4#–#00:07:07-2#).

Der Couchsurfer erläutert hier, dass er seinen Gästen gegenüber ab dem Moment ihrer Ankunft sehr offen und ehrlich agiert. Da die erste *face-to-face* Begegnung in seiner eigenen Wohnung stattfindet, kann er sich seinem Gegenüber öffnen und sich dabei emotional verletzlich zu zeigen. Ebenfalls essentiell ist hierfür die begrenzte zeitliche Dauer der gemeinsamen Interaktion. Die Couchsurfing-Gäste leben nicht in derselben Stadt wie der Gastgeber, weswegen sich nach Ansicht des Hosts nicht zwingend langfristige soziale Verpflichtungen aus dem Kennenlernen ergeben müssen.

In diesem Zitat wird deutlich, dass der Couchsurfer seine Wohnung als einen geschützten Ort empfindet, an dem er sich relativ frei entfalten kann. Da er diesen Ort für seine Gäste zugänglich werden lässt, kann er diese Offenheit mit ihnen teilen. Hiermit verbunden sind interpersonelle Authentisierungen, die sich auf das Kennzeichnen einer Interaktion als besonders echt und unverfälscht beziehen (vgl. Kapitel 3.3). Die gefühlte Verbundenheit, die der Couchsurfing-Gastgeber zu seiner Wohnung empfindet, unterstützt demnach das Authentisieren der in dieser Wohnung stattfindenden Interaktionen mit seinen Gästen. Es ist hervorzuheben, dass die beschriebene „instant connection“ sich nicht automatisch mit jedem Gast einstellt (vgl. 38_Tim: #00:05:58-0#).

Ein weiterer Aspekt, den es hinsichtlich der Ankunft von Couchsurfing-Gästen zu berücksichtigen gilt, ist das Aushändigen eines Wohnungsschlüssels an Gäste. Es stellt bei Couchsurfing keinen festen Bestandteil der Begrüßung des Gastes durch den Host dar.

Schon im vorherigen Kapitel hatte sich dies abgezeichnet. Dort war ein Zitat angeführt worden, in dem ein Couchsurfer erklärte, dass er seinen Wohnungsschlüssel nur dann aushändigen würde, wenn seine Gäste ihn für die *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit

bezahlen würden (vgl. Kapitel 6.2.3). Da dies bei Couchsurfing nicht der Fall sei, würde ihnen nicht unbedingt einen eigenen Schlüssel zu seiner Wohnung geben. Andere Couchsurfer haben ähnliche Aussagen getroffen. Beispielsweise lautet im Feldtagebuch zum Forschungsaufenthalt in den USA eine Notiz: „Hosts möchten den Gästen keinen Wohnungsschlüssel geben; wenn sie zur Arbeit oder Uni gehen, erwarten sie, dass Gäste mit ihnen zusammen die Wohnung verlassen“ (Feldnotiz, Juni 2017). Diese Beobachtung ist als Reflexion der über *Hangouts* initiierten Begegnungen sowie des Besuches der Movie Night im Couchsurfing-Headquarter notiert worden (vgl. Kapitel 4.1).

Im leitfadengestützten Interview erklärt eine Couchsurferin, dass sie aufgrund der Rücksichtnahme auf ihre Mitbewohner*innen keinen Wohnungsschlüssel an Gäste aushändigt (vgl. 32_Mimi: #00:18:03-1#). Eine andere Couchsurfing-Userin berichtet, dass sie in Abhängigkeit des jeweiligen Gastes entscheiden würde, ob sie diesem freien Zugang zu ihrer Wohnung gewähren möchte (vgl. 36_Nadja: #00:26:14-3#). Sie erläutert ebenfalls, dass ihr ein derartiges Artikulieren von Autorität zu Beginn ihrer Hosting-Tätigkeit nicht leicht fiel und dass sie erst mit zunehmender Erfahrung gelernt habe, dass sie sich als Gastgeberin nicht für jede ihrer Handlungen rechtfertigen müsse (vgl. ebd.: #00:44:54-9#).

Aufgrund des empirischen Materials lässt sich folglich festhalten, dass die Übergabe eines Wohnungsschlüssels an Gäste keine Verbindlichkeit in Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus darstellt. Dies ist insbesondere deswegen hervorzuheben, da diese Schlussfolgerung von früheren Ergebnissen abweicht.

In ihrer umfassenden Studie *Becoming intimately mobile* (2012), welche gängige Praktiken von Couchsurfer*innen identifiziert, hatte Paula Bialski die Übergabe eines eigenen Wohnungsschlüssels an Gäste noch als selbstverständlich bewertet. Wenn Gastgeber*innen einen Zweitschlüssel für ihre Wohnung haben, so Bialski, geben sie diesen ihren Couchsurfing-Gästen (vgl. Bialski 2012a: 70). Dies signalisiere den Gästen gegenüber Vertrauen, da dem Schlüssel zu einer Wohnung ein hoher symbolischer Gehalt inne sei: „[K]eys symbolize a sense of security and access to shelter and a feeling of ‘home’“ (ebd.).

Wenngleich die symbolische Dimension der Schlüsselübergabe durchaus zutreffend beschrieben ist, konnte die Selbstverständlichkeit, die Bialski dieser Geste attestiert, während der eigenen (n)ethnographischen Feldforschung nicht bestätigt werden. Stattdessen gehen Couchsurfing-Gastgeber*innen, wie zuvor dargelegt, selektiv vor.

Ein möglicher Grund für diese Veränderung bezüglich der Übergabe eines Wohnungsschlüssels an Gäste ist in der Kombination von steigenden Nutzerzahlen und der Art der Unterkunft bei Couchsurfing zu finden.¹⁴¹ Seit Bialskis Studie ist die Anzahl der registrierten User*innen auf über 12 Millionen angewachsen (vgl. Kapitel 4.1) und hat sich damit vervierfacht. Zudem ist die *peer-to-peer* Unterkunft bei Couchsurfing stets die Wohnung oder gar das Zuhause der Hosts, weswegen dieser Anstieg zu einer größeren Vorsicht der Gastgeber*innen im Hinblick auf das Aushändigen eines Schlüssels an ihre Gäste geführt haben könnte.

Wie ist die abgenommene Selbstverständlichkeit der Schlüsselübergabe bei Couchsurfing hinsichtlich von Authentisierungen zu bewerten? Wirkt sie sich hinderlich für die im Rahmen interpersoneller Authentisierungen vorgenommene Emphase von *face-to-face* Begegnungen aus, weil sie den Gästen fehlendes Vertrauen suggeriert? Begrenzt sie räumliche Authentisierungen, weil sie den freien Zugang der Gäste zur *peer-to-peer* Unterkunft einschränkt?

Die Antworten auf diese Fragen bedürfen der Berücksichtigung zusätzlichen empirischen Materials. Im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung in der Rolle einer Couchsurfing-Gastgeberin war die Entscheidung über das Aushändigen eines Wohnungsschlüssels an Gäste ebenso Ermessenssache meiner zwei damaligen Mitbewohnerinnen (vgl. Kapitel 4.2.1). Beide hatten sich eindeutig dagegen ausgesprochen. Eine der beiden wird in einem Gedächtnisprotokoll der diesbezüglichen Diskussion folgendermaßen zitiert: „Ich habe da einfach kein gutes Gefühl bei und eigentlich stellt sich die Frage doch überhaupt nicht – die kommen doch hierher, um dich kennenzulernen und was mit dir zu machen!“ (Feldnotiz, Juli 2016). Aus diesem Grund war im persönlichen Onlineprofil unter „Mein Zuhause“ angegeben worden, dass Couchsurfing-Gästen keine eigener Schlüssel ausgehändigt werden könne.

¹⁴¹ Im während der dreijährigen Feldforschung gesammelten Material findet sich in den Leitfaden-Interviews tatsächlich eine einzige Schilderung, die als Ausdruck der von Bialski beschriebenen Selbstverständlichkeit dienen kann. Der Couchsurfer, der zugleich Mitarbeiter von Couchsurfing International Inc. ist, berichtet von einer Situation, in der er seinem Gast einen Wohnungsschlüssel übergeben hatte und vergaß, den Schlüssel bei Abreise des Gastes wieder zurückzuverlangen (vgl. 32_Russel: #00:14:37-9#). Als der Gast sich einige Zeit später bei ihm meldete und erneut bei ihm übernachten wollte, befand sich der Host zusammen mit seinen Mitbewohner*innen auf einer Reise in Peru. Da sie den betreffenden Gast bereits kannten und ihn mochten, erlaubten sie ihm trotz ihrer Abwesenheit in ihrer Wohnung zu übernachten (vgl. ebd.). Die Selbstverständlichkeit, mit der dem Gast Zugang zur als *peer-to-peer* genutzten Wohnung gewährt wird, stellt eine Ausnahme innerhalb der durchgeführten Feldforschung dar.

Doch der erste empfangene Gast stellte genau dies kurz nach seiner Ankunft infrage. In der folgenden (n)ethnographischen Vignette wird das versuchte Aushandeln der Schlüsselübergabe beschrieben. Es handelt sich hierbei um die Schilderung eines Erlebnisses, welches im August 2016 gemacht wurde:

Juan kommt am Freitag Abend an, er ist in Hamburg, um mit einer Mannschaft an einem Sportwettkampf teilzunehmen. Nachdem ich ihm das Zimmer gezeigt habe, führe ich ihn in die Küche. Zusammen mit ein paar Freunden habe ich gekocht, wir essen alle zusammen. Ich lade ihn ein, sich dazu zusetzen und mit uns zu essen. Juan nimmt dankend an, er kommt leicht mit den anderen in Gespräch, wir lachen viel. Nach dem Abendessen erklärt er mir, dass er heute noch ausgehen werde. Er wolle sich mit anderen Mitgliedern aus seinem Team in einer Bar in der Sternschanze treffen. Er bedankt sich für das Essen, steht auf und geht in sein Zimmer, um sich umzuziehen.

Ich bin überrascht, da ich mich darauf eingestellt hatte, dass wir den Abend gemeinsam verbringen werden. Wieso hat er mir nicht im Vorhinein oder während des Kochens von seinen Plänen erzählt? Wieso bietet er nicht an, dass wir mitkommen können? Bin ich ihm unsympathisch? Fühlt er sich unwohl? Betrachtet er mein Zimmer nur als eine kostenlosen Unterkunft?

Juan kommt zurück in die Küche und verabschiedet sich, ich bringe ihn zur Wohnungstür. Hier bittet er mich um den Wohnungsschlüssel. Ich zögere, sage, er könne mich gern auf dem Handy anklingeln, dann würde ich ihm die Tür öffnen. Er lächelt und erwidert, dass er mich auf keinen Fall wecken möchte, es würde ihm ein schlechtes Gefühl geben. Er bittet mich erneut um den Schlüssel. Ich versichere ihm, dass es für mich kein Umstand wäre, er könne mich gern wecken.

Die Situation ist mir zunehmend unangenehm. Ist Juan höflich oder dreist? Er hat definitiv mehr Couchsurfing-Erfahrung als ich, was mich verunsichert. In der direkten Begegnung fällt es mir wirklich schwer, Juan seine Bitte abzuschlagen. Es kommt mir unhöflich vor, weil es zeigt, dass ich ihm nicht vertraue.

Juan wiederholt seine Bitte ein drittes Mal. Ich sage freundlich, aber betont, dass ich ihm keinen Schlüssel geben kann und verweise dabei auch auf meine Mitbewohnerinnen. Er lenkt endlich ein und akzeptiert meine Antwort.

Die Vignette berichtet hier von einem Moment, in dem der Gast entgegen der zuvor scheinbar konsensual geteilten Bedingungen des Hostens handelt. Dadurch, dass er hartnäckig dreimal um den Schlüssel bittet, fällt es mir als Gastgeberin umso schwerer, ihm diese Bitte abzuschlagen. Zugleich ist die Situation durch die Enttäuschung darüber bestimmt, dass der Couchsurfing-Gast den Abend nicht gemeinsam verbringen möchte. Diese Enttäuschung mischt sich mit der Sorge darüber, dass dies auf fehlende Sympathie oder einen rein instrumentellen Nutzen von Couchsurfing zurückzuführen sei. Des Weiteren wirkt sich die fehlende Erfahrung als Couchsurfing-Host als Unsicherheit aus, das Verhalten des Gastes kann nicht gedeutet werden.

Im Hinblick auf die Beurteilung des Wohnungsschlüssels für Authentisierungen in Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus ist vor diesem Hintergrund festzuhalten, dass die Übergabe eines Schlüssels durchaus als Geste des Vertrauens eine hohe symbolische Kraft

besitzt. Als solche kann sie als Ausdruck interpersonelle Authentisierungen begünstigen, weil sie sich positiv auf die Interaktion von Host und Gast auswirkt.

Gleichzeitig ermöglicht diese Geste dem Gast einen selbstbestimmten Zugang zur der als *peer-to-peer* Unterkunft genutzten Wohnung. Zuvor war sowohl an der Äußerung der Mitbewohnerin als auch an den Beschreibungen in der Vignette deutlich geworden, dass ein solcher Zugang als unnötig beurteilt wurde, weil der Wunsch nach gemeinsam verbrachter Zeit als zentrales Ziel der *face-to-face* Begegnung angenommen worden war. Diese Annahme wird durch vorherige Ergebnisse gestützt, die zeigen, dass sich Gast und Gastgeber*innen bei Couchsurfing vor allem aufgrund eines reziproken persönlichen Interesses füreinander entscheiden (vgl. Kapitel 6.2.3). Vor diesem Hintergrund ist die Übergabe eines Wohnungsschlüssels an Gäste demnach nicht als Begünstigung interpersoneller Authentisierungen zu deuten.

Für interpersonelle Authentisierungen kann daher nicht abschließend beurteilt werden, wie sich das Aushändigen eines eigenen Schlüssels an Couchsurfing-Gäste hierzu verhält. Da es sich sowohl förderlich als auch hinderlich für den Aufbau einer positiven Beziehung zwischen Host und Gast auswirken kann, ist seine konkrete Einflussnahme stets situationsabhängig zu prüfen. Eindeutiger lässt sich dieses Ergebnis hingegen in Bezug auf die Frage nach räumlichen Authentisierungen bewerten.

Die fehlende Selbstverständlichkeit der Übergabe eines Wohnungsschlüssels an Couchsurfing-Gäste illustriert erneut den Mangel an Standardisierungen in Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus. Doch anders als die Interpretation der wenig standardisierten Abläufe der Ankunft des Gast, ist dieser Mangel nicht als ortsspezifische, sondern als Verweis auf räumliche Authentisierungen zu deuten. Denn die mangelnde Selbstverständlichkeit resultiert daraus, dass die *peer-to-peer* Unterkünfte zugleich die regulär bewohnten Wohnungen der Gastgeber*innen sind. Die Entscheidung darüber, wie umfassend Gästen der freie Zugang zu diesen gewährt wird, ist folglich eine Entscheidung darüber, wie umfassend sie Zugang zu den in den Wohnungen eingeschriebenen *life narratives* der Hosts erhalten (vgl. Kapitel 3.3). Aus diesem Grund kann die fehlende Standardisierung hinsichtlich der Schlüsselübergabe als Merkmal räumlicher Authentisierung gewertet werden.

(2) Aufenthalt von Host und Gast

Die zweite thematische Fokussierung konzentriert sich stärker auf den gemeinsamen Aufenthalt von Host und Gast in der über Couchsurfing vermittelten *peer-to-peer* Unterkunft. Im vorherigen Abschnitt war bereits darauf verwiesen worden, dass sich im Zuge der *face-to-face* Begegnungen zwischen Gastgeber*innen und Gästen mitunter eine „instant connection“ einstellen kann. Diese scheint erstrebenswert, wird sie doch durch Couchsurfing International Inc., die Infrastruktur der Onlineplattform und die Vorbereitung der Unterkunft auf Gäste im Zuge der Schwerpunktsetzungen auf interpersonelle Authentisierungen besonders akzentuiert (vgl. Kapitel 6.2.1; Kapitel 6.2.2; Kapitel 6.3.3).

Dies unterstreichen Couchsurfing-User*innen auch in anderen Interviews. Auf die Frage, wodurch sich ein perfekter Couchsurfing-Host auszeichnen würde, antwortet die Couchsurferin, welche die Onlineplattform primär während ihrer Weltreise genutzt hat beispielsweise: „[F]or me, the perfect Couchsurfer host treats their guests the way they would treat a family member or a friend coming to visit [...]“ (34_Melinda: #00:19:05-8#). Ähnlich argumentieren zwei andere Couchsurfer, die darauf verweisen, dass sich Gäste während ihres Aufenthaltes in einer Couchsurfing-Unterkunft am besten „wie zuhause fühlen“ sollen (vgl. 32_Russel: #00:28:02-3#; 37_Brian: #00:12:03-2#).

In diesen Aussagen wird der Wunsch artikuliert, dass Gäste denselben Status von Familienmitgliedern oder Freund*innen mindestens für die Dauer ihres Aufenthaltes zugesprochen bekommen. Die Beziehung zu Familienmitgliedern und Freund*innen ist allgemein meist durch eine enge Vertrautheit gekennzeichnet. Diese lässt es möglich werden, dass sie sich als Besucher*innen relativ frei in der Wohnung eines anderen Familienmitgliedes oder von Freund*innen bewegen können. In der Interaktion zwischen Couchsurfer*innen wird diese Art von vertrauter, enger Beziehung als Ideal erhoben. Um dies in Hinblick auf Authentisierungen zu verstehen, ist ein weiterer Aspekt zu beachten.

Das Besondere bei Couchsurfing ist, dass die *face-to-face* Begegnungen zwischen Host und Gast in einem begrenzten Zeithorizont stattfinden. Dies hatte der im vorherigen Abschnitt zitierte Couchsurfer ebenfalls erwähnt, als er über die Empfindung einer „instant connection“ zu einigen seiner Gäste berichtet hatte.

Tatsächlich finden sich auch in der wissenschaftlichen Literatur zu Couchsurfing mehrfach Hinweise auf die hohe Bedeutung ebenjenes von Vornherein beschränkten Zeithorizontes, der

die Interaktionen zwischen Couchsurfer*innen maßgeblich prägt. In ihrer umfassenden Studie *Becoming intimately mobile* (2012) zu Couchsurfing hält Bialski unter Rückgriff auf den Kulturwissenschaftler Andreas Wittel beispielsweise fest:

„The fact that the guest will be ‘gone soon,’ or ‘fleeting and transient,’ also seems to instigate an urgency to speed up the familiarization process or social penetration, still creating ‘social relations of ephemeral but intense encounters’ (Wittel 2001: 72)“ (Bialski 2012a: 63).

Mit Verweis auf Bialskis Erkenntnis beschreibt Germann Molz die *face-to-face* Begegnungen zwischen Couchsurfer*innen als durch „temporary but intense intimacy“ oder „fleeting intimacy“ charakterisiert (vgl. Germann Molz 2014).

In beiden Beschreibungen wird hervorgehoben, dass Couchsurfer*innen danach streben, ihr gegenseitiges Kennenlernen in einem relativ kurzen Zeithorizont möglichst intensiv zu vollziehen. Sie versuchen dabei, im Rahmen des Gast-Aufenthaltes eine Beziehung zueinander aufzubauen, die durch Familiarität und damit einhergehend durch Intimität gekennzeichnet ist.

Zusammen mit den zuvor dargelegten Aussagen der Couchsurfer*innen ist vor diesem Hintergrund festzuhalten, dass die *face-to-face* Begegnung zwischen Host und Gast dann als besonders wahrgenommen wird, wenn sie sich durch die Herstellung einer tiefen Vertrautheit in einem relativ kurzen Zeitraum auszeichnet. Gelingt dies, weist die Beziehung eine große Ähnlichkeit zu familiären und freundschaftlichen Verhältnissen auf. Diese Ähnlichkeit wiederum ist Ausdruck interpersoneller Authentisierungen, sie kennzeichnet die gemeinsam verbrachte Zeit zwischen Couchsurfer*innen als vertraut und innig.

Da eine enge Vertrautheit sich nicht mit jedem empfangenen Gast per se einstellt, dies hatte der vorherige Abschnitt deutlich gemacht, unternehmen Gastgeber*innen und Gäste Versuche, um diese in ihrer Entstehung zu fördern. An dieser Stelle lässt sich mit der im Literaturüberblick zu Couchsurfing vorgenommenen Klassifizierung von Couchsurfing International Inc. als *affective enterprise* anschließen (vgl. Kapitel 6.1): Das Fördern tiefer Vertrautheit ist demnach nur möglich, wenn Hosts und Gäste affektive und emotionale Arbeit leisten. Diese Arbeit zielt darauf ab, Gefühle der Vertrautheit entstehen zu lassen.¹⁴²

¹⁴² Die Betonung notwendiger affektiver und emotionaler Arbeit durch Couchsurfer*innen weicht die interpersonelle Authentisierung, die das Unternehmen vorgenommen hat, leicht auf. Denn hier verspricht Couchsurfing International Inc., dass jede*r Couchsurfer*in per se noch nicht getroffene Freund*innen darstellen (vgl. Kapitel 6.2.1).

Ein Beispiel für derartige Arbeit ist das offensichtliche Unterlassen räumlicher Grenzziehungen durch den Couchsurfing-Host. Im Leitfaden-Interview erklärt dies eine Nutzerin der Onlineplattform wie folgt:

„[D]as ist auch für mich der Hauptunterschied zu Airbnb, dass – bei Airbnb weiß man immer nie so genau [...] wo man hin darf [...]. [D]arf ich ins Wohnzimmer, ist das okay, ist das nicht okay? Und bei Couchsurfing, [...] da weißt du, die Leute wollen dich, [...] weil sie kriegen ja nichts dafür. Sprich, es muss ihnen um diese Interaktion [...] gehen. [...] Bei Couchsurfing weißt du, du bist bei dieser Person, weil die dich haben will, weißt du, weil die dich kennenlernen möchte, die möchte die Interaktion. Bei Airbnb geht's nur um das *business* [...]“ (36_Nadja: #00:29:42-0#–#00:31:37-3#).

Die Couchsurferin beschreibt hier, dass sie das Fehlen räumlicher Grenzziehungen als Zeichen für die Bereitschaft, sie näher kennenzulernen und etwas gemeinsam mit ihr zu unternehmen, wertet. Hierbei grenzt sie ihre Aufenthalte in Couchsurfings *peer-to-peer* Unterkünften von denen in über Airbnb vermittelten Reiseunterkünften ab. Da sie ihren Gastgeber*innen bei Couchsurfing nichts für die Übernachtungen zahlt, nimmt sie an, dass ihre Hosts daran interessiert sind, eine familiäre Beziehung zu ihr aufzubauen.

Die Versuche der Realisierung der in Aussicht gestellten interpersonellen Authentizität, die sich in einer tiefen Vertrautheit zwischen Host und Gast auszeichnet, wird hier seitens der Gastgeber*innen maßgeblich mithilfe des Unterlassens umfassender räumlicher Grenzziehungen durchgeführt.

Schließlich kann zusammenfassend für die Untersuchung des Gast-Aufenthaltes in Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus festgehalten werden, dass diese sich vornehmlich durch interpersonelle Authentisierungen kennzeichnen lässt. Anzeichen räumlicher Authentisierungen können in der fehlenden Standardisierung der Übergabe eines eigenen Schlüssels an Couchsurfing-Gäste gefunden werden. Ortsspezifische Authentisierungen, wie sie etwa im vorherigen Kapitel 6.2.3 identifiziert worden waren, konnten nicht ermittelt werden – stattdessen stehen die Bedingungen und Möglichkeiten interpersoneller Authentisierungen klar im Vordergrund.

Die allgemein nicht-standardisierten Abläufe der Begrüßungen eines Gastes unterstreichen die Individualität der über Couchsurfing initiierten *face-to-face* Begegnungen. Zudem ist der Gast-Aufenthalt durch Bestrebungen der Couchsurfer*innen, in kurzer Zeit eine möglichst familiäre und vertraute Beziehung zueinander aufzubauen, gekennzeichnet. Die Entstehung einer derartigen Beziehung wird durch das gegenseitige Interesse aneinander begünstigt,

welches bereits in Kapitel 6.2.3 als essentiell für die Initiierung von Treffen zwischen Host und Gast beschrieben wurde. Gelingt es, das Gefühl tiefer Vertrautheit entstehen zu lassen, ist dies ein Merkmal interpersonell evozierter Authentisierung. Die Beziehung zwischen den Couchsurfer*innen erscheint als einzigartig. Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse sind die User*innen bei Couchsurfing folglich als Autorität in Prozessen der Authentisierung vornehmlich auf interpersonell hergestellte Zuschreibungen von Authentizität konzentriert.

Analog zum Vorgehen bei Fallbeispiel I hebt das nachfolgende Kapitel die wesentlichen Erkenntnisse der vier Analyseschritte hervor und verbindet sich miteinander. Es fasst die Untersuchung von Authentisierungen in Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus folglich pointiert zusammen und diskutiert diese.

6.3 Fazit: Authentizität in Couchsurfings peer-to-peer

Wohntourismus

Für das zweite Fallbeispiel, den über Couchsurfing vermittelten *peer-to-peer* Wohntourismus, lässt sich aufgrund der (n)ethnographischen Feldforschung festhalten, dass dieses sich primär auf interpersonelle Authentisierungen konzentriert. Als kennzeichnend für diese Authentisierungen ist eine tiefe Vertrautheit zwischen Gast und Host identifiziert worden. Grundsätzlich nehmen die Gastgeber*innen bei Couchsurfing eine besondere Rolle ein, denn sie werden als Repräsentant*innen des Lokalen verstanden. Dadurch hängen ortsspezifische und räumliche Authentisierungen, die anderen beiden Arten von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus (vgl. Kapitel 3.3), wesentlich von ihnen und ihren Zuschreibungen ab. Für die vier untersuchten Autoritäten bedeutet dies, dass diese einen unterschiedlichen Stellenwert in Prozessen der Authentisierung innehaben. Während das Unternehmen, die Infrastruktur der Onlineplattform und die User*innen durchaus *face-to-face* Begegnungen sowie die *peer-to-peer* Unterkunft als Wohnung der Hosts authentisieren, rückt die Unterkunft selbst als mögliche Autorität im Rahmen dieser Authentisierungsprozesse in den Hintergrund. In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Analyse zu Authentisierungen und ihren Autoritäten zusammengefasst, an den aktuellen Forschungsstand zu Couchsurfing angebunden und diskutiert.

Als Autorität in der Inszenierung von Authentizität setzt Couchsurfing International Inc. stark auf interpersonelle Authentisierungen und akzentuiert hierbei insbesondere das subjektive Erleben der User*innen seiner Onlineplattform (vgl. Kapitel 6.2.1). Es gründet diese Authentisierung auf die Kombination von drei unterschiedlichen Aspekten. Zum einen werden die *face-to-face* Begegnungen von Couchsurfer*innen und die dabei gemeinsam geteilten Erlebnisse als besonders einzigartig und emotional dargestellt und über ebenjene Eigenschaften authentisiert. Zum anderen betont das Unternehmen in der Beschreibung seiner fünf Werte, dass die über die Onlineplattform initiierten Begegnungen jenseits von Kommerzialisierungslogiken stehen würden, da Couchsurfing für seine User*innen kostenlos ist. Dadurch wird impliziert, dass die als einzigartig inszenierten Treffen zwischen Couchsurfer*innen auf einem echten persönlichen Interesse füreinander beruhen, sodass sie erneut authentisiert werden. Als dritter Aspekt ist die besondere Stellung der Gastgeber*innen anzuführen, die durch das Unternehmen als „Locals“ präsentiert werden. Dieser Zuschreibung folgend, authentisieren sie wiederum Orte und ihre als *peer-to-peer* Unterkunft genutzte

Wohnung. Zugleich wertet diese Zuschreibung die Interaktion zwischen Gast und Host wesentlich auf, da Gäste mit Repräsentant*innen des Lokalen in Kontakt kommen und zu diesen enge, persönliche Beziehungen aufbauen können. Wie aus diesen Darlegungen ersichtlich wird, nimmt Couchsurfing International Inc. durchaus auch ortsspezifische und räumliche Authentisierungen vor. Diese sind der erklärten Authentizität einer *face-to-face* Begegnung jedoch nachgestellt, da sie sich erst aus dieser ergeben – die Hosts sind es, die als Repräsentant*innen des Lokalen ihren Couchsurfing-Gästen den Zugang zu Vierteln *off the beaten track* und ihrem dort angesiedelten Zuhause eröffnen.

Die durch das Unternehmen artikulierten Schwerpunktsetzungen innerhalb der Zuschreibung von Authentizität werden grundsätzlich durch die Autorität von Couchsurfings *hospitality network* unterstützt (vgl. Kapitel 6.2.2). Konkret bedeutet dies, dass die hier infrastrukturell evozierten Standards den persönlichen Onlineprofilen der User*innen eine hohe Bedeutung zumessen. Dies zeigt sich einerseits dadurch, dass das Inserat der *peer-to-peer* Unterkunft in die Anzeige des Onlineprofil eingebettet ist und dass es bezüglich der Anforderungen an eine Unterkunft kaum Anforderungen gibt – selbst eine geteilte Schlaffläche kann inseriert werden. Andererseits illustriert dies der persönliche Fragebogen, der während der initialen Registrierung für ein vollständiges Onlineprofil auszufüllen ist. Angehende User*innen beantworten hierbei Fragen zu ihren eigenen Interessen und vergangenen Reiseerlebnissen. Insbesondere der Fragebogen fördert den Aufbau einer engen Beziehung in der initiierten *face-to-face* Begegnung, da die Nutzer*innen sich aufgrund der im Onlineprofil angeführten persönlichen Eigenschaften für ein gegenseitiges Kennenlernen entscheiden. Die algorithmische Kontrolle von (Un)Sichtbarkeit unterstützt dies, indem sie vor allem Onlineprofile in den Suchergebnissen privilegiert, deren User*innen sich erst kürzlich zuletzt eingeloggt haben. Zusätzlich stärkt Couchsurfings Infrastruktur ebenfalls räumliche Authentisierungen, indem es die Inserate der *peer-to-peer* Unterkünfte standardisiert als „Zuhause“ bezeichnet. Sie rekuriert dabei allerdings nur implizit auf das dort eingeschriebene *life narrative* und hebt stattdessen die Beziehung zwischen Gastgeber*in und Wohnung als besonders eng und vertraut hervor.

Die als *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeit genutzte Wohnung wurde als dritte Autorität in Authentisierungen bei Couchsurfing untersucht (vgl. Kapitel 6.2.3). Ihre online Präsentation sowie die vor der Ankunft eines Gastes ausgeführten Maßnahmen ihrer

Vorbereitung fallen jedoch kaum ins Gewicht. Damit bestätigt sich die geringe Relevanz der spezifischen Unterkunft bei Couchsurfing, welche sich bereits im Zuge der beiden vorausgegangenen Analyseschritte abgezeichnet hat. Zugleich folgt daraus, dass die *peer-to-peer* Unterkunft den unternehmerischen und infrastrukturellen Authentisierungen nicht entgegen wirkt. Statt der visuellen Präsentation der Übernachtungsmöglichkeit im Inserat messen die User*innen der Prüfung der individuell bestimmten Interessantheit potenzieller Interaktionspartner*innen eine ungleich höhere Relevanz zu. Passend hierzu, entbehren die getroffenen Vorbereitungsmaßnahmen vor einem Gast-Aufenthalt einem einheitlichen Standard – das Interesse an der *face-to-face* Begegnung ist dem übergeordnet. Zugleich lässt es der Fokus auf interpersonelle Authentizität möglich werden, dass die *peer-to-peer* Unterkunft ebenfalls ortsspezifische und räumliche Authentisierungen vornimmt. Diese gründen erneut auf der Darstellung der Gastgeber*innen als Repräsentant*innen des Lokalen und der ihnen zugeschriebenen engen Beziehung zu ihrer eigenen Wohnung. Hinsichtlich ihrer Rolle als Autorität in Prozessen der Authentisierungen ist die *peer-to-peer* Unterkunft bei Couchsurfing folglich nicht bedeutungslos, sondern fußt maßgeblich auf der Behauptung einer engen, positiven Verbindung zwischen ihr und ihren regulären Bewohner*innen.

In der Untersuchung der Autorität der Couchsurfing-User*innen in Prozessen der Zuschreibung von Authentizität konnte interpersonelle Authentizität hinsichtlich ihrer Kennzeichnung weiter bestimmt werden (vgl. Kapitel 6.2.4). Für die *face-to-face* Begegnung zwischen Host und Gast ist das Herstellen einer engen Beziehung, einer „instant connection“, während des Gast-Aufenthaltes zentrales Ziel. Diese zeichnet sich durch ihre Ähnlichkeit zu familiären oder freundschaftlichen Beziehungen aus. Demnach ist es das Empfinden einer tiefen Vertrautheit, welche die gemeinsam verbrachte Zeit von Host und Gast authentisiert. Um diese Vertrautheit in der Begegnung herzustellen, ist die Demonstration des gegenseitigen Interesses an einem persönlichen Kennenlernen entscheidend. Dies wird unter anderem durch individuell bestimmte Treffpunkte oder das Unterlassen räumlicher Grenzziehungen durch die Gastgeber*innen demonstriert. Es kann, je nach Kontext, ebenfalls durch das Aushändigen eines eigenen Wohnungsschlüssels an den Gast illustriert werden. Mithilfe der in Kapitel 6.1 vorgenommenen Klassifizierung von Couchsurfing International Inc. als *affective enterprise* lassen sich diese Versuche der Herstellung einer Vertrautheit als affektive und emotionale Arbeit beschreiben. Ebenfalls förderlich für das Herstellen einer derartigen intimen Beziehung ist die *peer-to-peer* Unterkunft. Sie ist der Ort an dem die *face-to-face* Begegnung zwischen

Host und Gast stattfindet, im Rahmen des gemeinsamen (Be)Wohnens dieser teilen die Couchsurfer*innen Erlebnisse. Als Zuhause der Gastgeber*innen kann sie das Entstehen dieser Vertrautheit begünstigen.

Für die Untersuchung von Authentisierungen im über Couchsurfing initiierten kostenlosen *peer-to-peer* Wohntourismus ist mit Blick auf diese Ergebnisse grundsätzlich festzuhalten, dass jede der drei zuvor herausgearbeiteten Arten von Authentisierungen (vgl. Kapitel 3.3) vorgenommen werden. Die vier Autoritäten widersprechen sich innerhalb ihrer jeweiligen Zuschreibungen von Authentizität nicht, sondern unterstützen andere Authentisierungen. Im Kern begründen sie die Zuschreibungen von interpersoneller, räumlicher und ortsspezifischer Authentizität durch das Kennzeichen der tiefen Vertrautheit.

Interpersonelle Authentizität ist als Resultat einer familiären Beziehung zwischen Host und Gast beschrieben. Kann eine solche Vertrautheit erreicht werden, authentisiert dies die *face-to-face* Begegnungen der Couchsurfer*innen. Für räumliche Authentisierungen ist die tiefe Vertrautheit für die Beziehung der Hosts zu ihren als *peer-to-peer* Unterkunft genutzten Wohnungen relevant. Sie lässt diese zu einem Zuhause werden, wodurch sie die Wohnung als regulär bewohnt authentisiert. Ortsspezifische Authentisierungen beruhen bei Couchsurfing maßgeblich auf der Darstellung der Gastgeber*innen als Repräsentant*innen des Lokalen, die dank einer tiefen Vertrautheit mit ihrem Wohnort deren Hinterbühnen kennen.

Zusammengenommen produzieren die verschiedenen Autoritäten durch die Konzentration auf diese tiefe Vertrautheit drei relativ homogene Authentisierungen in Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus.

Es ist abschließend explizit hervorzuheben, dass diese Vertrautheit nicht mit einer Intimität im Sinne einer sexuellen Handlung gleichzusetzen ist. Dies ist deswegen derart relevant, weil in digitalen Foren und Blogbeiträgen der letzten Jahre oftmals sexuelle Kontakte und Beziehungen unter Couchsurfer*innen thematisiert und diskutiert worden sind. Diese Debatte wurde wesentlich durch einen online erschienen *Business Insider*-Artikel aus dem Jahr 2013 von Julianne Zigos befeuert. In *Couchsurfing's sex secret: It's the greatest hook-up app ever devised* porträtiert die Autorin die Onlineplattform als Konkurrenz zu der online Kontaktbörse OKCupid und der Dating-App Tinder (vgl. Zigos 2013).

Couchsurfing International Inc. verbietet zwar ausdrücklich jegliche Annäherungsversuche sexueller Natur unter Couchsurfer*innen sowie die Nutzung seiner Onlineplattform als Datingdienst (vgl. Couchsurfing Policies 2019), doch konnten auch im Rahmen der durchgeführten (n)ethnographischen Feldforschung derartige Versuche protokolliert werden. Die Mehrheit der angetroffenen weiblichen Couchsurfing-Nutzerinnen hat von Momenten ungewollter Nähe berichtet. Diese Momente wurden ausschließlich von männlichen Gastgebern initiiert und sie umschließen sexuelle Wortanspielungen und körperliche Übergriffe.

Im leitfadengestützten Interview berichtet die Couchsurferin, welche die Onlineplattform oft auf ihrer Weltreise verwendet hat, beispielsweise, dass sie während verschiedener Aufenthalte durch ihre männlichen Gastgeber sexuell belästigt worden sei (vgl. 34_Melinda: #00:21:38-6#). Sie reflektiert eine diese Erfahrungen folgendermaßen:

„[I]t was a really good learning experience for me with setting boundaries up-front and being a little bit more like [...] as a female Couchsurfer, you have the burden of, sometimes you have to look rude to set boundaries. Just because you are a guest, just because someone is being kind to you, doesn't mean that you don't deserve respect and you don't deserve space“ (ebd.: #00:22:44-0#).

Aufgrund ihrer Erlebnisse ist die Couchsurferin folglich dazu übergegangen, nicht mehr bei alleinlebenden männlichen Gastgebern zu übernachten. Sie erklärt, dass es ihr schwerfällt, ungewollte Nähe als solche deutlich zu benennen und explizit abzulehnen, da Couchsurfing-Hosts ihre Gäste kostenlos bei sich aufnehmen. Im Zitat attestiert sie weiblichen Couchsurferinnen daher eine „Bürde der Unhöflichkeit“.

Die Gegenwehr bei einem ungewollten sexuellen Übergriff hinsichtlich Höflichkeit zu beurteilen, mag zunächst irritieren. Doch wie eine wissenschaftliche Studie zu sexueller Belästigung bei Couchsurfing deutlich macht, verlagern Couchsurfing International Inc. sowie andere Nutzer*innen der Onlineplattform die Verantwortung für derartige Vorfälle meist auf die betroffenen Couchsurferinnen (vgl. Chen 2017: 1095ff.). Dies erklärt das Ergebnis einer anderen Studie, die hervorhebt, dass viele der weiblichen Couchsurfing-Gäste sich dazu entscheiden, ausschließlich bei anderen Couchsurferinnen, Paaren oder Familien zu übernachten (vgl. Tan 2010: 375f.). Diese Strategie hat auch die zitierte ehemalige Weltreisende angewandt.

In Interview räumt selbst der Couchsurfer, der auch bei Couchsurfing International Inc. arbeitet, ein, dass Couchsurfing-Nutzerinnen potenziell einer größeren Gefahr körperlicher

Übergriffe ausgesetzt seien als männliche User der Onlineplattform (vgl. 32_Russel: #00:48:42-1#). Die Gefahr ungewollter Nähe muss vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse als potenzieller Bestandteil des über Couchsurfing initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus bewertet werden. Bislang finden sich nur wenige Studien, die diese Problematik offen adressieren und untersuchen (vgl. Kapitel 6.1).

In Bezug auf die Abgrenzung von ungewollter Nähe zu tiefen Vertrautheit ist hervorzuheben, dass die beschriebene Nähe nicht konsensual ist. Aus diesem Grund kann sie nicht mit der für interpersonelle Authentisierungen als relevant bestimmten tiefen Vertrautheit gleichgesetzt werden. Vertrautheit ist für diese Authentisierungen stattdessen vornehmlich durch „high levels of self-disclosure in face-to-face relationships“ (Bialski 2012a: 41) gekennzeichnet.

Die Untersuchung des zweiten Fallbeispiels, der Authentisierungen im über Couchsurfing kostenfrei initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus, kommt daher zu dem Schluss, dass interpersonelle, räumliche und ortsspezifische Authentisierungen relativ homogen durch die vier Autoritäten vorgenommen werden. Es liegt dabei ein eindeutiger Fokus auf interpersonellen Authentisierungen sowie auf der Inszenierung der Gastgeber*innen als Bewohner*innen eines Zuhauses und Repräsentant*innen des Lokalen.

Im nachfolgenden Kapitel wird eine Abschlussbetrachtung vorgenommen, welche die Ergebnisse der Analyse von Fallbeispiel I und II zueinander in Beziehung setzt. Hierbei werden zudem Rückbezüge zur Erarbeitung der allgemeinen Definition von *peer-to-peer* Wohntourismus (vg. Kapitel 3) sowie zu den entwickelten Grundzügen der Soziologie des Wohnens (vgl. Kapitel 2) hergestellt und diskutiert.

7 Abschlussbetrachtung

Die vorliegende Arbeit hat sich entlang von sechs Kapiteln der Frage gewidmet, wie und durch wen jeweils Authentisierungen in Airbnbs und Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus vollzogen werden. Dieses Kapitel nimmt eine abschließende Beurteilung der erzielten Ergebnisse vor, ordnet sie in aktuelle Forschungsfelder ein und führt darauf aufbauend wertvolle theoretische und empirische Möglichkeiten für weiterführende Forschung an.

In den einleitenden Worten in Kapitel 1 wurde demonstriert, dass die knappe Frage „Wo wohnst du?“ im alltäglichen Sprachgebrauch eine Vielzahl von Antwortmöglichkeiten impliziert. Diese Vielzahl war genutzt worden, um in der Soziologie das Fehlen einer wissenschaftlichen Definition des Wohnens zu kritisieren. In Reaktion hierauf entwickelte Kapitel 2 sieben Grundthesen einer Soziologie des Wohnens, die es unter anderem möglich werden lassen, Wohnen als eine flexible und kreative Praktik zu begreifen. Wohnen ist dadurch an Aufenthaltsorten mit langer Verweildauer, wie der eigenen Wohnung, ebenso wie an temporären Wohnorten auf Reisen möglich. Zusätzlich liefert die entwickelte Soziologie des Wohnens das grundlegende Vokabular, um das Wohnen insbesondere in dem touristischen Kontext der Vermittlung von *peer-to-peer* Unterkünften durch Onlineplattformen adäquat adressieren zu können. Auf theoretischer Grundlage hat dies Kapitel 3 geleistet, indem es dieses Phänomen als „*peer-to-peer* Wohntourismus“ fasst und es entlang von fünf charakteristischen Dimensionen beschreibt. Eine dieser Dimensionen, die in der allgemeinen theoretischen Reflexion verbindender Gemeinsamkeiten der Vermittlung von *peer-to-peer* Unterkünften durch Onlineplattformen identifiziert wird, ist die Attribution von Authentizität. Sie konzentriert sich im *peer-to-peer* Wohntourismus auf ortsspezifische, räumliche oder interpersonelle Authentisierungen und wird durch verschiedene Autoritäten vorgenommen.

Um diese Zuschreibungen und ihre jeweiligen Autoritäten empirisch untersuchen zu können, wählte die vorliegende Arbeit in Kapitel 4 die Onlineplattform Airbnb und die

Onlineplattform Couchsurfing als zwei konkrete Fallbeispiele aus. Die explorative Untersuchung orientierte sich an der übergeordneten Forschungsstrategie der (N)Ethnographie. Mithilfe teilnehmender Beobachtungen in der Rolle von Host, Gast und Userin sowie mithilfe von leitfadengestützten Interviews mit Nutzer*innen der beiden Onlineplattformen wurde empirisches Material in Deutschland, den USA und Japan gesammelt.

Die Ergebnisaufbereitung dieses Materials ist für beide Fallbeispiele nach demselben Vorgehen strukturiert, da sie jeweils die von den vier möglichen Autoritäten vorgenommenen Authentisierungen in den Fokus rückt. Hierbei handelt es sich um (1) das Unternehmen, welches eine Onlineplattform betreibt; (2) das *hospitality network* als Infrastruktur, (3) die als *peer-to-peer* Reiseunterkunft genutzte Wohnung; (4) die User*innen, die sich als Host und Gast auf der Onlineplattform betätigen.

Kapitel 5 widmete sich der Untersuchung von Airbnb und stellte insbesondere heraus, dass ortsspezifische und räumliche Authentisierungen für diese Onlineplattform dominant sind. Allerdings herrscht zwischen dem Unternehmen und der Infrastruktur eine markante Diskrepanz. Diese Diskrepanz wirkt sich auf die Authentisierungen der anderen zwei Autoritäten aus, sodass Autoritäten und Authentisierungen in Airbnbs kostenpflichtigem *peer-to-peer* Wohntourismus durch heterogene Machtverhältnisse und konkurrierende Zuschreibungen gekennzeichnet sind.

In Kapitel 6 wurde Couchsurfing als Fallbeispiel II analysiert. Für die kostenlose Onlineplattform konnte jede der drei Arten von Authentisierungen identifiziert werden. Die vier Autoritäten nehmen folglich ortsspezifische, räumliche und interpersonelle Authentisierungen vor, wobei ein eindeutiger Schwerpunkt auf den interpersonellen Authentisierungen von *face-to-face* Begegnungen liegt. Diese Zuschreibungen erfolgen relativ homogen, da sie sich nicht auf ausgeprägten Machtverhältnissen gründen. Damit einhergehend ist, dass die verschiedenen Authentisierungen nicht kompetitiv zueinander stehen.

In der Abschlussbetrachtung werden die Ergebnisse aus Fallbeispiel I und II zunächst in Kapitel 7.1 miteinander verglichen und weiterführend diskutiert. Anschließend nimmt Kapitel 7.2 eine abschließende Bewertung des gesamten Vorgehens der vorliegenden Arbeit vor und gibt einen Ausblick für zukünftige Forschungsvorhaben.

7.1 Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus

In diesem Kapitel erfolgt eine zusammenfassende Betrachtung der Ergebnisse aus der Untersuchung von Authentisierungen anhand der zwei Fallbeispiele Airbnb und Couchsurfing. Begonnen wird mit einem direkten Vergleich der zentralen Resultate der für die zwei Onlineplattformen identifizierten Prozesse von Authentisierungen. An diesen Vergleich schließt direkt die Prüfung von Implikationen der empirischen Ergebnisse für die zuvor herausgearbeiteten allgemeinen Definitionen der drei Arten von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus an. Davon abstrahiert wird sodann ein Fazit hinsichtlich der geleisteten Verbindung der Soziologie des Wohnens mit der durchgeführten Analyse von *peer-to-peer* Wohntourismus gezogen.

Der zentrale Unterschied, der bei einem Vergleich der Ergebnisse zu Fallbeispiel I und II sofort auffällt, ist die unterschiedliche Schwerpunktsetzung, welche die Autoritäten bei Airbnb und Couchsurfing hinsichtlich der stattfindenden Authentisierungen vornehmen: In Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus steht die Unterkunft im Fokus (vgl. Kapitel 5.3), für Couchsurfing sind es die User*innen der Onlineplattform (vgl. Kapitel 6.3). Dieser Unterschied, so wird nachfolgend argumentiert werden, hängt nicht nur mit den anders organisierten Machtverhältnissen innerhalb von Prozessen der Authentisierung zusammen. Er ist vielmehr das Resultat der verschiedenen Geschäftsmodelle der beiden Betreiber der Onlineplattform.

Für die Onlineplattform Airbnb nehmen das Unternehmen, die Infrastrukturen, die *peer-to-peer* Unterkunft sowie die User*innen heterogene Zuschreibungen räumlicher und ortsspezifischer Authentizität vor (vgl. Kapitel 5.3). Diese Autoritäten sind in ungleichen Machtverhältnissen zueinander organisiert – am stärksten zeigt sich dies in der Diskrepanz zwischen den Authentisierungen von Airbnb Inc. und denjenigen, welche die Infrastruktur der Onlineplattform artikuliert (vgl. Kapitel 5.2.1; Kapitel 5.2.2). Ungeachtet der durch das Unternehmen benannten Authentisierungen von Orten und *peer-to-peer* Reiseunterkünften, weist Airbnb Inc. als Vertreter der *sharing economy* eine klare Markt- und Wettbewerbsorientierung auf. Diese Orientierung zeigt sich insbesondere darin, dass das Unternehmen auch professionalisierte *peer-to-peer* Unterkünfte, wie Ferienwohnungen oder Boutique-Hotels, als zulässige Inserate in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen erlaubt und diese zusätzlich noch infrastrukturell umfassend privilegiert werden.

In solchen Unterkünften ist die Möglichkeit interpersoneller Authentisierung, wie sie zuvor im Rahmen der Definition von *peer-to-peer* Wohntourismus in Kapitel 3.3 bestimmt worden war, nicht gegeben (vgl. Kapitel 5). Gastgeber*innen sind keine regulären Bewohner*innen dieser Unterkünfte, sie agieren stattdessen ausschließlich als Vermieter*innen einer nur für den Zweck der Kurzzeitvermietung genutzten *peer-to-peer* Reiseunterkunft. Vor diesem Hintergrund ist einleuchtend, dass die ausgeführten räumlichen und ortsspezifischen Authentisierungen der vier Autoritäten trotz ihrer Heterogenität bei Airbnb vornehmlich auf die *peer-to-peer* Unterkunft fokussiert sind (vgl. Kapitel 5.3).

Demgegenüber handelt es sich bei Couchsurfings *peer-to-peer* Unterkünften stets um die durch die Gastgeber*innen regulär bewohnten Wohnungen (vgl. Kapitel 6.3). Die Hosts stellen sie ihren Gästen kostenlos zur Verfügung und sind während der Aufenthalte anwesend. Dadurch ist es nicht die finanzielle Entlohnung, welche Übernachtungen in Couchsurfing-Unterkünften ermöglichen. Sie basieren stattdessen auf einem bestehenden Interesse von Gastgeber*in und Gast, sich persönlich in einer *face-to-face* Begegnung kennenzulernen (vgl. Kapitel 6.2.3; Kapitel 6.2.4). Dieses Interesse begründet die in vorgenommenen Authentisierungen identifizierte Konzentration auf die Couchsurfer*innen und ihr Erleben. Sie spiegelt sich deutlich in den ortsspezifischen, räumlichen und interpersonellen Authentisierungen wider, welche durch das Unternehmen, die Infrastrukturen, die *peer-to-peer* Unterkunft und die User*innen artikuliert werden (vgl. Kapitel 6.3). Da diese vier Autoritäten hierbei relativ übereinstimmend agieren, ist Couchsurfings kostenloser *peer-to-peer* Wohntourismus nicht durch heterogene Machtverhältnisse im Zuschreiben von Authentizität gekennzeichnet.

Für die beiden untersuchten Fallbeispiele ist mit Blick auf diese Ausführungen folglich festzuhalten, dass die Fokussierung von Authentisierungen signifikant von dem zugrundeliegenden Geschäftsmodell des betreibenden Unternehmens einer Onlineplattform abhängig ist. Aus dieser Abhängigkeit resultieren vier weiteren Differenzen, welche Authentisierungen in Fallbeispiel I und II prägen.

Hierbei handelt es sich um (1) die Relevanz der Gastgeber*innen, um (2) die Motivation zur Initiierung von Kontakt, (3) den Stellenwert der *peer-to-peer* Unterkunft und (4) den Status von räumlichen Grenzziehungen und der Schlüsselübergabe an Gäste.

- (1) Erstens kommt den Gastgeber*innen im über Airbnb initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus im Vergleich zu Couchsurfing eine bedeutend geringere Relevanz hinsichtlich von Authentisierungen zu. Airbnb-Hosts agieren vornehmlich als Vermieter*innen einer *peer-to-peer* Unterkunft, sie müssen während des Gast-Aufenthaltes nicht einmal persönlich anwesend sein (vgl. Kapitel 5.2.4). Demgegenüber werden die Hosts bei Couchsurfing durch die vier verschiedenen Autoritäten zu Repräsentant*innen des Lokalen und zu regulären Bewohner*innen eines Zuhause erklärt (vgl. Kapitel 6.2.1; Kapitel 6.2.2; Kapitel 6.2.3; Kapitel 6.2.4). Dadurch sind sie es, die während des Gast-Aufenthaltes ortsspezifische und räumliche Authentisierungen vornehmen.
- (2) Der zweite Unterschied zwischen Fallbeispiel I und II betrifft die Initiierung von Kontakt zwischen unterschiedlichen User*innen. Sie wird bei beiden Onlineplattformen primär durch die potenziellen Gäste einer *peer-to-peer* Unterkunft vorgenommen, doch erfolgt dies aus verschiedenen Motivationen heraus. Bei Airbnb orientiert sich die Kontaktaufnahme eines Users an der visuellen Präsentation der Unterkunft, Airbnb-Gäste suchen nach einem ansprechenden Einrichtungsstil, der ihren eigenen Vorlieben ähnelt (vgl. Kapitel 5.2.2; Kapitel 5.2.3). Die Schwerpunktsetzung auf ortsspezifische und räumliche Authentisierungen deutet sich hier an (vgl. Kapitel 5.3). Demgegenüber werden Hosting-Anfragen bei Couchsurfing selbst dann verschickt, wenn es keine Fotos der betreffenden *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten hochgeladen wurden (vgl. Kapitel 6.2.3). Entscheidend ist vielmehr, inwiefern die persönlichen Angaben im Onlineprofil des angefragten Hosts das Interesse wecken (vgl. ebd.; Kapitel 6.2.2). Hier stehen die User*innen und ihre individuellen Eigenschaften im Vordergrund, dies ist ein Resultat der starken Konzentration auf interpersonelle Authentisierungen.
- (3) Ebenfalls eng mit den verschiedenen Schwerpunktsetzungen hinsichtlich der stattfindenden Authentisierungen verbunden, ist die Bedeutung der *peer-to-peer* Unterkunft bei Airbnb und Couchsurfing. Für den monetären *peer-to-peer* Wohntourismus, den Airbnb vermittelt, ist die Unterkunft ein Produkt. Dies wird unter anderem dadurch illustriert, dass die Onlineplattform die Angebote des Wohntourismus nicht von professionalisierten Reiseunterkünften unterscheidet. Im Zuge der (n)ethnographischen Forschung hat sich zudem gezeigt, dass Angleichungen der *peer-to-peer* Unterkünfte an die Präsentation und Vorbereitung von klassischen Beherbergungsbetrieben stattfinden (vgl. Kapitel 5.2.3). Für die Begründung

ortsspezifischer Authentizität unterschieden Airbnb-User*innen beider Typen von *peer-to-peer* Reiseunterkünften deren Lage von Hotelgegenden (vgl. Kapitel 5.2.4).

Im kostenlosen *peer-to-peer* Wohntourismus, den Couchsurfing vermittelt, ist die zur Verfügung gestellte Unterkunft ein Ort der Ermöglichung des Aufbaus einer tiefen Vertrautheit in der Beziehung zwischen Gast und Host. Sie tritt daher hinter diese Zielsetzung zurück, ist zugleich jedoch von hoher Bedeutung. Dies hatte insbesondere Kapitel 6.2.4 deutlich herausgearbeitet, in der die als Zuhause empfundene Wohnung des Gastgebers als förderlich für eine „instant connection“ mit den empfangenen Gästen beschrieben wurde. Die *peer-to-peer* Unterkunft wird im Fall von Couchsurfing nicht als Produkt, sondern als Kennzeichen räumlicher Authentizität inszeniert (vgl. Kapitel 6.2.1; Kapitel 6.2.2; Kapitel 6.2.4).

- (4) Abschließend sei auf den vierten Unterschied zwischen den Authentisierungen bei Fallbeispiel I und II verwiesen, dieser betrifft die abweichende Bedeutung räumlicher Grenzziehungen sowie die Übergabe eines eigenen Wohnungsschlüssels an Gäste. In Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus können räumliche Grenzziehungen eine Unterkunft insofern authentisieren, als sie diese als durch den Host regulär bewohnte Wohnung kennzeichnen (vgl. Kapitel 5.2.4). Das Aushändigen eines Schlüssels zur *peer-to-peer* Unterkunft an Gäste ist bei Airbnb zudem ein essentieller Bestandteil einer gebuchten Übernachtung. Dies muss nicht durch die Gastgeber*innen persönlich erfolgen, sondern wird oft über das Befestigen von Schlüsselsafes vor der betreffenden Unterkunft gelöst (vgl. ebd.). Bei einem Schlüsselsafe können die Gäste ihren Check-in flexibel und eigenständig vornehmen. Er verhindert allerdings die *face-to-face* Begegnung zwischen Host und Gast und wirkt daher interpersonellen Authentisierungen entgegen (vgl. ebd.).

Im Fall von Couchsurfing wurden räumliche Grenzziehungen nicht in Hinblick auf mögliche Authentisierungen der *peer-to-peer* Unterkunft beschrieben. Sie erwiesen sich gerade aufgrund ihrer Abwesenheit als Beispiel für wirkungsvolle affektive und emotionale Arbeit, weil sie das Interesse an persönlicher Interaktion der Gastgeber*innen an ihren Gästen illustriert (vgl. Kapitel 6.2.4). Die Übergabe eines eigenen Wohnungsschlüssels an Gäste stellt bei Couchsurfing, anders als bei Airbnb, keine Selbstverständlichkeit dar (vgl. ebd.). Je nach individueller Situation kann sich das Aushändigen eines Schlüssels als Geste des Vertrauens in den Gast oder als Absage an gemeinsam verbrachte Zeit auswirken. Daher ist ihm bezüglich interpersoneller Authentisierungen ein ambivalentes Potenzial inhärent.

Diese vier Differenzen, die sich im direkten Vergleich zeigen, illustrieren erneut eindrücklich, wie stark Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus von der jeweiligen Onlineplattform abhängig sind. Diese Abhängigkeit bestimmt nicht nur darüber, welche der drei Arten von Authentisierungen dominant sind, sondern auch, wie die Machtverhältnisse der Autoritäten sich innerhalb von vorgenommenen ortsspezifischen, räumlichen oder interpersonellen Authentisierungen gestalten (vgl. Kapitel 3.3). Vor diesem Hintergrund zeigt sich, wie wertvoll die Berücksichtigung zweier Fallbeispiele für die Untersuchung von Authentisierungsprozessen im *peer-to-peer* Wohntourismus ist.

Losgelöst vom Vergleich der beiden Fallbeispiele, ist zusätzlich zu prüfen, welche Implikationen sich aus der empirischen Untersuchung für die drei identifizierten Arten von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus ergeben (vgl. Kapitel 3.3). Diese waren bislang ausschließlich theoretisch fundiert worden und können nun durch die zwei gewählten Zugänge zum Phänomen, die Analyse von Airbnb und die Untersuchung von Couchsurfing, durch empirisch ermittelte Erkenntnisse ergänzt werden.

Als erste kennzeichnende Art von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus sind ortsspezifische Authentisierungen bestimmt worden (vgl. ebd.). Diese authentisieren Orte, indem sie diese als Hinterbühne einer Destination präsentieren. Als maßgebliche Autorität ist diesbezüglich, unter Rückgriff auf die von MacCannell beschriebene Denkfigur der Vorder- und Hinterbühnen, der Betreiber einer Onlineplattform identifiziert worden.

Aufgrund der Ergebnisse der (n)ethnographischen Feldforschung ist diese Definition um drei wesentliche Erkenntnisse zu erweitern. Zum einen zeigen die ortsspezifischen Authentisierungen, die durch Airbnb Inc. in Fallbeispiel I vorgenommen werden, dass sich die Authentisierung eines Ortes nicht ausschließlich auf seine Lage konzentrieren muss (vgl. Kapitel 5.2.1). Sie kann zusätzlich dessen Zeitlichkeiten als besonders betonen und somit Orte *off the beaten track* auch über deren Rhythmik authentisieren. Zum anderen lassen die ortsspezifischen Authentisierungen bei Couchsurfing deutlich werden, dass Orte nicht unbedingt durch einen Verweis auf ihre Lage, sondern ebenso durch die Inszenierung der Gastgeber*innen als reguläre Bewohner*innen dieser Orte – als Repräsentant*innen des Lokalen – authentisiert werden können (vgl. Kapitel 6.2.1; Kapitel 6.2.3). Drittens hat die durchgeführte Untersuchung zwar die Autorität der betreibenden Unternehmen einer

Onlineplattform hinsichtlich der Artikulation ortsspezifischer Authentisierung bekräftigt (vgl. Kapitel 5.2.1; Kapitel 6.2.1), doch hat sie darüber hinaus verdeutlicht, dass User*innen und *peer-to-peer* Unterkunft hier ebenfalls als Autoritäten tätig werden können (vgl. Kapitel 5.2.4; Kapitel 6.2.3).

Demnach ist für die Definition ortsspezifischer Authentisierung im *peer-to-peer* Wohntourismus festzuhalten, dass Orte auch aufgrund eines Verweises auf eine ihr eigene Rhythmik und/oder die Inszenierung der Gastgeber*innen als Repräsentant*innen des Lokalen vorgenommen werden können. Neben dem Unternehmen sind User*innen und die *peer-to-peer* Unterkunft hierbei als relevante Autoritäten zu berücksichtigen.

Die zweite Art von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus sind räumliche Authentisierungen, welche sich auf die Betonung der Individualität einer Unterkunft stützen (vgl. Kapitel 3.3). Sie werden meist durch ortsspezifische Authentisierungen gestärkt, beruhen jedoch primär auf einer Authentisierung der *peer-to-peer* Reiseunterkünfte durch die dort befindlichen Spuren des (Be)Wohnens der Gastgeber*innen. Dieses *life narrative* der regulären Bewohner*innen ist als entscheidendes Kennzeichen für räumliche Authentisierungen identifiziert worden.

Mithilfe der empirisch fundierten Analyse sind vier Aspekte in diese Definition zu integrieren. Erstens muss sich die Inszenierung räumlicher Authentizität nicht nur auf das *life narrative* der Gastgeber*innen stützen, sondern kann darüber hinaus das temporäre (Be)Wohnen der Airbnb-Gäste akzentuieren (vgl. Kapitel 5.2.1). Das *life narrative* der Host bedingt demnach ein unbeschwertes temporäres (Be)Wohnen, wodurch Gäste ihr individuelles *life narrative* unbeschwert in die Unterkunft einschreiben können. Die zweite und dritte Erweiterung der Definition von räumlichen Authentisierungen bestimmt ebenfalls zusätzliche Kennzeichen zur Begründung der Authentizität einer Unterkunft. Zunächst ist diesbezüglich hervorzuheben, dass räumliche Authentisierungen direkt durch die Inszenierung des Hosts als reguläre*r Bewohner*in einer Reiseunterkunft vorgenommen werden können (vgl. Kapitel 6.2). Eine Unterkunft ist dann deswegen authentisch, weil sie für die Gastgeber*innen als Zuhause fungiert. Als dritte Erweiterung für die Definition von räumlichen Authentisierungen ist die Verkürzung ihrer Begründung auf den Verweis eines bestehenden Unterschiedes zur Ausstattung und Einrichtung im Hotel zu nennen (vgl. Kapitel 5.2.3; Kapitell 6.2.3). Die *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten werden hierbei nicht primär über das *life narrative* der

Gastgeber*innen, sondern über den Verweis auf ihre Differenz zum standardisierten Hotelinterieur authentisiert.

Der vierte Aspekt sensibilisiert dafür, dass räumliche Authentisierungen nicht per se mit einer Aufwertung der betreffenden *peer-to-peer* Unterkunft einhergehen müssen. Individuell bestimmte Standards von Sauberkeit, die Teil des *life narratives* von Bewohner*innen einer Wohnung sind, können sich als Herausforderung erweisen, wenn sie bei Host und Gast zu stark voneinander abweichen (vgl. Kapitel 5.2.4). Die Spuren des (Be)Wohnens dienen in diesem Fall zwar als Kennzeichen räumlicher Authentizität, doch bedingen sie eine Abwertung der Attraktivität einer *peer-to-peer* Reiseunterkunft.

Die theoretisch erarbeitete Definition von räumlichen Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus muss demnach ebenfalls temporäres (Be)Wohnen, die Beziehung zwischen Host und angebotener Unterkunft sowie die Betonung einer Differenz zu Hotelinterieur als wichtige Kennzeichen einer räumlichen Authentizität anführen. Zudem ist zu berücksichtigen, dass räumliche Authentisierungen ebenfalls herausfordernde Zumutungen darstellen können.

Als dritte Art von charakteristischen Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus sind interpersonelle Authentisierungen identifiziert worden (vgl. Kapitel 3.3). Diese beziehen sich auf die Interaktion zwischen Host und Gast. Sie gründen sich maßgeblich auf der doppelten Authentisierung der Gastgeber*innen als reguläre Bewohner*innen einer *peer-to-peer* Unterkunft einerseits und als Bewohner*in der Hinterbühnen einer Destination andererseits. Gästen wird durch den Kontakt und während des *face-to-face* Treffens mit den Gastgeber*innen Zugang zu deren Wohnungen und den Orten *off the beaten track* eröffnet.

Diese dritte Art von Authentisierungen wird durch die Ergebnisse der Analyse um drei Einsichten angereichert. Zunächst basiert die Authentisierung der Gastgeber*innen als reguläre Bewohner*innen einer Unterkunft auf der Artikulation einer engen Verbindung zwischen den Hosts und ihren Wohnungen (vgl. Kapitel 5.2.1; Kapitel 6.2). Dies wird vornehmlich dadurch geleistet, dass die *peer-to-peer* Unterkunft als Zuhause bezeichnet wird. Dies war bereits im Zuge der Auseinandersetzungen mit den räumlichen Authentisierungen beschrieben worden. Des Weiteren wird die zweite Authentisierung der Gastgeber*innen durch ihre Kennzeichnung als Repräsentant*innen des Lokalen vorgenommen (vgl. Kapitel 6.2.1; Kapitel 6.2.3; Kapitel 6.2.4). Aus dieser doppelten Authentisierung des Hosts folgt, dass Gäste ein Interesse daran haben, ihre jeweiligen Hosts persönlich kennenzulernen. Die *face-to-face* Begegnungen werden sodann durch eine tiefe Vertrautheit in der Beziehung zwischen

Gast und Gastgeber*in authentisiert (vgl. Kapitel 6.2.4). Um diese herzustellen, ist affektive und emotionale Arbeit notwendig (vgl. ebd.).

Für die Definition von interpersonellen Authentisierungen ist demnach festzuhalten, dass diese durch die Kennzeichnung der *peer-to-peer* Unterkunft als Zuhause, der Bestimmung der Gastgeber*innen als Repräsentant*innen des Lokalen und dem Bestreben des Aufbaues einer tiefen Vertrautheit zwischen Host und Gast zu erweitern ist.

Die (n)ethnographisch fundierte Untersuchung hat es folglich ermöglicht, den theoretisch erschlossenen Definitionen von ortsspezifischen, räumlichen und interpersonellen Authentisierungen relevante Aspekte hinzuzufügen. Zugleich hat sie dabei gezeigt, dass jede dieser drei Arten von Authentisierungen eine praktische Bedeutung im *peer-to-peer* Wohntourismus aufweisen.

Übergeordnet schließt die vorliegende Arbeit dadurch an den aktuellen Stand der in den Tourismuswissenschaften geführten Debatte um Authentizität an (vgl. u.a. Lugosi 2016; Cohen/Cohen 2019, 2012; Kapitel 3.2). Am Beispiel von Airbnb und Couchsurfing hat sie offengelegt, wie verschiedene Autoritäten Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus artikulieren und inwieweit diese Artikulationen durch starke oder schwache Machtverhältnisse heterogen oder homogen vorgenommen werden. Sie illustriert dadurch eindrücklich, dass sich das Versprechen von Authentizität trotz des wissenschaftlichen Diskurses als wirkmächtig für das Reisen und Verreisen zeigt.

Zusätzlich bricht die vorliegende Arbeit durch ihre Entwicklung der Soziologie des Wohnens (vgl. Kapitel 2) eine Reihe strikter Dichotomien in der Tourismusforschung auf. Diesbezüglich ist vor allem die rigide Trennung von Wohnen und Reisen angeführt worden (vgl. Kapitel 3). Dass Reisen ebenfalls durch Inbesitznahmen und relationale Wohnraumkonstitutionen geprägt ist, lässt sich leicht mit Beispielen aus der Analyse von Airbnb und Couchsurfing veranschaulichen. So sind etwa die Übergabe des Wohnungsschlüssels an Gäste sowie das erste Betreten der *peer-to-peer* Reiseunterkunft als Praktiken des temporären Bewohnens zu kennzeichnen, da sich in beiden die kurzzeitig angelegte Inbesitznahme der jeweiligen Unterkunft durch Gäste ausdrückt (vgl. Kapitel 2.3; Kapitel 5.2.4; Kapitel 6.2.4). Die Bedeutung temporären Wohnens war im Zuge der

räumlichen Authentisierungen sogar durch das Unternehmen in Fallbeispiel I hervorgehoben worden (vgl. Kapitel 5.2.1).

Darüber hinaus stellt die vorliegende Arbeit ebenfalls den konzeptuell oft herangezogenen Gegensatz zwischen Alltagsleben und Tourismus infrage. Dies wird auf zweifache Weise geleistet. Zum einen gründen sich Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus wesentlich auf die Erklärungen von Wohnorten, des Wohnens und von Bewohner*innen als authentisch. Mithilfe der Soziologie des Wohnens sind diese drei Aspekte insgesamt als wesentlich durch Alltag und damit zugleich durch Kreativität bestimmt zu kennzeichnen (vgl. Kapitel 2.3). Aus der Perspektive der Gäste sind es demnach die Ergebnisse fremder Besitzansprüche an Orte, das kreative Bespielen dieser Orte durch alltägliche Gewohnheiten sowie die Konstituierenden dieser Wohnorte und Wohnräume, welche im Zentrum der drei Arten von Authentisierungen stehen. Auf diese Weise verknüpft *peer-to-peer* Wohntourismus Alltagsleben und Tourismus miteinander.

Wie zuvor bereits erläutert, berücksichtigt das in der Soziologie des Wohnens entwickelte dynamische Verständnis von Wohnen zum anderen, dass auch Gäste während ihres Aufenthaltes in der *peer-to-peer* Unterkunft diese bewohnen. Dies impliziert, dass ihre temporären Konstitutionen von Wohnraum ebenfalls durch alltägliche Gewohnheiten charakterisiert sind. Ein solches Verständnis verbindet demnach ebenso auf Seiten der Reisenden Alltag mit Tourismus und ist für die Tourismuswissenschaften keinesfalls trivial. Es kommt der mehrfach artikulierten Forderung nach, die Vorstellung des Reisens als vollständiger Flucht vor dem Alltag zu überwinden (vgl. Larsen 2008; White/White 2007; Edensor 2001).

Aufgrund dieser zweifachen Aufweichung strikter konzeptueller Dichotomien liefert die vorliegende Arbeit ebenfalls einen essentiellen Beitrag zur aktuellen De-Differenzierungsdebatte in der Forschung zu Tourismus. Diese hat zu Beginn der 2000er Jahre eingesetzt und betont die Verflechtung von ursprünglich binär konzipierten Kategorien als konstitutiv für Tourismus (vgl. u.a. Stors et al. 2019; Cohen/Cohen 2019; Larsen 2008; Baerenholdt et al. 2004). Hatten sich Arbeiten diesbezüglich vor allem auf die theoretische Begründung dieses Postulates konzentriert, verbindet die vorliegende Arbeit konzeptionelle Annahmen mit empirischer Forschung.

Es bleibt hervorzuheben, dass die Verknüpfung der Soziologie des Wohnens mit der durchgeführten Analyse von Authentisierungen im *peer-to-peer* Wohntourismus das Fundament für weitere fundamentale Forschung zum Wohnen, zum Reisen und zur Vermittlung von *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten durch Onlineplattformen bereitet. Welche Anknüpfungspunkte hierbei besonders relevant für zukünftige Arbeiten sind, legt das nachfolgende Kapitel in einem Ausblick dar.

7.2 Ausblick

Durch die Entwicklung einer Soziologie des Wohnens, der Definition von *peer-to-peer* Wohntourismus, der Wahl eines (n)ethnographischen Forschungsstils sowie der Untersuchung von Authentisierungen bei Airbnb und Couchsurfing bietet die vorliegende Dissertation eine Vielzahl von theoretischen und empirischen Erweiterungsmöglichkeiten für künftige Forschung. Im Folgenden werden, der gewählten Struktur der Arbeit folgend, zunächst vier dieser Möglichkeiten für die Soziologie des Wohnens angeführt. Im Anschluss daran erfolgen die Erläuterung weiterer Anknüpfungspunkte für das Phänomen *peer-to-peer* Wohntourismus. Die durchgeführte Untersuchung von Airbnb und Couchsurfing wird angesichts aktueller Ereignisse der beiden Onlineplattformen reflektiert. Abschließend wird die Relevanz der erzielten Ergebnisse vor dem Hintergrund der stetig zunehmenden globalen Verflechtungsprozesse des technologischen Fortschritts bewertet.

Der zentrale theoretische Erkenntnisgewinn der vorliegenden Dissertation liegt in der Entwicklung einer Soziologie des Wohnens (vgl. Kapitel 2). Besonders hervorzuheben ist die Erarbeitung eines Verständnisses von Wohnen, welches dieses als eine dynamische, gestalterische Praktik der Wohnraumkonstitution versteht. Wohnen ist geprägt durch Gewohnheit und damit durch differente Wiederholung alltäglicher Routinen. Es ist taktisch, da es die Ordnungen und Regeln von Wohnorten kreativ bespielt. Diese Konzeption löst das Wohnen aus der Starrheit, die ihm bislang theoretisch zugeschrieben wurde. Sie befreit das Wohnen aus seiner dominanten Assoziation mit fester Verwurzelung, mit Stillstand und aus seiner dichotomen Beziehung zum Reisen.

Dies in der vorliegenden Arbeit entwickelte Verständnis von Wohnen ist dabei derart grundsätzlich, dass es über die Soziologie hinaus essentielle Theorie-Impulse für weitere wissenschaftliche Forschungen anderer Disziplinen bietet. Durch die gleichzeitige Konzentration auf die Räume und Orte des Wohnens sowie die Praktiken des (Be)Wohnens sind die sieben Thesen der Soziologie des Wohnens etwa anschlussfähig für Arbeiten mit philosophischem, psychologischem oder kulturwissenschaftlichem Fokus.

Die interdisziplinäre Anwendbarkeit der entworfenen Soziologie des Wohnens ist vor allem auch deswegen hervorzuheben, da die vorliegende Arbeit ein fundamentales wissenschaftliches Desiderat adressiert hat. Aufgabe zukünftiger Forschung ist es nun, auf Grundlage des geschaffenen Fundaments die Erkenntnisse der Soziologie des Wohnens weiter

anzureichern. Die folgenden vier Anknüpfungspunkte sind Beispiele für derartige konstruktive Erweiterungen.

(1) Den ersten Anknüpfungspunkt für ein solches Vorhaben bietet die bisherige Begriffsarbeit zum Zuhause. Wie in Kapitel 2.1.5 dargelegt, hat sich die vorliegende Arbeit diesbezüglich ausschließlich auf positive Konnotationen gestützt. Dies war durch die empirische Schwerpunktsetzung der Arbeit begründet. Eine Annäherung über negative Zuschreibungen und Empfindungen zum Zuhause ist daher für die weiterführende begriffliche Entwicklung drängend. Die Geographinnen Alison Blunt und Robyn Dowling verweisen in ihrem umfassenden Werk *Home* (2006) beispielsweise darauf, dass es neben „homely homes“ ebenso „unhomely homes“ gäbe und dass ein Wohnort zwischen diesen beiden Zuschreibungen changieren könne (vgl. Blunt/Dowling 2006: 26). Durch die Einbindung von Edward Relphs Konzept *sense of place* hat die Dissertation die theoretische Konzeption von Zuhause über starke Gefühle von Entfremdung oder Desintegration bereits potentiell integriert. Diese theoretische Vorbereitung gilt es nun, im Zuge anschließender Arbeiten, konstruktiv zu nutzen.

(2) Ein weiterer Anknüpfungspunkt für nachfolgende theoretische Erörterungen ist die kulturelle Dimension des Wohnens. Im Rahmen der Entwicklung der Soziologie des Wohnens wurde mehrfach betont, dass die Räume und Orte des Wohnens sowie die Praktiken des (Be)Wohnens durch kulturelle Einflüsse geprägt sind (vgl. u.a. Kapitel 2.1.2; 2.1.4). Da Airbnbs und Couchsurfings User*innen vornehmlich als Mitglieder einer globalen Praxisgemeinschaft verstanden worden sind (vgl. Kapitel 3.1), kam diesen Einflüssen in der analytischen Untersuchung wenig Relevanz zu: Mögliche länderspezifische kulturelle Eigenheiten rückten zugunsten der infrastrukturellen Normen und Standardisierungen in den Hintergrund der Reflexionen. Hat diese Art der Fokussierung zwar das Offenlegen der Bedingungen einer Praxisgemeinschaft möglich werden lassen, produziert es gleichzeitig eine artifizielle Konzentration der jeweiligen User*innen auf ihre Mitgliedschaft in einer solchen. Ihre als *peer-to-peer* angebotenen und genutzten Wohnungen sind stets eingebettet in lokale Kontexte. Dort, wo sie als reguläre Bewohner*innen durch langfristige Wohnraumkonstitutionen einen Wohnort taktisch bespielen, sind sie, ihre Wohnungseinrichtung und -architektur sowie ihr Wohnen daher ebenso durch ortsspezifische kulturelle Einflüsse geprägt.

Es ist gerade im Hinblick auf das Ziel, die Soziologie des Wohnens weiter anzureichern, vonnöten, mithilfe einer (vergleichenden) Kulturosoziologie die kulturelle Dimension des Wohnens und der Wohnungen explizit herauszuarbeiten. Von einer solchen Leistung wird wiederum der *peer-to-peer* Wohntourismus konzeptionell profitieren, da sie den Nexus von Lokalität und Kultur offenläge und damit etwa die Definition räumlicher Authentisierungen schärfen würde. In diesem Kontext ist insbesondere der kulturell stark aufgeladenen Bedeutung von Privatsphäre nachzugehen – einer essentiellen Vokabel der Soziologie des Wohnens. Die konzeptionelle Auseinandersetzung mit Privatsphäre eignet sich für weitere, vertiefende Untersuchungen zu *peer-to-peer* Wohntourismus. Sie lässt sich an die Forschung zu Authentisierungen anfügen (vgl. Stoltenberg 2019).

(3) Darüber hinaus ist es drittens erforderlich, neben der kulturellen Dimension auch der sozio-ökonomischen Dimension des Wohnens weiter nachzugehen. Zwar ist darauf hingewiesen worden, dass beispielsweise die Wohnung oder ihre Inneneinrichtung maßgeblich durch den finanziellen Status ihrer regulären Bewohner*innen bestimmt ist (vgl. Kapitel 2.1.4), doch bedarf es zukünftiger Forschungen, die diesen Aspekt dezidiert fokussieren.

Eine geeignete Referenz für ein solches Vorhaben bietet beispielsweise der Soziologe Andreas Reckwitz in *Die Gesellschaft der Singularitäten* (2017). Reckwitz schildert unter anderem die Beobachtung, dass sich insbesondere die Mittelklasse in spätmodernen Gesellschaften ein „komplexes ästhetisches Wohnwissen“ angeeignet habe, „so dass die Wohnungen zum Gegenstand kreativer Kuratierung und Ausdruck eines jeweils einzigartigen Stils werden können“ (Reckwitz 2017: 316–317). Ein derartiges Wohnwissen in seiner Genese und Reproduktion weiter zu erforschen, leistet einen fundamentalen Beitrag zur Weiterentwicklung der Soziologie des Wohnens. Im Hinblick auf den *peer-to-peer* Wohntourismus wäre es darüber hinaus ebenso vielversprechend zu prüfen, inwiefern die globalen Praxisgemeinschaften durch die Entstehung eines ihnen jeweils eigenen Wohnwissens charakterisiert werden können. Die fortschreitende Homogenisierung der Ästhetik, die für Airbnb-Inserate festgestellt wurde (vgl. Kapitel 5.2.2), liefert für diese Forschung einen entscheidenden Anknüpfungspunkt.

(4) Als vierter und abschließender Aspekt sei erwähnt, dass Situationen des Zusammenwohnens in zukünftigen Untersuchungen noch eingehender zu erforschen sind.

Aus theoretischer Perspektive hat die hier erarbeitete Soziologie des Wohnens diesen Aspekt erkannt, dennoch hatte er für die empirische Untersuchung weniger Gewicht. Hierbei wäre es vor allem interessant, ein längerfristig geplantes gemeinsames Wohnen zu beobachten. In Wohngemeinschaften oder Familien ließen sich Aushandlungen um räumliche Grenzziehungen, bewusste Grenzüberschreitungen oder Angleichungen differenter Wiederholungen im Wohnen selbst untersuchen. Es ist anzumerken, dass eine derartige Untersuchung – wenn sie empirisch erfolgen soll – durch das erforderliche Forschungsdesign in ihrer Realisierung erschwert wird.

Neben diesen vier Erweiterungsmöglichkeiten für die theoretische Arbeit an der Soziologie des Wohnens, lassen sich derartige Anknüpfungspunkt ebenfalls für die erfolgte Definition von *peer-to-peer* Wohntourismus anführen (vgl. Kapitel 3). Wie in Kapitel 7.1 bereits erläutert, trägt die Einbettung des entwickelten Verständnisses von Wohnen als dynamisch in die Bestimmung von *peer-to-peer* Wohntourismus auf konzeptioneller Ebene den Implikationen der aktuellen Debatte um kategorischer De-Differenzierung in den Tourismuswissenschaften Rechnung. Dem ist hinzuzufügen, dass binäre Unterscheidungen in der Praxis weiterhin eine starke Wirkmächtigkeit behaupten können. Die Autoritäten der beiden untersuchten Onlineplattformen unterscheiden in ihren Authentisierungen beispielsweise zwischen Reisenden und Tourist*innen, Gästen und „Locals“, Hotelzimmern und *peer-to-peer* Unterkünften, Orten *on* und *off the beaten track* (vgl. Kapitel 5; Kapitel 6). Zukünftige Studien sollten die Artikulation derartiger Unterscheidungen anhand ihrer Produktion und Wirkmächtigkeit im Kontext von *peer-to-peer* Wohntourismus weiter untersuchen. Durch ihre umfassende theoretische Konzeption dieses Phänomens liefert die Dissertation hierfür eine konstruktive Grundlage.

Des Weiteren ist hinsichtlich der vier identifizierten Autoritäten von Authentisierungen (vgl. Kapitel 3.3) zu prüfen, ob die Onlineplattform selbst ebenfalls als weitere Autorität bestimmt werden kann. Theoretische Referenzen bietet die medienwissenschaftlich geprägte Forschung der „platform studies“ zu Onlineplattformen wie Facebook, Google oder YouTube (vgl. u.a. Bucher/Helmond 2018; Burgess/Green 2018; Plantin et al. 2018; Bogost/Montfort 2009). Der Versuch, die Onlineplattform als weitere Autorität zu definieren, muss sich insbesondere auf die Unterscheidung zwischen Onlineplattform und Infrastruktur konzentrieren. Dies kann dazu beitragen, die Definition von *peer-to-peer* Wohntourismus weiter anzureichern.

Ein zusätzlicher Aspekt, der als Ergänzung der erarbeiteten Definition dieses Phänomen zu berücksichtigen ist, ist der Status emotionaler und affektiver Arbeit. Im Zuge der Rezeption des Forschungsstandes zu Couchsurfing wurde die hohe Bedeutung dieser Arbeit angeführt (vgl. Kapitel 6.1). Diese Bedeutung war in Kapitel 6.2.4 bereits kurz hinsichtlich interpersoneller Authentisierungen mithilfe empirischen Materials illustriert worden.

Das (n)ethnographisch gewonnene empirische Material lässt darüber hinaus auf eine Relevanz emotionaler und affektiver Arbeit im Moment der Abreise des Gastes aus der *peer-to-peer* Unterkunft schließen. In den leitfadengestützten Interviews hatten insbesondere Airbnb-User*innen davon berichtet, dass sie vor dem Check-out darauf achten, dass sie die gebuchte Reiseunterkunft ordentlich hinterlassen. Wie umfassend dies vollzogen wird, variiert stark und ist nicht vom Typus der Airbnb-Unterkunft abhängig: Einige Gäste achten darauf, dass die von ihnen genutzte Unterkunft einen ordentlichen Eindruck macht, andere bringen den Müll heraus, ziehen die Bettwäsche ab oder putzen umfassend (vgl. u.a. 01_Lara: #00:20:54-1#; 02_Sabine: #00:17:38-5#; 04_Ben: #00:08:58-2#; 05_Emilia: #00:15:20-4#; 07_Noah: #00:30:49-5#; 10_Zahra: #00:10:41-8#–#00:10:57-7#; 13_Erika: #00:22:24-7#). Es ist zu diskutieren, inwiefern diese Praktiken Ausdruck emotionaler und affektiver Arbeit sind. Zugleich sind sie jedoch sämtlich als ein Beenden der Inbesitznahme der Wohnung zu deuten. Die Gäste reisen ab und entfernen demnach mehr oder weniger umfänglich die Spuren des temporären (Be)Wohnens. Inwiefern dies mit monetären *peer-to-peer* Wohntourismus zusammenhängt, ist ebenso wie der Stellenwert emotionaler und affektiver Arbeit noch dezidierter zu prüfen.

Die empirische Erforschung von *peer-to-peer* Wohntourismus zeichnet sich durch ihre (n)ethnographische Forschungshaltung aus (vgl. Kapitel 4). Die qualitative Untersuchung hat eine Bandbreite von auszuwertendem Material generiert. Es wäre dem explorativen Charakter der Forschung dienlich gewesen, selbst die Rolle eines Airbnb-Hosts auszuüben, um so die Auswirkungen der identifizierten Diskrepanz zwischen Inszenierung von Authentizität und den Logiken des *hospitality networks* (vgl. Kapitel 5.3) aus der Perspektive der Gastgeber*innen noch dezidierter erfassen zu können. Die rechtliche Regulierung von Kurzzeitvermietungen in Hamburg ließ dies nicht zu.

Grundsätzlich sollte zukünftige Forschung mithilfe qualitativer Untersuchungen noch stärker auf die jeweiligen Gastgeber*innen und ihre Beziehung zur als Reiseunterkunft genutzten

Wohnung eingehen. Dies kann mit ähnlichen Methoden realisiert werden, wie sie Clare Cooper Marcus in ihrem ersten Kapitel in *House As a Mirror of Self: Exploring the Deeper Meaning of Home* (1995) beschreibt. Um die emotionale Dimension der Wohnung herauszuarbeiten, hat sie Menschen in deren Zuhause besucht und sie dort gebeten, zunächst mithilfe einer Zeichnung die Beziehung zu ihrer Wohnung darzustellen. Diese Zeichnung nutzt sie anschließend als Gesprächseinstieg, um in freien Interviews über die emotionale Bindung zwischen Bewohner*innen und ihrer Wohnung zu sprechen. Ein solches empirisches Vorgehen bietet weiteren Untersuchungen zu *peer-to-peer* Wohntourismus die Möglichkeit, offenzulegen, inwiefern sich die empfundene Beziehung zur eigenen Wohnung auf die Hosting-Tätigkeit und räumliche Grenzziehungen auswirkt. Vielversprechend ist es dabei auch, Hosts bei ihrer Vorbereitung auf einen Gast-Aufenthalt zu beobachten, um zu erfahren, welchen Aspekten sie hierbei besondere Aufmerksamkeit schenken. Für beide Vorhaben ist ein enges Verhältnis zu den Gastgeber*innen unabdingbar. Dies wiederum impliziert, dass Forschende die Zeit und die finanziellen Ressourcen haben, um eine derartige Beziehung aufzubauen und diese sodann wissenschaftlich zu nutzen.

Mit Blick auf die fünf erarbeiteten Dimensionen von *peer-to-peer* Wohntourismus (vgl. Kapitel 3.3), bietet zudem insbesondere das Zusammenspiel zwischen den *hospitality networks* und den User*innen als Mitgliedern der jeweiligen Praxisgemeinschaft einen weiteren vielversprechenden Forschungsgegenstand für zukünftige Arbeiten. Denn wie in einigen der für die Dissertation geführten Interviews offenbar wurde, erfinden User*innen eigene kreative Praktiken, um sich der Macht der Infrastrukturen einer Onlineplattform im *peer-to-peer* Wohntourismus zu entziehen. Ein Airbnb-Gast hat beispielsweise davon berichtet, dass sie im persönlichen Gespräch mit ihren Gastgeber*innen Rabatte oder die Erstattung von Reinigungsgebühren aushandelt (vgl. 14_Isabella: #00:30:15-5#). Ein Couchsurfing-Host gesteht im Interview, dass sein Account einmal gesperrt wurde und er seitdem unter falschem Namen als Gastgeber aktiv ist (vgl. 38_Tim: #00:17:48-1#). Eine Airbnb-Gastgeberin erzählt, dass sie sich trotz Aufforderung seitens des Unternehmens weigert, ein persönliches Profilbild von sich hochzuladen und stattdessen einfach eine Silhouette ihres Wohnortes gewählt hat (vgl. 20_Sophie: #00:12:06-5#).

Zukünftige Arbeiten sollten daher dem Zusammenspiel zwischen den infrastrukturellen Anforderungen und dem Umgang mit diesen seitens der User*innen von Onlineplattformen weiter nachgehen. Auf diese Weise könnten subversive Praktiken innerhalb des Machtgefälles

zwischen Infrastrukturen und ihren jeweiligen Nutzer*innen im *peer-to-peer* Wohntourismus eingehender erörtert werden.

In Bezug auf das gewählte Fallbeispiel Airbnb (vgl. Kapitel 5) ist darüber hinaus anzumerken, dass das Unternehmen aktuell eine Reihe von tiefgreifenden Entwicklungen angestoßen hat, die seine Stellung im *peer-to-peer* Wohntourismus fundamental beeinflussen könnten. Derzeit differenziert Airbnb Inc. seine Übernachtungsmöglichkeiten stetig weiter aus. Mittlerweile gibt es die Kategorie *Airbnb Plus*, in der ausschließlich Unterkünfte gelistet sind, die zuvor durch das Unternehmen hinsichtlich ihrer Qualität sowie ihres modernen Einrichtungsstils geprüft worden sind (vgl. Airbnb Plus 2019). Eine weitere Kategorie ist *Airbnb Luxe*, deren Unterkünfte ebenfalls erst nach eingehender Prüfung durch Airbnb Inc. zugelassen werden, wobei es hierbei insbesondere um eine gehobene Ausstattung, ein ausgefallenes Design sowie eine interessante Lage geht (vgl. Airbnb Luxe 2019). Darüber hinaus werden Gäste einer *Luxe*-Unterkunft durch ihre Gastgeber*innen eng betreut, die als Reiseplaner*innen den gesamten Aufenthalt nach den Wünschen ihrer Gäste ausrichten und organisieren.

Des Weiteren ist das Unternehmen auf dem US-amerikanischen Immobilienmarkt aktiv geworden, indem es hier die Airbnb-Apartment-Projekte *Niido* und *Natiivo* entworfen und umgesetzt hat. *Niido* ist derzeit mit jeweils einem Hochhaus in Nashville und Orlando vertreten, der Apartmentblock von *Natiivo* befindet sich in Austin im Bau und soll zu Herbst 2021 festgestellt werden. Bei beiden Projekten werden die Bewohner*innen insofern als Airbnb-Gastgeber*innen unterstützt, als dass die Wohnblocks über eine Art Concierge-Dienst verfügen. Dieser übernimmt das Reinigen der Wohnung, stellt frische Bettwäsche und betreut die Gäste (vgl. Airbnb Niido 2019; Airbnb Natiivo 2019). Bei jeder erfolgreichen Kurzzeitvermietung erhält Airbnb Inc. die normale Provision, zusätzlich ist ebenfalls ein Anteil an die *Niido*- oder *Natiivo*-Verwaltung zu zahlen.

Diese verstärkte Tendenz zur weiteren Kommerzialisierung, zur Anpassung der Unterkünfte an den Service klassischer Beherbergungsbetriebe wird sich in naher Zukunft noch deutlicher abzeichnen: Airbnb Inc. hat kürzlich in einer knappen Pressemitteilung angekündigt, dass es für das Jahr 2020 seinen Gang an die Börse plane (vgl. Airbnb Newsroom 2019b).

Diese Entwicklungen verändern den Charakter der Onlineplattform grundlegend. Die Annäherung an die Serviceleistungen von Hotelbetrieben bei unverändertem unternehmerischen Narrativ von authentischen *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten

legen zum jetzigen Zeitpunkt den Schluss nah, dass Airbnb Inc. die positiven Assoziationen des Zuhause zukünftig vor allem zu Marketingzwecken nutzt. Gastgeber*innen, die ihre eigenen nicht-professionalisierten Wohnungen inserieren, werden dadurch zunehmend marginalisiert.

Räumliche Authentisierungen verlieren damit in der Praxis weiter an Bedeutung für den über Airbnb initiierten *peer-to-peer* Wohntourismus. Die aufgezeigten Entwicklungen werden unweigerlich zu einer Verschärfung der identifizierten Diskrepanz zwischen zugeschriebener Authentizität und ihrer infrastrukturellen Unterstützung führen (vgl. Kapitel 5.3). Tritt dies ein, ist die von der Anti-Airbnb-Aktivistin im Interview gewählte Bezeichnung „de facto hotels“ umso zutreffender (vgl. ebd.).

Für zukünftige Untersuchungen zu Airbnbs *peer-to-peer* Wohntourismus eröffnet dies weitere Forschungsmöglichkeiten. Es könnten beispielsweise die Hosts der Airbnb-*Plus*- und Airbnb-*Luxe*-Angebote interviewt werden, um zu prüfen, inwiefern sie an der vorgenommenen Authentifizierung des Unternehmens festhalten. Übergeordnet stellt sich ebenso die Frage, ob die kommerzielle Ausrichtung eines Unternehmens im monetären *peer-to-peer* Wohntourismus notwendigerweise auf die Professionalisierung seiner Gastgeber*innen setzen muss.

Für das zweite Fallbeispiel, Couchsurfing, lässt sich derweil keine vergleichbare Tendenz identifizieren. Im Juni 2019 hat das Unternehmen sein 15-jähriges Bestehen gefeiert, User*innen haben zu diesem Anlass selbstständig Veranstaltungen organisiert und sich in Städten weltweit für gemeinsame Abendessen, Bar-Besuche und Parties getroffen (vgl. Joy 2019). Es gibt noch immer keine fundierten Hinweise auf die seit der Aufgabe des Non-Profit-Status befürchtete Kommodifizierung der über das digitale Netzwerk vermittelten *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten (vgl. Kapitel 6.1). Laut eigenen Angaben finanziert sich Couchsurfing International Inc. durch einen rein optionalen Mitgliedschaftsbeitrag sowie über das zu Beginn der Änderung des Geschäftsmodells erhaltene Geld von Investor*innen (vgl. Couchsurfing Press 2018).

Die ideelle Dimension, die das Unternehmen seiner kostenlosen Onlineplattform attestiert, scheint sich daher noch immer unter den User*innen als wirkmächtig behaupten zu können. Dieser Eindruck wurde im Zuge der (n)ethnographischen Feldforschung etwa dadurch fundiert, dass sich die hier angetroffenen Nutzer*innen explizit als Couchsurfer*innen

verstanden haben. Sie identifizierten sich stark mit ihrer Mitgliedschaft in der *community of practice*. Demgegenüber haben sich Airbnb-User*innen stets entlang der Rollen von Host und Gast verortet, „Airbnbler*innen“ gab es keine. Aus diesem Grund scheint die in dieser Arbeit identifizierte Kongruenz der Authentisierungen bei Couchsurfing auch zukünftig weiter Gültigkeit behaupten zu können.

Was allerdings in weiteren Untersuchungen zu Couchsurfings *peer-to-peer* Wohntourismus eingehender zu erforschen ist, ist der Zusammenhang zwischen der Onlineplattform und ungewollter Nähe (vgl. Kapitel 6.3). Ungewollte Nähe bezieht sich hierbei zum einen auf die Fälle sexueller Belästigungen und physischer Übergriffe, von denen weibliche Couchsurfing-Gäste in Interviews erzählt haben. Diese fanden in der *peer-to-peer* Unterkunft statt. Obwohl dies keine Einzelfälle sind, gibt es bislang nur wenige Arbeiten, die sich mit geschlechtsspezifischer Diskriminierung in Couchsurfings Community auseinandergesetzt haben (vgl. Chen 2017; Tan 2010). Zum anderen berichtet ein Vertreter des Unternehmens auf dem offiziellen Blog darüber, dass Couchsurfings User*innen vermehrt von „romance scam“ betroffen sind (vgl. Florian 2019). Hierbei handelt es sich um einen Fall von Internetbetrug, bei dem gefälschte online Profile in *peer-to-peer* Netzwerken dazu genutzt werden, anderen User*innen Verliebtheit zu suggerieren. Gelingt dies, wird versucht, finanzielle Leistungen zu erschleichen. Couchsurfing International Inc. erklärt, dass es im Jahr 2019 verstärkt darum bemüht ist, derartige Aktivitäten zu unterbinden (vgl. ebd.).

Dies legt die Schlussfolgerung nah, dass ungewollte Nähe ein Merkmal von kostenlosen Onlineplattformen im *peer-to-peer* Wohntourismus sein kann. Der Umkehrschluss gilt damit allerdings nicht: Die Nutzung von kostenpflichtigen Onlineplattformen muss nicht unbedingt einen höheren Grad von Sicherheit garantieren. In Bezug auf die ungewollte Nähe bei Couchsurfing zeigt sich, dass die Herstellung von Sicherheit und Vertrauen – ohnehin ein prominenter Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen zu dieser Onlineplattform (vgl. Kapitel 6.1) – auch im Kontext von *peer-to-peer* Wohntourismus generell weiterhin eine starke Relevanz behauptet.

Abschließend ist festzuhalten, dass die vorliegende Arbeit aufgrund ihrer theoretischen und empirischen Erkenntnisinteressen einen wissenschaftlichen Mehrwert realisiert hat, der über eine einzelne Disziplin hinausgeht. Durch ihren grundsätzlichen Charakter sind die entwickelten Thesen der Soziologie des Wohnens etwa anschlussfähig für weiterführende

soziologische, philosophische oder auch geographische Fragestellungen. Durch die theoretische Konzeption von *peer-to-peer* Wohntourismus als einem eigenen Phänomen hat die Dissertation zudem bereits gezeigt, inwiefern eine Soziologie des Wohnens für tourismuswissenschaftliche Fragestellungen furchtbar gemacht werden kann. Die empirische Forschung der vorliegenden Arbeit liefert darauf aufbauend einen essentiellen Beitrag zur hier angesiedelten Debatte um Authentizität. Sie hat eindrücklich gezeigt, dass die Zuschreibung von Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus maßgeblich ortsspezifisch (als Authentizität eines Viertels), räumlich (als Authentizität einer *peer-to-peer* Unterkunft) sowie interpersonell (als Authentizität einer *face-to-face* Begegnung) erfolgen kann.

Dieses Ergebnis weist übergeordnet auf eine beachtenswerte Folgeerscheinung des zunehmenden technologischen Fortschritts hin. Wie der Soziologe Markus Schroer in Bezug auf das Internet und räumliche Grenzen festhält, lassen „sich Lokalität und Face-To-Face-Interaktionen [sic] nicht mehr länger als entscheidende Kriterien für die Aufnahme und die Qualität sozialer Bindungen anführen“ (Schroer 2006: 180). *Peer-to-peer* Wohntourismus beruht maßgeblich auf der Loslösung von diesen Kriterien, da die *hospitality networks* User*innen weltweit ungeachtet ihrer tatsächlichen geographischen Verortung miteinander verbinden. Wenngleich die von Schroer genannten Kriterien hierbei hinsichtlich der Initiierung von Kontakten obsolet werden, beweisen sie ihre Geltungskraft jedoch umso stärker im Hinblick auf die Zielsetzung dieser digital geknüpften Beziehungen: *Peer-to-peer* Wohntourismus stützt sich wesentlich auf eine Sehnsucht nach dem physischen Erleben des Lokalen sowie *face-to-face* Begegnungen.

Literaturverzeichnis

- 9flats PTE (2020): Ferienwohnungen, Apartments und Unterkünfte von privat – 9flats.com. *9flats*. Online unter: <https://www.9flats.com/de> [letzter Zugriff 24.02.2020].
- Abels, Heinz / König, Alexandra (2016): Giddens: Theorie der Strukturierung. In: Abels, Heinz, König, Alexandra (Hg.), *Sozialisation: Über die Vermittlung von Gesellschaft und Individuum und die Bedingungen von Identität*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 167–170.
- Acharya, Baikuntha Prasad / Halpenny, Elizabeth A. (2013): Homestays as an alternative tourism product for sustainable community development: A case study of women-managed tourism product in rural Nepal. In: *Tourism Planning & Development* 10/4, 367–387.
- Airbnb Antidiskriminierung (2017): Antidiskriminierungs-Richtlinie von Airbnb: Unsere Verpflichtung für Inklusion und Respekt. *Airbnb*. Online unter: <https://www.airbnb.de/help/article/1405/airbnb-s-nondiscrimination-policy--our-commitment-to-inclusion-and-respect> [letzter Zugriff 08.08.2017].
- Airbnb Berlin (2016): *Berlin #LiveThere Haus*. Begleitheft zur gleichnamigen Ausstellung.
- Airbnb Beyond Cities (US) (2017): Beyond cities: How Airbnb supports rural America's revitalization. *Airbnb*. Online unter: https://news.airbnb.com/wp-content/uploads/sites/4/2017/06/Beyond-Cities_United-States-National-Report.pdf [letzter Zugriff 15.08.2017].
- Airbnb Citizen (2017): Wir sehen home sharing als Lösung. *Airbnb Citizen*. Online unter: <https://www.airbnbcitizen.com/de/about-airbnb/> [letzter Zugriff 15.08.2017].
- Airbnb Community-Bekanntnis (2017): Allgemeine Fragen zum Airbnb-Community-Bekanntnis. *Airbnb Hilfecenter*. Online unter: <https://www.airbnb.de/help/article/1523/general-questions-about-the-airbnb-community-commitment> [letzter Zugriff 11.11.2017].
- Airbnb Fotoservice (2019): Profi-Fotograf für dein Inserat. *Airbnb*. Online unter: https://www.airbnb.de/professional_photography [letzter Zugriff 12.11.2019].
- Airbnb Hilfecenter (2019a): Hamburg. *Airbnb Hilfecenter*. Online unter: <https://www.airbnb.de/help/article/856/hamburg> [letzter Zugriff 30.08.2019].
- (2019b): Wie kann ich Fotos hinzufügen oder ihre Reihenfolge ändern? *Airbnb Hilfecenter*. Online unter: <https://www.airbnb.de/help/article/477/wie-kann-ich-fotos-hinzuf%C3%BCgen-oder-ihre-reihenfolge-%C3%A4ndern> [letzter Zugriff 12.09.2019].
- (2019c): Welche Faktoren beeinflussen, an welcher Stelle mein Inserat in den Suchergebnissen aufgeführt wird? *Airbnb Hilfecenter*. Online unter: <https://>

- www.airbnb.de/help/article/39/welche-faktoren-beeinflussen-an-welcher-stelle-mein-inserat-in-den-suchergebnissen-aufgef%C3%BChrt-wird [letzter Zugriff 13.09.2019].
- (2019d): Wie sollte ich mich auf den Besuch des professionellen Fotografen vorbereiten? *Airbnb Hilfecenter*. Online unter: <https://www.airbnb.de/help/article/684/how-should-i-prepare-for-my-professional-photoshoot> [letzter Zugriff 12.11.2019].
- Airbnb Hospitality (2019): Gastgeben bei Airbnb. *Airbnb*. Online unter: <https://www.airbnb.de/hospitality> [letzter Zugriff 12.08.2019].
- Airbnb Kommunalsteuer (2019): In welchen Gegenden ist der Einzug und die Abführung von Belegungssteuern durch Airbnb verfügbar? *Airbnb Hilfecenter*. Online unter: <https://www.airbnb.de/help/article/2509/in-welchen-gegenden-ist-der-einzug-und-die-abf%C3%BChrung-von-belegungssteuern-durch-airbnb-verf%C3%BCgbar> [letzter Zugriff 04.10.2019].
- Airbnb #LiveThere (2016): Fahr nicht nur hin. Lebe dort. *Airbnb*. Online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=cSqvbvOEnGo&feature=youtu.be> [letzter Zugriff 09.11.2019].
- Airbnb Luxe (2019): Airbnb Luxe | Luxuriöse Villen & Ferienunterkünfte. *Airbnb*. Online unter: <https://www.airbnb.de/luxury> [letzter Zugriff 05.11.2019].
- Airbnb Natiivo (2019): Natiivo Austin Condo. *Natiivo*. Online unter: <https://www.natiivoaustin.com/> [letzter Zugriff 15.03.2020].
- Airbnb Newsroom (2017): Airbnb presents ‘A wild thing’ at Design Miami/ 2017. *Airbnb Newsroom*. Online unter: <https://press.airbnb.com/en-us/airbnb-presents-a-wild-thing-at-design-miami-2017/> [letzter Zugriff 10.09.2019].
- (2019a): About us. *Airbnb Newsroom*. Online unter: <https://press.airbnb.com/about-us/> [letzter Zugriff 02.10.2019].
- (2019b): Airbnb announces intention to become a publicly-traded company during 2020. *Airbnb Newsroom*. Online unter: <https://news.airbnb.com/airbnb-announces-intention-to-become-a-publicly-traded-company-during-2020/> [letzter Zugriff 05.11.2019].
- Airbnb Niido (2019): Niido Powered by Airbnb | Homesharing Apartment Communities. *Airbnb Niido*. Online unter: <https://www.niido.com/> [letzter Zugriff 05.11.2019].
- Airbnb Plus (2019): Wir stellen Airbnb-Plus vor. *Airbnb*. Online unter: <https://www.airbnb.de/plus> [letzter Zugriff 05.11.2019].
- Airbnb San Francisco (2017): *The local list San Francisco*. San Francisco: Airbnb.
- Airbnb Superhost (2019): Airbnb Superhost program details. *Airbnb*. Online unter: <https://www.airbnb.de/superhost> [letzter Zugriff 13.09.2019].
- Angrosino, Michael / Rosenberg, Judith (2011): Observations on observation. Continuities and challenges. In: Denzin, Norman K., Lincoln, Yvonna S. (Hg.), *The Sage handbook of qualitative research*. Los Angeles: Sage, 467–478.
- Arendt, Hannah (1960): *Vita activa oder vom tätigen Leben*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Ariffin, Ahmad Azmi M. (2013): Generic dimensionality of hospitality in the hotel industry: A host–guest relationship perspective. In: *International Journal of Hospitality Management* 35, 171–179.

- Ariffin, Ahmad Azmi M. / Maghzi, Atefeh (2012): A preliminary study on customer expectations of hotel hospitality: Influences of personal and hotel factors. In: *International Journal of Hospitality Management* 31/1, 191–198.
- Ateljjevic, Irena / Doorne, Stephen (2000): „Staying within the fence“: Lifestyle entrepreneurship in tourism. In: *Journal of Sustainable Tourism* 8/5, 378–392.
- B Lab (2017): Germany | B Corporation. *B Corporation*. Online unter: <http://bcorporation.eu/germany> [letzter Zugriff 04.09.2017].
- Bachelard, Gaston (1960): *Die Poetik des Raumes*. Carl Hanser.
- Baerenholdt, Jorgen Ole / Haldrup, Michael / Larsen, Jonas / Urry, John (Hg.) (2004): *Performing Tourist Places*. Aldershot; Burlington: Ashgate.
- Bär, Paul Klaus-Dieter (2008): *Architekturpsychologie: Psychosoziale Aspekte des Wohnens*. Gießen: Psychosozial-Verlag.
- Bardhi, Fleura / Eckhardt, Giana M. (2012): Access-based consumption: The case of car sharing. In: *Journal of Consumer Research* 39/4, 881–898.
- Bargetz, Brigitte (2016): *Ambivalenzen des Alltags: Neuorientierungen für eine Theorie des Politischen*. Bielefeld: transcript.
- Barnes, Stuart J. / Mattsson, Jan (2017): Building tribal communities in the collaborative economy: An innovation framework. In: *Prometheus* 34/2, 95–113.
- Barrett, Carla (2015): Queering the Home. In: *Home Cultures* 12/2, 193–211.
- Beer, David (2017): The social power of algorithms. In: *Information, Communication & Society* 20/1, 1–13.
- Belina, Bernd / Michel, Boris (2007): Raumproduktionen. In: Belina, Bernd, Michel, Boris (Hg.), *Raumproduktionen. Beiträge der Radical Geography – eine Zwischenbilanz*. Münster: Westfälisches Dampfboot, 7–34.
- Belk, Russell (1988): Possessions and the extended self. In: *Journal of Consumer Research* 15/2, 139–168.
- (2014a): Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0. In: *Anthropologist* 18/1, 7–23.
- (2014b): You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. In: *Journal of Business Research* 67/8, 1595–1600.
- Bench, Shane W. / Lench, Heather C. (2013): On the function of boredom. In: *Behavioral Sciences* 3/3, 459–472.
- Benhabib, Seyla (1993): Feminist theory and Hannah Arendt’s concept of public space. In: *History of the Human Sciences* 6/2, 97–114.
- Benmore, Anne (2009): Behaving appropriately: Managing expectations of hosts and guests in small hotels in the UK. In: Lynch, Paul A., McIntosh, Alison J., Tucker, Hazel (Hg.), *Commercial homes in tourism: An international perspective*. London; New York: Routledge, 115–126.
- Bennett, Julia (2015): ‘Snowed in!’: Offbeat rhythms and belonging as everyday practice. In: *Sociology* 49/5, 955–969.
- Berg, Bruce Lawrence (2004): *Qualitative research methods for the social sciences*. Boston: Pearson.

- Berkes, Christian (2015): Airbnb, Wohntourismus. 20 Thesen zum Plattformkapitalismus am konkreten Fall. In: *polar #18: Politik der Lebensformen*. Online unter: http://www.polar-zeitschrift.de/polar_18.php?id=817#817 [letzter Zugriff 05.11.2019].
- Berlant, Lauren (2016): The commons: Infrastructures for troubling times. In: *Environment and Planning D: Society and Space* 34/3, 393–419..
- Bernardy, Jörg / Klimpe, Hanna (2017): Michel de Certeau: Kunst des Handelns. In: Eckardt, Frank (Hg.), *Schlüsselwerke der Stadtforschung*. Wiesbaden: Springer VS, 173–186.
- Bernet, Rudolf (2007): Heimweh und Nostalgie. In: Busch, Kathrin, Därmann, Iris (Hg.), »pathos«– *Konturen eines kulturwissenschaftlichen Grundbegriffs*. Bielefeld: transcript, 103–118.
- Bialski, Paula (2012a): *Becoming intimately mobile*. Peter Lang Frankfurt, Germany.
- (2012b): Technologies of hospitality: How planned encounters develop between strangers. In: *Hospitality & Society* 1/3, 245–260.
- (2013): Online to offline social networking: Contextualising sociality today through Couchsurfing.org. In: Picard, David, Buchberger, Sonja (Hg.), *Couchsurfing cosmopolitanisms: Can tourism make a better world?* Bielefeld: transcript, 161–172.
- (2016): Authority and authorship: Uncovering the sociotechnical regimes of peer-to-peer tourism. In: Russo, Antonio Paolo, Richards, Greg (Hg.), *Reinventing the local in tourism: Producing, consuming and negotiating place*. Buffalo: Channel View Publications, 35–49.
- (2017): Home for hire – How the sharing economy commoditises our private sphere. In: Ince, Anthony, Hall, Sarah Marie (Hg.), *Sharing economies in times of crisis. practices, politics and possibilities*. London: Routledge, 83–95.
- / Batorski, Dominik (2010): From online familiarity to offline trust. In: Zaphiris, Panayiotis, Ang, Chee Siang (Hg.), *Social computing and virtual communities*. Boca Raton: CRC Press, 179–204.
- Bissell, David (2014): Habits. In: Adey, Peter, Bissell, David, Hannam, Kevin, Merriman, Peter, Sheller, Mimi (Hg.), *The Routledge handbook of mobilities*. London: Routledge, 483–492.
- Blunt, Alison / Dowling, Robyn M. (2006): *Home*. London: Routledge.
- Bogost, Ian / Montfort, Nick (2009): Platform Studies: Frequently Questioned Answers. *UC Irvine: Digital Arts and Culture 2009*. Online unter: <https://escholarship.org/uc/item/01r0k9br> [letzter Zugriff 15.03.2020].
- Böhme, Gernot (1995): *Atmosphäre: Essays zur neuen Ästhetik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bollnow, Otto Friedrich (1963): *Mensch und Raum*. Stuttgart: W. Kohlhammer.
- (1984): Der Mensch braucht heimatliche Geborgenheit. In: Wehling, Hans-Georg, Bausinger, Hermann (Hg.), *Heimat heute*. Stuttgart: W. Kohlhammer, 28–33.
- Bongaerts, Gregor (2008): Verhalten, Handeln, Handlung und soziale Praxis. In: Raab, Jürgen, Pfadenhauer, Michaela, Stegmaier, Peter, Dreher, Jochen, Schnettler, Bernt (Hg.), *Phänomenologie und Soziologie: Theoretische Positionen, aktuelle*

- Problemfelder und empirische Umsetzungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 223–232.
- Borch, Christian / Stäheli, Urs (2009): Einleitung – Tardes Soziologie der Nachahmung und des Begehrens. In: Borch, Christian, Stäheli, Urs (Hg.), *Soziologie der Nachahmung und des Begehrens: Materialien zu Gabriel Tarde*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 7–38.
- Borm, Brigitte (2017): Welcome home. An ethnography on the experiences of Airbnb hosts in commodifying their homes. In: Frömming, Urte Undine, Köhn, Steffen, Fox, Samantha, Terry, Mike (Hg.), *Digital environments. Ethnographic perspectives across global online and offline spaces*. Bielefeld: transcript, 39–52.
- Bossetta, Michael (2018): The digital architectures of social media: Comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 95/2, 471–496.
- Boswijk, Albert (2017): Transforming business value through digitalized networks: A case study on the value drivers of Airbnb. In: *Journal of Creating Value* 3/1, 104–114.
- Botsman, Rachel / Rogers, Roo (2010): *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. New York: Harper Business.
- Bourdieu, Pierre (1991): Physischer, sozialer und angeeigneter physischer Raum. In: Wentz, Martin (Hg.), *Die Zukunft des Städtischen. Frankfurter Beiträge, Band 2: Stadt-Räume*. Frankfurt am Main; New York: Campus, 25–34.
- Bowker, Geoffrey C. / Timmermans, Stefan / Star, Susan Leigh (1996): Infrastructure and Organizational Transformation: Classifying Nurses' Work. In: Orlikowski, Wanda J., Walsham, Geoff, Jones, Matthew R., Degross, Janice I. (Hg.), *Information Technology and Changes in Organizational Work*. Boston: Springer US, 344–370.
- Bowlby, Sophie (2011): Friendship, co-presence and care: neglected spaces. In: *Social & Cultural Geography* 12/6, 605–622.
- / Gregory, Susan / McKie, Linda (1997): “Doing home”: Patriarchy, caring, and space. In: *Women's Studies International Forum, Concepts of Home* 20/3, 343–350.
- Boys, Jos (2014): *Doing disability differently: An alternative handbook on architecture, disability and designing for everyday life*. London: Routledge.
- Bridges, Judith / Vásquez, Camilla (2016): If nearly all Airbnb reviews are positive, does that make them meaningless? In: *Current Issues in Tourism* 21/18, 2057–2075.
- Briganti, Chiara / Mezei, Kathy (2012): Introduction. In: Briganti, Chiara, Mezei, Kathy (Hg.), *The domestic space reader*. Toronto; Buffalo: University of Toronto Press, 3–15.
- Brown-Saracino, Japonica (2010): *The gentrification debates: A reader*. New York: Routledge.
- Bryman, Alan (2016): *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Buchanan, Ian (2000): *Michel de Certeau: Cultural theorist*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage.
- Buchberger, Sonja (2012): Hospitality, secrecy and gossip in Morocco: Hosting CouchSurfers against great odds. In: *Hospitality & Society* 1/3, 299–315.

- (2013): Rooted cosmopolitanisms, deceived kinship and uneasy hospitality among Couchsurfers in Tunisia. In: Picard, David, Buchberger, Sonja (Hg.), *Couchsurfing Cosmopolitanisms: Can Tourism Make a Better World?* Bielefeld: transcript, 83–106.
- Bucher, Taina (2017): The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. In: *Information, Communication & Society* 20/1, 30–44.
- / Helmond, Anne (2018): The Affordances of Social Media Platforms. In: Burgess, Jean, Poell, Thomas, Marwick, Alice (Hg.), *The SAGE Handbook of Social Media*. London; New York: Sage Publications, 233–253.
- Budde, Jürgen (2015): Reflexionen zur Bedeutung von Handlung und Praktik in der Ethnographie. In: *Zeitschrift für Qualitative Forschung* 16/1, 7–24.
- Burgess, Jean / Green, Joshua (2018): *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Busch, Kathrin (2007): Hybride. Der Raum als Aktant. In: Mey, Kerstin, Spielmann, Yvonne, Kröncke, Meike (Hg.), *Kultureller Umbau. Räume, Identitäten, Re/Präsentationen*. Bielefeld: transcript, 13–28.
- Camilleri, Jeannette / Neuhofer, Barbara (2017): Value co-creation and co-destruction in the Airbnb sharing economy. In: *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 29/9, 2322–2340.
- Castells, Manuel (1996): *The rise of the network society*. Cambridge, Mass.: Blackwell.
- Chayka, Kyle (2016): How Silicon Valley helps spread the same sterile aesthetic across the world. In: *The Verge*. Online unter: <https://www.theverge.com/2016/8/3/12325104/airbnb-aesthetic-global-minimalism-startup-gentrification> [letzter Zugriff 05.03.2020].
- Chen, De-Jung (2012): Global concept, local practice: Taiwanese experience of Couchsurfing. In: *Hospitality & Society* 1/3, 279–297.
- (2013): Learning to perform the exotic: Cosmopolitan imagination, participation and self-transformation among Taiwanese couchsurfers. In: Picard, David, Buchberger, Sonja (Hg.), *Couchsurfing cosmopolitanisms: Can tourism make a better world?* Bielefeld: transcript, 107–122.
- (2017): Gendered couchsurfing: Women from Western Europe and East-Asia contesting de-sexualised cosmopolitanism. In: *Gender, Place & Culture* 24/8, 1090–1106.
- (2018): Couchsurfing: Performing the travel style through hospitality exchange. In: *Tourist Studies* 18/1, 105–122.
- Chen, Yong / Xie, Karen L. (2017): Consumer valuation of Airbnb listings: a hedonic pricing approach. In: *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 29/9, 2405–2424.
- Cieraad, Irene (2010): Homes from home: Memories and projections. In: *Home Cultures* 7/1, 85–102.
- City & County of San Francisco (2019): About short-term rentals. *City & County of San Francisco*. Online unter: <https://shorttermrentals.sfgov.org/about#7396> [letzter Zugriff 15.12.2019].
- Clifford, James (1997): *Routes: Travel and translation in the late twentieth century*. Cambridge; London: Harvard University Press.

- Clough, Patricia Ticineto / Halley, Jean O'Malley (Hg.) (2007): *The affective turn: Theorizing the social*. Durham: Duke University Press.
- Cócola Gant, Agustín (2016): Holiday rentals: The new gentrification battlefield. In: *Sociological Research Online* 21/3, 10.
- Coffey, Amanda (2018): *Doing ethnography*. Los Angeles: Sage.
- Cohen, Erik (1979): A phenomenology of tourist experiences. In: *Sociology* 13/2, 179–201.
- / Cohen, Scott A. (2010): Authentication: Hot and cool. In: *Annals of Tourism Research* 39/3, 1295–1314.
- Cohen, Scott A. / Cohen, Erik (2019): New directions in the sociology of tourism. In: *Current Issues in Tourism* 22/2, 153–172.
- Corbin, Juliet (2011): Grounded Theory. In: Bohnsack, Ralf, Marotzki, Winfried, Meuser, Michael (Hg.), *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung*. Opladen; Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich, 70–75.
- Costadura, Edoardo / Ries, Klaus (2016): Heimat – ein Problemaufriss. In: Costadura, Edoardo, Ries, Klaus (Hg.), *Heimat gestern und heute: Interdisziplinäre Perspektiven*. Bielefeld: transcript, 7–24.
- Couchsurfing About (2020): About. *Couchsurfing*. Online unter: <https://www.couchsurfing.com/about/about-us/> [letzter Zugriff 10.03.2020].
- Couchsurfing Help (2020): How It Works. *Couchsurfing*. Online unter: <https://www.couchsurfing.com/about/how-it-works/> [letzter Zugriff 10.03.2020].
- Couchsurfing International Inc. (2020): Couchsurfing. *Couchsurfing*. Online unter: <https://www.couchsurfing.com/> [letzter Zugriff 10.03.2020].
- Couchsurfing Policies (2019): Conduct Police. *Couchsurfing*. Online unter: <https://www.couchsurfing.com/about/policies/> [letzter Zugriff 16.10.2019].
- Couchsurfing Press (2018): Press. *Couchsurfing*. Online unter: <https://blog.couchsurfing.com/product-updates/press/> [letzter Zugriff 05.11.2018].
- Couchsurfing Values (2020): Our Values. *Couchsurfing*. Online unter: <https://www.couchsurfing.com/about/values/> [letzter Zugriff 10.03.2020].
- Countryman, Cary C. / Jang, SooCheong (2006): The effects of atmospheric elements on customer impression: The case of hotel lobbies. In: *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 18/7, 534–545.
- Cova, Bernard / White, Tim (2010): Counter-brand and alter-brand communities: The impact of Web 2.0 on tribal marketing approaches. In: *Journal of Marketing Management* 26/3–4, 256–270.
- Cropley, Arthur J. (2002): *Qualitative Forschungsmethoden: Eine praxisnahe Einführung*. Eschborn bei Frankfurt am Main: Verlag Dietmar Klotz.
- Crouch, David / Aronsson, Lars / Wahlström, Lage (2001): Tourist encounters. In: *Tourist Studies* 1/3, 253–270.
- Crunchbase (2019): Couchsurfing. *Crunchbase*. Online unter: <https://www.crunchbase.com/organization/couchsurfing-international> [letzter Zugriff 13.06.2019].

- Dahms, Harry F. (2009): Retheorizing global space in sociology: Towards a new kind of discipline. In: Warf, Barney, Arias, Santa (Hg.), *The spatial turn: Interdisciplinary perspectives*. London: Routledge, 87–101.
- Darke, Jane / Gruney, Craig (2000): Putting up? Gender, hospitality and performance. Lashley, Conrad, Morrison, Alison (Hg.), *In Search of Hospitality*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 77–99.
- Dayter, Daria / Rüdiger, Sofia (2014): Speak your mind, but watch your mouth: Complaints in CouchSurfing references. In: Bedijs, Kristina, Held, Gudrun, Maaß, Christiane (Hg.), *Face Work and Social Media, Hildesheimer Beiträge zur Medienforschung*. Wien; Zürich; Berlin: LIT Verlag, 193–212.
- de Certeau, Michel (1988): *Kunst des Handelns*. Berlin: Merve.
- Decrop, Alain / Chiappa, Giacomo Del / Mallargé, Jérôme / Zidda, Pietro (2017): “Couchsurfing has made me a better person and the world a better place”: The transformative power of collaborative tourism experiences. In: *Journal of Travel & Tourism Marketing* 35/1, 57–72.
- Deleuze, Gilles (1992): *Differenz und Wiederholung*. München: Fink.
- Delitz, Heike (2010): *Gebaute Gesellschaft: Architektur als Medium des Sozialen*. Frankfurt am Main; New York: Campus.
- Denis, Jérôme / Pontille, David (2014): Maintenance work and the performativity of urban inscriptions: The case of paris subway signs. In: *Environment and Planning D: Society and Space* 32/3, 404–416.
- Denzin, Norman K. / Lincoln, Yvonna S. (2011): Introduction: The discipline and practice of qualitative research. In: Denzin, Norman K., Lincoln, Yvonna S. (Hg.), *The Sage handbook of qualitative research*. Los Angeles: Sage, 1–20.
- Devereux, Courtney (2017): How did that happen: AirSpace. In: *The Register*. Online unter: <https://theregister.co.nz/2017/07/21/how-did-happen-airspace/> [letzter Zugriff 05.03.2020].
- Di Domenico, MariaLaura (2008): ‘I’m not just a housewife’: Gendered roles and identities in the home-based hospitality enterprise. In: *Gender, Work & Organization* 15/4, 313–332.
- di Prete, Barbara (2018): Airbnb: A new way of housing between individual experience and collective narration. In: Bruglieri, Maurizio (Hg.), *Multidisciplinary Design of Sharing Services, Research for Development*. Cham: Springer International, 217–227.
- Doorn, Niels van (2017): Platform labor: On the gendered and racialized exploitation of low-income service work in the ‘on-demand’ economy. In: *Information, Communication & Society* 20/6, 898–914.
- Dörhöfer, Kerstin (2010): Ein Dach über dem Kopf? Oder „Was ist das Wohnen?“ In: Reuschke, Darja (Hg.), *Wohnen und Gender*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 27–46.
- Döring, Jörg (2010): Spatial Turn. In: Günzel, Stephan (Hg.), *Raum: Ein interdisziplinäres Handbuch*. Stuttgart: Metzler, 90–99.
- / Thielmann, Tristan (2008): Einleitung: Was lesen wir im Raume? Der Spatial Turn und das geheime Wissen des Geographen. In: Döring, Jörg, Thielmann, Tristan (Hg.),

- Spatial Turn: das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften*. Bielefeld: transcript, 7–45.
- Dowling, Robyn / Mee, Kathleen (2007): Home and homemaking in contemporary Australia. In: *Housing, Theory and Society* 24/3, 161–165.
- Dredge, Dianne / Gyimóthy, Szilvia (2015): The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices. In: *Tourism Recreation Research* 40/3, 286–302.
- Duden (2019a): Wohnraum – Rechtschreibung, Bedeutung, Definition, Synonyme. *Duden*. Online unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Wohnraum>.
- (2019b): Wohnort – Rechtschreibung, Bedeutung, Definition, Synonyme. *Duden*. Online unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Wohnort> [letzter Zugriff 19.02.2019].
- (2019c): Wohnsitz – Rechtschreibung, Bedeutung, Definition, Synonyme. *Duden*. Online unter: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Wohnsitz> [letzter Zugriff 19.02.2019].
- Dünne, Jörg / Günzel, Stephan (2006): *Raumtheorie: Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Easthope, Hazel (2004): A place called home. In: *Housing, Theory and Society* 21/3, 128–138.
- Eck, Katharina / Schönhagen, Astrid Silvia (2014): *Interieur und Bildtapete, Narrative des Wohnens um 1800*. Bielefeld: transcript.
- Edelman, Benjamin G. / Luca, Michael (2014): Digital discrimination: The case of Airbnb.com. *Harvard Business School Working Paper* Nr. ID 2377353. Online unter: https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/Airbnb_92dd6086-6e46-4eaf-9cea-60fe5ba3c596.pdf [letzter Zugriff 08.11.2019].
- / Luca, Michael / Svirsky, Dan (2017): Racial discrimination in the sharing economy: Evidence from a field experiment. In: *American Economic Journal: Applied Economics* 9/2, 1–22.
- Edensor, Tim (2001): Performing tourism, staging tourism: (Re)producing tourist space and practice. In: *Tourist Studies* 1/1, 59–81.
- (2006): Reconsidering national temporalities, institutional times, everyday routines, serial spaces and synchronicities. In: *European Journal of Social Theory* 9/4, 525–545.
- (2016): Incipient ruination: materiality, destructive agencies and repair. In: Bille, Mikkel, Sorensen, Tim Flohr (Hg.), *Elements of architecture: Assembling archaeology, atmosphere and the performance of building spaces*. London; New York: Routledge, 348–364.
- Elias, Norbert (1976): *Über den Prozeß der Zivilisation. Wandlungen des Verhaltens in den weltlichen Oberschichten des Abendlandes*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- (1992): *Die höfische Gesellschaft*. 6. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- / Scotson, John L. (2002): *Etablierte und Aussenseiter*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Enzensberger, Hans Magnus (1958): Vergebliche Brandung der Ferne – Eine Theorie des Tourismus. In: *Merkur* 12/8, 701–720.
- Ert, Eyal / Fleischer, Aliza (2019): The evolution of trust in Airbnb: A case of home rental. In: *Annals of Tourism Research* 75, 279–287.

- / Fleischer, Aliza / Magen, Nathan (2016): Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. In: *Tourism Management* 55, 62–73.
- Fagerstrøm, Asle / Pawar, Sanchit / Sigurdsson, Valdimar / Foxall, Gordon R. / Yani-de-Soriano, Mirella (2017): That personal profile image might jeopardize your rental opportunity! On the relative impact of the seller's facial expressions upon buying behavior on Airbnb. In: *Computers in Human Behavior* 72, 123–131.
- Fang, Bin / Ye, Qiang / Law, Rob (2016): Effect of sharing economy on tourism industry employment. In: *Annals of Tourism Research* 57, 264–267.
- Felski, Rita (1999): The invention of everyday life. In: *New Formations. A Journal of Culture, Theory, Politics* 39, 15–31.
- Flick, Uwe (2011): *Triangulation: Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- (2012): *Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- (2019): Gütekriterien qualitativer Sozialforschung. In: Baur, Nina, Blasius, Jörg (Hg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer VS, 473–488.
- Florian (2019): Romance Scammers on Couchsurfing. *Couchsurfing Blog*. Online unter: <https://blog.couchsurfing.com/romance-scammers-on-couchsurfing/> [letzter Zugriff 06.11.2019].
- Folkers, Andreas (2014): Was ist neu am neuen Materialismus? – Von der Praxis zum Ereignis. In: Gnoll, Tobias, Telios, Thomas, Keil, Daniel (Hg.), *Critical Matter: Diskussionen eines neuen Materialismus*. Münster: Edition Assemblage, 16–33.
- Forno, Francesca / Garibaldi, Roberta (2015): Sharing economy in travel and tourism: The case of home-swapping in Italy. In: *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 16/2, 202–220.
- Foucault, Michel (1992): Andere Räume. In: Barck, Karlheinz, Gente, Peter, Paris, Heidi, Richter, Stefan (Hg.), *Aisthesis – Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik*. Leipzig: Reclam, 34–46.
- (2003): Das Auge der Macht. In: Foucault, Michel (Hg.), *Dits et Ecrits. Schriften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 250–271.
- Frisch, Thomas / Stoltenberg, Luise (2017): Hybride Erfahrungsräume im Tourismus. Neue Formen der Steuerung, Regulierung und Kontrolle von Partizipation. In: Lessenich, Stephan (Hg.), *Geschlossene Gesellschaften. Verhandlungen des 38. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Bamberg 2016*, 1–11. Online unter: http://publikationen.sozioogie.de/index.php/kongressband_2016 [letzter Zugriff 08.11.2019].
- / — (2018): Affirmative Superlative und die Macht negativer Bewertungen. Online-Reputation in der Datengesellschaft. In: Houben, Daniel, Prietl, Bianca (Hg.), *Datengesellschaft: Einsichten in die Datafizierung des Sozialen*. Bielefeld: transcript, 85–107.
- Füller, Henning / Michel, Boris (2014): 'Stop being a tourist!' New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg. In: *International Journal of Urban and Regional Research* 38/4, 1304–1318.

- Fuller, Martin G. / Löw, Martina (2017): Introduction: An invitation to spatial sociology. In: *Current Sociology* 65/4, 469–491.
- Funke, Birgit (2006): Lofts in Berlin – Chancen für ein Nischenobjekt? In: Spars, Guido (Hg.), *Wohnungsmarktentwicklung Deutschland: Trends, Segemente, Instrumente*. Berlin: Univerlag tuberlin, 125–142.
- Füssel, Marian (2013): Tote Orte und gelebte Räume. Zur Raumtheorie von Michel de Certeau. In: *Historical Social Research / Historische Sozialforschung* 38/3 (145), 22–39.
- (2018): *Zur Aktualität von Michel de Certeau: Einführung in sein Werk*. Wiesbaden: Springer VS.
- Gebbia, Joe (2016): How Airbnb designs for trust. *TED Talk*. <https://www.youtube.com/watch?v=16cM-RFid9U> [letzter Zugriff 16.11.2019].
- Gebhard, Gunther / Geisler, Oliver / Schröter, Steffen (2007): Heimatdenken: Konjunkturen und Konturen. Statt einer Einleitung. In: Gebhard, Gunther, Geisler, Oliver, Schröter, Steffen (Hg.), *Heimat: Konturen und Konjunkturen eines umstrittenen Konzepts*. Bielefeld: transcript, 9–56.
- Geiges, Lars (2018): Wie die AfD im Kontext der „Flüchtlingskrise“ mobilisierte. Eine empirisch-qualitative Untersuchung der „Herbstoffensive 2015“. In: *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 28/1, 49–69.
- Germann Molz, Jennie (2007): Cosmopolitans on the couch: Mobile hospitality and the Internet. In: Germann Molz, Jennie, Gibson, Sarah (Hg.), *Mobilizing hospitality: the ethics of social relations in a mobile world*. Aldershot: Ashgate, 65–80.
- (2012a): *Travel connections: Tourism, technology, and togetherness in a mobile world*. London: Routledge.
- (2012b): Couchsurfing and network hospitality: ‘It’s not just about the furniture’. In: *Hospitality & Society* 1/3, 215–225.
- (2013): Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: The case of couchsurfing.org. In: *Annals of Tourism Research* 43, 210–230.
- (2014): Toward a network hospitality. In: *First Monday* 19/3. Online unter: <https://ojs.uci.edu/ojs/index.php/fm/article/view/4824/3848> [letzter Zugriff 08.11.2019].
- Gerschmann, Karl-Heinz (1975): Joannes Hofers Dissertation „De Nostalgia“ von 1688. In: *Archiv für Begriffsgeschichte* 19, 83–88.
- Ghisleni, Maurizio (2017): The sociology of everyday life: A research program on contemporary sociality. In: *Social Science Information* 56/4, 526–543.
- Ghoshal, Raj Andrew (2012): Surf’s Up. In: *Contexts* 11/2, 66–68.
- Gibbs, Chris / Guttentag, Daniel / Gretzel, Ulrike / Morton, Jym / Goodwill, Alasdair (2018): Pricing in the sharing economy: A hedonic pricing model applied to Airbnb listings. In: *Journal of Travel & Tourism Marketing* 35/1, 46–56.
- / Guttentag, Daniel / Gretzel, Ulrike / Yao, Lan / Morton, Jym (2017): Use of dynamic pricing strategies by Airbnb hosts. In: *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 30/1, 2–20.

- Giddens, Anthony (1984): *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Berkeley; Los Angeles: University of California Press.
- Giëßmann, Sebastian / Taha, Nadine (2017): „Study the unstudied“. Zur medienwissenschaftlichen Aktualität von Susan Leigh Stars Denken. In: Star, Susan Leigh (Hg.), *Grenzobjekte und Medienforschung*. Bielefeld: transcript, 13–78.
- Gilheany, John / Wang, David / Xi, Stephen (2015): The model minority? Not on Airbnb.com: A hedonic pricing model to quantify racial bias against Asian Americans. *Technology Science*. Online unter: <https://techscience.org/a/2015090104> [letzter Zugriff 05.11.2019].
- Gleichmann, Peter R. (2006): *Soziologie als Synthese: Zivilisationstheoretische Schriften über Architektur, Wissen und Gewalt*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Goffman, Erving (1959): *The presentation of self in everyday life*. Garden City: Doubleday.
- Gottdiener, Mark (1993): A Marx for our time: Henri Lefebvre and the production of space. In: *Sociological Theory* 11/1, 129–134.
- Göttlich, Udo (2015): Alltag und Alltagswelt. In: Hepp, Andreas, Krotz, Friedrich, Lingenberg, Swantje, Wimmer, Jeffrey (Hg.), *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse*. Wiesbaden: Springer VS, 117–124.
- Gottlieb, Charles (2013): Residential short-term rentals: Should local governments regulate the „industry“? In: *Planning & Environmental Law* 65/2, 4–9.
- Graburn, Nelson (2013): Anthropology and Couchsurfing – variations on a theme (an afterword). In: Picard, David, Buchberger, Sonja (Hg.), *Couchsurfing cosmopolitanisms: Can tourism make a better world?* Bielefeld: transcript, 173–180.
- Graham, Stephen / Thrift, Nigel (2007): Out of order: Understanding repair and maintenance. In: *Theory, Culture & Society* 24/3, 1–25.
- Gravari-Barbas, Maria / Guinand, Sandra (2017): Introduction: Addressing tourism-gentrification processes in contemporary metropolises. In: Gravari-Barbas, Maria, Guinand, Sandra (Hg.), *Tourism and gentrification in contemporary metropolises: International perspectives*. Abingdon, New York: Routledge, 1–21.
- Gregson, Nicky / Metcalfe, Alan / Crewe, Louise (2009): Practices of object maintenance and repair: How consumers attend to consumer objects within the home. In: *Journal of Consumer Culture* 9/2, 248–272.
- Grit, Alexander / Lynch, Paul (2011): An analysis of the development of home exchange organisations. In: *Research in Hospitality Management* 1/1, 19–24.
- Gugutzer, Robert (2006): Der body turn in der Soziologie. Eine programmatische Einführung. In: Gugutzer, Robert (Hg.), *body turn: Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports*. Bielefeld: transcript, 9–53.
- Gunter, Ulrich (2018): What makes an Airbnb host a superhost? Empirical evidence from San Francisco and the Bay Area. In: *Tourism Management* 66, 26–37.
- Günzel, Stephan (Hg.) (2010): *Raum: Ein interdisziplinäres Handbuch*. Stuttgart: Metzler.
- (2017): *Raum: Eine kulturwissenschaftliche Einführung*. Bielefeld: transcript.
- Gurran, Nicole / Phibbs, Peter (2017): When tourists move in: How should urban planners respond to Airbnb? In: *Journal of the American Planning Association* 83/1, 80–92.

- Gutiérrez, Javier / García-Palomares, Juan Carlos / Romanillos, Gustavo / Salas-Olmedo, María Henar (2017): The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. In: *Tourism Management* 62, 278–291.
- Guttentag, Daniel (2015): Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. In: *Current Issues in Tourism* 18/12, 1192–1217.
- (2017): Regulating innovation in the collaborative economy: An examination of Airbnb's early legal issues. In: Dredge, Dianne, Gyimóthy, Szilvia (Hg.), *Collaborative economy and tourism*. Cham: Springer International, 97–128.
- / Smith, Stephen L.J. (2017): Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. In: *International Journal of Hospitality Management* 64, 1–10.
- / — / Potwarka, Luke / Havitz, Mark (2018): Why tourists choose airbnb: A motivation-based segmentation study. In: *Journal of Travel Research* 57/3, 342–359.
- Gyimóthy, Szilvia / Dredge, Dianne (2017): Definitions and mapping the landscape in the collaborative economy. In: Dredge, Dianne, Gyimóthy, Szilvia (Hg.), *Collaborative economy and tourism*. Cham: Springer International, 15–30.
- Habermas, Jürgen (1962): *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied: Luchterhand.
- Hamari, Juho / Sjöklint, Mimmi / Ukkonen, Antti (2016): The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. In: *Journal of the Association for Information Science and Technology* 67/9, 2047–2059.
- Hammerich, Kurt / Klein, Michael (1978): Zur Einführung: Alltag und Soziologie. In: Hammerich, Kurt, Klein, Michael (Hg.), *Materialien zur Soziologie des Alltags, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 7–21.
- Hammersley, Martyn / Atkinson, Paul (2007): *Ethnography: Principles in practice*. London; New York: Routledge.
- Han, Byung-Chul (2010): *Müdigkeitsgesellschaft*. Berlin: Matthes & Seitz.
- Hardt, Michael / Negri, Antonio (2003): *Empire: Die neue Weltordnung*. Frankfurt am Main: Campus.
- Harris, Candice / McIntosh, Alison / Lewis, Kate (2007): The commercial home enterprise: Labour with love. In: *Tourism* 55/4, 391–402.
- Hasse, Jürgen (2009): *Unbedachtes Wohnen: Lebensformen an verdeckten Rändern der Gesellschaft*. Bielefeld: transcript.
- (2012): Wohnen. In: Eckardt, Frank (Hg.), *Handbuch Stadtsoziologie*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 475–502.
- (2017): Wege der Wohn-Forschung – Leben an Orten. In: Meuth, Miriam (Hg.), *Wohn-Räume und pädagogische Orte. Erziehungswissenschaftliche Zugänge zum Wohnen*. Wiesbaden: Springer VS, 37–58.
- Häußermann, Hartmut / Siebel, Walter (1996): *Soziologie des Wohnens: Eine Einführung in Wandel und Ausdifferenzierung des Wohnens*. Weinheim: Beltz Juventa.

- Heck, Ludwig (1981): *Wohnumwelt: Siedlungsstrukturelle Bedingungen des Wohnens. Forschungsbericht „Wohnungspolitik“ des Instituts für Kommunalwissenschaften der Konrad-Adenauer-Stiftung*. Melle: Verlag Ernst Knoth.
- Heidegger, Martin (2000): *Vorträge und Aufsätze*. Band 7 der Gesamtausgabe. Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann.
- Heinz, Marion / Kellerer, Sidonie (2016): Einleitung: Die neue Heidegger-Debatte. In: Heinz, Marion, Kellerer, Sidonie (Hg.), *Martin Heideggers »Schwarze Hefte«: Eine philosophisch-politische Debatte*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 9–38.
- Helfferich, Cornelia (2019): Leitfaden- und Experteninterviews. In: Baur, Nina, Blasius, Jörg (Hg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 669–686.
- Helfrich, Silke / Bollier, David (2019): *Frei, fair und lebendig – Die Macht der Commons*. Bielefeld: transcript.
- Helmore, Edward (2019): Airbnb announces it will go public next year after WeWork delays IPO. *The Guardian*. Online unter: <https://www.theguardian.com/technology/2019/sep/19/airbnb-ipo-2020-value> [letzter Zugriff 05.11.2019].
- Highmore, Ben (2002a): *Everyday life and cultural theory: An introduction*. London: Routledge.
- (Hg.) (2002b): *The everyday life reader*. London; New York: Routledge.
- (2006): *Michel de Certeau: Analysing Culture*. London: Continuum.
- (2007): Dem Gewöhnlichen verpflichtet: Ethik, Ethnographie und Alltagsleben bei Michel de Certeau. In: Füssel, Marian (Hg.), *Michel de Certeau: Geschichte, Kultur, Religion*. Konstanz: UVK, 221–236.
- Hilti, Nicola (2013): *Lebenswelten multilokal Wohnender: Eine Betrachtung des Spannungsfeldes von Bewegung und Verankerung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Hitzler, Roland (2011): Ethnographie. In: Bohnsack, Ralf, Marotzki, Winfried, Meuser, Michael (Hg.), *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung*. Opladen; Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich, 48–51.
- Hochschild, Arlie Russell (1983): *The managed heart: Commercialization of human feeling*. Berkeley; Los Angeles: University of California Press.
- Holton, Mark / Riley, Mark (2016): Student geographies and homemaking: Personal belonging(s) and identities. In: *Social & Cultural Geography* 17/5, 623–645.
- Horn, Keren / Merante, Mark (2017): Is home sharing driving up rents? Evidence from Airbnb in Boston. In: *Journal of Housing Economics* 38, 14–24.
- Hummon, David M. (1992): Community attachment: Local sentiment and sense of place. In: Altman, Irwin, Low, Setha M. (Hg.), *Place attachment*. New York: Plenum Press, 253–278.
- Hung, Yu-Hsiu / Wu, Lian-Fan / Chen, Chia-Chun (2014): Building trust in hospitality and culture exchange travel sites: Lessons from heuristic evaluation of CouchSurfing. In: Rau, Patrick P.L. (Hg.), *Cross-Cultural Design*. Cham: Springer International, 630–642.
- Hüppauf, Bernd (2007): Heimat – Die Wiederkehr eines verpönten Wortes. Ein Populärmythos im Zeitalter der Globalisierung. In: Gebhard, Gunther, Geisler, Oliver,

- Schröter, Steffen (Hg.), *Heimat: Konturen und Konjunkturen eines umstrittenen Konzepts*. Bielefeld: transcript, 109–140.
- Ingold, Tim (2000): *The perception of the environment: Essays on livelihood, dwelling and skill*. Psychology Press.
- Inness, Sherrie A. (2001): *Dinner roles: American women and culinary culture*. Iowa City: University of Iowa Press.
- Jacobs, Keith / Malpas, Jeff (2013): Material objects, identity and the home: Towards a relational housing research agenda. In: *Housing, Theory and Society* 30/3, 281–292.
- Jordan, Evan J. / Moore, Jocelyn (2017): An in-depth exploration of residents' perceived impacts of transient vacation rentals. In: *Journal of Travel & Tourism Marketing* 35/1, 90–101.
- Jorgensen, Danny L. (1989): *Participant observation: A methodology for human studies*. Thousand Oaks; London; New Delhi: Sage.
- Joy, Mike (2019): Couchsurfing 15th anniversary events. *Couchsurfing Blog*. Online unter: <https://blog.couchsurfing.com/couchsurfing-15th-anniversary-events/> [letzter Zugriff 06.11.2019].
- Judd, Dennis R. (1999): Constructing the tourist bubble. In: Judd, Dennis R., Fainstein, Susan S. (Hg.), *The tourist city*. New Haven: Yale University Press, 35–53.
- Juric, Boris / Vukovic, Dijana / Markovac, Nina (2012): Analysis of familiarity and ways of couchsurfing marketing as a new tourist form in Croatia's student population. In: *International Journal of Management Cases* 14/4, 219–237.
- Kagermeier, Andreas / Köller, Julia / Stors, Natalie (2015): Share Economy im Tourismus – Zwischen pragmatischen Motiven und der Suche nach authentischen Erlebnissen. In: *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* 2, 117–145.
- Kaplan, Roberta A. / Nadler, Michael L. (2015): Airbnb: A case study in occupancy regulation and taxation. In: *University of Chicago Law Review Dialogue* 82, 103–115.
- Karjalainen, Pauli Tapani (1993): House, home and the place of dwelling. In: *Scandinavian Housing and Planning Research* 10/2, 65–74.
- Karlsson, Logi / Dolnicar, Sara (2016): Someone's been sleeping in my bed. In: *Annals of Tourism Research* 58, 159–162.
- / Kemperman, Astrid / Dolnicar, Sara (2017): May I sleep in your bed? Getting permission to book. In: *Annals of Tourism Research* 62, 1–12.
- Katjezke, Laura / Schroer, Markus (2010): Sozialer Raum: Verräumlichung. In: Günzel, Stephan, Kümmerling, Franziska (Hg.), *Raum: Ein interdisziplinäres Handbuch*. Stuttgart: Metzler, 192–203.
- Kelle, Udo (2008): *Die Integration qualitativer und quantitativer Methoden in der empirischen Sozialforschung: Theoretische Grundlagen und methodologische Konzepte*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kenny, Gillian (2002): 'Our travellers' out there on the road: Lonely planet and its readers, 1973–1981. In: *Journal of Australian Studies* 26/72, 111–119.
- Ketter, Eran (2019): Eating with EatWith: Analysing tourism-sharing economy consumers. In: *Current Issues in Tourism* 22/9, 1062–1075.

- Kim, Sodam / Lee, Kyung Young / Koo, Chulmo / Yang, Sung-Byung (2017): Examining the influencing factors of intention to share accommodations in online hospitality exchange networks. In: *Journal of Travel & Tourism Marketing* 35/1, 16–31.
- Knoblauch, Hubert / Vollmer, Theresa (2019): Ethnographie. In: Baur, Nina, Blasius, Jörg (Hg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 599–617.
- Koh, Edward / King, Brian (2017): Accommodating the sharing revolution: a qualitative evaluation of the impact of Airbnb on Singapore's budget hotels. In: *Tourism Recreation Research*, 1–13.
- Kozinets, Robert V. (2010): *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Los Angeles [u.a.]: Sage.
- (2006): Click to Connect: Netnography and Tribal Advertising. In: *Journal of Advertising Research* 46/3, 279–288.
- Kreckel, Reinhard (1992): *Politische Soziologie der sozialen Ungleichheit*. Frankfurt am Main; New York: Campus.
- Kricheldorf, Cornelia (2008): Neue Wohnformen und gemeinschaftliches Wohnen im Alter. In: Buchen, Sylvia, Maier, Maja S. (Hg.), *Älterwerden neu denken: Interdisziplinäre Perspektiven auf den demografischen Wandel*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 237–247.
- Krönert, Veronika (2009): Michel de Certeau: Alltagsleben, Aneignung und Widerstand. In: Hepp, Andreas, Krotz, Friedrich, Thomas, Tanja (Hg.), *Schlüsselwerke der Cultural Studies*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 47–57.
- Kunz, Werner / Seshadri, Sukanya (2015): From virtual travelers to real friends: Relationship-building insights from an online travel community. In: *Journal of Business Research* 68/9, 1822–1828.
- L. M. (2018): In defence of the hipster aesthetic. In: *The Economist*. Online unter: <https://www.economist.com/prospero/2018/04/05/in-defence-of-the-hipster-aesthetic> [letzter Zugriff 05.03.2020].
- Lahire, Bernard (2003): From the habitus to an individual heritage of dispositions. Towards a sociology at the level of the individual. In: *Poetics* 31/5, 329–355.
- Lalicic, Lidija / Weismayer, Christian (2017): The Role of Authenticity in Airbnb Experiences. In: Schegg, Roland, Stangl, Brigitte (Hg.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2017*. Cham: Springer International, 781–794.
- Lam, Theodora / Yeoh, Brenda S.A. (2004): Negotiating 'home' and 'national identity': Chinese-Malaysian transmigrants in Singapore. In: *Asia Pacific Viewpoint* 45/2, 141–164.
- Lamnek, Siegfried / Krell, Claudia (2016): *Qualitative Sozialforschung*. Weinheim: Beltz.
- Lampinen, Airi (2016): Hosting together via Couchsurfing: Privacy management in the context of network hospitality. In: *International Journal of Communication* 10, 1581–1600.
- Läpple, Dieter (1991): Essay über den Raum: Für ein gesellschaftswissenschaftliches Raumkonzept. In: Häußermann, Hartmut, Ipsen, Detlev, Krämer-Bodoni, Thomas,

- Läpple, Dieter, Rodenstein, Marianne, Siebel, Walter (Hg.), *Stadt und Raum: Soziologische Analysen*. Pfaffenweiler: Centaurus, 157–207.
- Larkin, Brian (2013): The politics and poetics of infrastructure. In: *Annual Review of Anthropology* 42/1, 327–343.
- Larsen, Jonas (2008): De-exoticizing tourist travel: Everyday life and sociality on the move. In: *Leisure Studies* 27/1, 21–34.
- (2019): Ordinary tourism and extraordinary everyday life: Rethinking tourism and cities. In: Frisch, Thomas, Sommer, Christoph, Stoltenberg, Luise, Stors, Natalie (Hg.), *Tourism and Everyday Life in the Contemporary City*. Abingdon; New York: Routledge, 24–41.
- Latour, Bruno (1995): *Wir sind nie modern gewesen: Versuch einer symmetrischen Anthropologie*. Berlin: Akademie-Verlag.
- (1996): On actor-network theory: A few clarifications. In: *Soziale Welt* 47/4, 369–381.
- / Yaneva, Albena (2008): Die Analyse der Architektur nach der Actor-Network-Theorie (ANT). In: Geiser, Reto (Hg.), *Explorations in architecture: Teaching, design, research*. Basel; Boston; Berlin: Birkhäuser, 80–89.
- Lau, Raymond W.K. (2010): Revisiting authenticity. In: *Annals of Tourism Research* 37/2, 478–498.
- Lauterbach, Debra / Truong, Hung / Shah, Tanuj / Adamic, Lada (2009): Surfing a web of trust: Reputation and reciprocity on couchsurfing. com. In: *Proceeding CSE '09 Proceedings of the 2009 International Conference on Computational Science and Engineering. IEEE Computer Society Washington*, 346–353.
- Lave, Jean / Wenger, Étienne (1991): *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lawrence, Roderick J. (1987): What makes a house a home? In: *Environment and Behavior* 19/2, 154–168.
- LeCompte, Margaret Diane / Schensul, Jean J. (1999): *Analyzing & Interpreting Ethnographic Data*. Oxford: AltaMira.
- Lee, Maggy / Wong, Thomas (2019): From expatriates to new cosmopolitans? Female transnational professionals in Hong Kong. In: Lehmann, Angela, Leonard, Pauline (Hg.), *Destination China: Immigration to China in the post-reform era*. New York: Palgrave Macmillan, 91–119.
- Lee, Seunghwan / Kim, Dae-Young (2017): Brand personality of Airbnb: Application of user involvement and gender differences. In: *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1–14.
- Lees, Loretta / Slater, Tom / Wyly, Elvin (2008): *Gentrification*. New York; Milton Park: Routledge.
- Lefebvre, Henri (1991): *The production of space*. Oxford; Cambridge: Blackwell.
- (2004): *Rhythmanalysis. Space, time and everyday life*. London; New York: Continuum.
- Lenger, Alexander / Schneickert, Christian / Schumacher, Florian (2013): Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus. In: Lenger, Alexander, Schneickert, Christian, Schumacher, Florian (Hg.), *Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus: Grundlagen, Zugänge, Forschungsperspektiven*. Wiesbaden: Springer VS, 13–44.

- Liang, Lena Jingen / Choi, HS Chris / Joppe, Marion (2017): Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: Perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivity. In: *Journal of Travel & Tourism Marketing* 35/1, 73–89.
- Liang, Sai / Schuckert, Markus / Law, Rob / Chen, Chih-Chien (2017): Be a “Superhost”: The importance of badge systems for peer-to-peer rental accommodations. In: *Tourism Management* 60, 454–465.
- Lippuner, Roland / Lossau, Julia (2010): Kritik der Raumkehren. In: Günzel, Stephan, Kümmerling, Franziska (Hg.), *Raum: Ein interdisziplinäres Handbuch*. Stuttgart: Metzler, 110–119.
- Liu, Stephanie Q. / Mattila, Anna S. (2017): Airbnb: Online targeted advertising, sense of power, and consumer decisions. In: *International Journal of Hospitality Management* 60, 33–41.
- Liu, Yaping / Nie, Linlin / Li, Li (2016): Homogeneity, trust, and reciprocity: Three keys to the sustainable hospitality exchange of Couchsurfing. In: *Tourism Analysis* 21/2–3, 145–157.
- Llewellyn, Mark (2004): Designed by women and designing women: gender, planning and the geographies of the kitchen in Britain 1917-1946. In: *Cultural Geographies* 11/1, 42–60.
- Llop, Núria Lambea (2017): A policy approach to the impact of tourist dwellings in condominiums and neighbourhoods in Barcelona. In: *Urban Research & Practice* 10/1, 120–129.
- Lossau, Julia (2012): Spatial Turn. In: Eckardt, Frank (Hg.), *Handbuch Stadtsoziologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 185–198.
- Lovink, Geert (2011): *Networks without a cause: A critique of social media*. Cambridge; Malden: Polity Press.
- Löw, Martina (2001): *Raumsoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- (2008a): The constitution of space: The structuration of spaces through the simultaneity of effect and perception. In: *European Journal of Social Theory* 11/1, 25–49.
- (2008b): Raumproduktion und Krise. In: Blechinger, Gerhard, Milev, Yana (Hg.), *Emergency Design. Designstrategien im Arbeitsfeld der Krise*. Wien: Springer, 103–109.
- (2015): Space Oddity. Raumtheorie nach dem Spatial Turn. In: *sozialraum.de* 1/2015.
- / Steets, Silke (2014): The spatial turn and the sociology of built environment. In: Koniordos, Sokratis, Kyrtsis, Alexandros (Hg.), *Routledge handbook of European sociology*. London; New York: Routledge, 211–224.
- Low, Setha M. / Altman, Irwin (1992): Place attachment. A conceptual inquiry. In: Altman, Irwin, Low, Setha M. (Hg.), *Place attachment*. New York: Plenum Press, 1–12.
- Lüders, Christian (2010): Beobachten im Feld und Ethnographie. In: Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst, Steinke, Ines (Hg.), *Qualitative Forschung: Ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 384–401.
- (2011): Teilnehmende Beobachtung. In: Bohnsack, Ralf, Marotzki, Winfried, Meuser, Michael (Hg.), *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung*. Opladen; Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich, 151–153.

- Lugosi, Peter (2016): Socio-technological authentication. In: *Annals of Tourism Research* 58, 100–113.
- Luo, Qiuju / Huang, Lingwen (2016): Identity construction in a travel-related virtual community: A case study on a Guangzhou Couch-surfing community. In: *Journal of China Tourism Research* 12/1, 65–84.
- Luo, Qiuju / Zhang, Hui (2016): Building interpersonal trust in a travel-related virtual community: A case study on a Guangzhou couchsurfing community. In: *Tourism Management* 54, 107–121.
- Lussault, Michel / Stock, Mathis (2010): „Doing with space“: Towards a pragmatics of space. In: *Social Geography* 5/1, 11–19.
- Lynch, Paul A. (2000): Networking in the homestay sector. In: *The Service Industries Journal* 20/3, 95–116.
- (2005a): The commercial home enterprise and host: A United Kingdom perspective. In: *International Journal of Hospitality Management* 24/4, 533–553.
- (2005b): Reflections on the home setting in hospitality. In: *Journal of Hospitality and Tourism Management* 12/1, 37–49.
- (2005c): Sociological impressionism in a hospitality context. In: *Annals of Tourism Research* 32/3, 527–548.
- / Di Domenico, Marialaura / Sweeney, Majella (2007): Resident hosts and mobile strangers: Temporary exchanges within the topography of the commercial home. In: Germann Molz, Jennie, Gibson, Sarah (Hg.), *Mobilizing hospitality: The ethics of social relations in a mobile world*. Aldershot: Ashgate, 121–143.
- / MacWhannell, Doreen (2000): Home and commercialized hospitality. In: Lashley, Conrad, Morrison, Alison (Hg.), *In Search of Hospitality*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 100–117.
- Maak, Niklas (2014): *Wohnkomplex: Warum wir andere Häuser brauchen*. München: Carl Hanser.
- MacCannell, Dean (1973): Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. In: *American Journal of Sociology* 79/3, 589–603.
- (1999): *The tourist: A new theory of the leisure class*. Berkeley; Los Angeles: University of California Press.
- Maitland, Robert (2010): Everyday life as a creative experience in cities. In: *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 4/3, 176–185.
- / Newman, Peter (Hg.) (2009): *World tourism cities: Developing tourism off the beaten track*. Abingdon; New York: Routledge.
- Mallett, Shelley (2004): Understanding home: A critical review of the literature. In: *The sociological review* 52/1, 62–89.
- Mann, Sandi / Cadman, Rebekah (2014): Does being bored make us more creative? In: *Creativity Research Journal* 26/2, 165–173.
- Mansfeldt, Ole Kjær (2015): The „Airbnb experience“ and the experience economy. The spatial, relational and experiential in-betweenness of Airbnb. In: Lorentzen, Anne,

- Larsen, Karin Topsø, Schrøder, Lise (Hg.), *Spatial dynamics in the experience Economy*. London: Routledge, 103–116.
- Marcus, Clare Cooper (1995): *House as a mirror of self: Exploring the deeper meaning of home*. Berkeley: Conari Press.
- Mayol, Pierre (1998): Private Spaces. In: de Certeau, Michel, Giard, Luce, Mayol, Pierre (Hg.), *The Practice of Everyday Life. Vol. 2: Living and Cooking*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 145–148.
- Mayring, Philipp (1991): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Flick, Uwe, Kardoff, Ernst von, Keupp, Heiner, Rosenstiel, Lutz von, Wolff, Stephan (Hg.), *Handbuch qualitative Forschung: Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*. München: Beltz - Psychologie Verl. Union, 209–213.
- (2016): *Einführung in die qualitative Sozialforschung: Eine Anleitung zu qualitativem Denken*. Weinheim: Beltz.
- McCabe, Scott (2005): ‘Who is a tourist?’: A critical review. In: *Tourist Studies* 5/1, 85–106.
- McCurry, Justin (2018): ‘Tourism pollution’: Japanese crackdown costs Airbnb \$10m. *The Guardian*. Online unter: <https://www.theguardian.com/world/2018/jun/15/tourism-pollution-backlash-japan-crackdown-costs-airbnb-10m-kyoto> [letzter Zugriff 05.06.2019].
- McIntosh, Alison J. / Harris, Candice (2009): The discourse of home hosting: Examining the personal experiences of commercial home hosts. In: Lynch, Paul A., McIntosh, Alison J., Tucker, Hazel (Hg.), *Commercial homes in tourism: An international perspective*. London; New York: Routledge, 89–101.
- / Lynch, Paul A. / Sweeney, Majella (2011): „My home is my castle“: Defiance of the commercial homestay host in tourism. In: *Journal of Travel Research* 50/5, 509–519.
- Mediale Teilhabe (2019): Über die Forschungsgruppe. *Mediale Teilhabe*. Online unter: <https://mediaandparticipation.com/ueber/> [letzter Zugriff 30.11.2019].
- Meier, Lars / Frank, Sybille (2016): Dwelling in mobile times: places, practices and contestations. In: *Cultural Studies* 30/3, 362–375.
- Mermet, Anne-Cécile (2017): Critical insights from the exploratory analysis of the „Airbnb syndrome“ in Reykjavík. In: Gravari-Barbas, Maria, Guinand, Sandra (Hg.), *Tourism and gentrification in contemporary metropolises: International perspectives*. Abingdon, New York: Routledge, 52–74.
- Metzger, Christoph (2016): *Bauen für Demenz*. Berlin: jovis.
- Meuth, Miriam (2017): Theoretische Perspektiven auf Wohnen: Ein mehrdimensionales Wohnverständnis in erziehungswissenschaftlicher Absicht. In: Meuth, Miriam (Hg.), *Wohn-Räume und pädagogische Orte*. Wiesbaden: Springer VS, 97–122.
- Mikołajewska-Zajac, Karolina (2016): Sharing as labour and as gift: Couchsurfing as an „affective enterprise“. In: *Ephemera* 16/4, 209–222.
- (2017): Terms of reference: The moral economy of reputation in a sharing economy platform. In: *European Journal of Social Theory* 1–21.
- Miller, Daniel (2001): Behind closed doors. In: Miller, Daniel (Hg.), *Home possessions: Material culture behind closed doors*. Oxford; New York: Berg, 1–19.

- Miller, Daniel (2006): Things that bright up the place. In: *Home Cultures* 3/3, 235–249.
- Mkono, Muchazondida (2013): Hot and cool authentication: A netnographic illustration. In: *Annals of Tourism Research* 41, 215–218.
- Mody, Makarand Amrish / Suess, Courtney / Lehto, Xinran (2017): The accommodation experiencescape: A comparative assessment of hotels and Airbnb. In: *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 29/9, 2377–2404.
- Möhlmann, Mareike (2015): Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. In: *Journal of Consumer Behaviour* 14/3, 193–207.
- Moore, Jeanne (2000): Placing home in context. In: *Journal of Environmental Psychology* 20/3, 207–217.
- Mottiar, Ziene / Laurincikova, Lucia (2009): Hosts as entrepreneurs: Female commercial home entrepreneurs in Gaeltacht areas in the west of Ireland. In: Lynch, Paul A., McIntosh, Alison J., Tucker, Hazel (Hg.), *Commercial homes in tourism: An international perspective*. London; New York: Routledge, 38–49.
- Mughal, Muhammad Aurang Zeb (2015): Domestic space and socio-spatial relationships in rural Pakistan. In: *South Asia Research* 35/2, 214–234.
- Müller, Anna-Lisa (2016): Infrastrukturlandschaften zwischen gestern und heute: Zur Transformation von Stadträumen durch Umnutzung. In: Matern, Antje (Hg.), *Urbane Infrastrukturlandschaften in Transformation: Städte – Orte – Räume*. Bielefeld: transcript, 169–188.
- Murchison, Julian M. (2010): *Ethnography essentials: designing, conducting, and presenting your research*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Nejezchleba, Martin (2011): *Couchsurfing als soziokulturelle Praxis*. Berlin: LIT Verlag.
- New Hampshire Department of State (2003): Business Details: Couchsurfing International Inc. *New Hampshire Department of State*. Online unter: <https://quickstart.sos.nh.gov/online/BusinessInquire/BusinessInformation?businessID=126502> [letzter Zugriff 09.03.2020].
- Niewöhner, Jörg (2014): Perspektiven der Infrastrukturforschung: care-full, relational, ko-laborativ. In: Lengersdorf, Diana, Wieser, Matthias (Hg.), *Schlüsselwerke der Science & Technology Studies*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 341–352.
- O’Connor, Peter (2008): User-generated content and travel: A case study on Tripadvisor.com. In: O’Connor, Peter, Höpken, Wolfram, Gretzel, Ulrike (Hg.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2008*. Wien: Springer, 47–58.
- Oerton, Sarah (1998): Reclaiming the ‘housewife’? In: *Journal of Lesbian Studies* 2/4, 69–83.
- O’Gorman, Kevin D. / Lynch, Paul A. (2009): The monastic cloister: A bridge and a barrier between two worlds. In: Lynch, Paul A., McIntosh, Alison J., Tucker, Hazel (Hg.), *Commercial homes in tourism: An international perspective*. London; New York: Routledge, 165–178.
- O’Regan, Michael (2013): Couchsurfing through the lens of agential realism: Intra-active constructions of identity and challenging the subject-object dualism. In: Moufakkir,

- Omar, Reisinger, Yvette (Hg.), *The host gaze in global tourism*. Oxfordshire; Boston: CABI, 161–177.
- / Choe, Jaeyeon (2017a): Airbnb and cultural capitalism: Enclosure and control within the sharing economy. In: *Anatolia*, 1–10.
- / — (2017b): Airbnb: Turning the collaborative economy into a collaborative society. *Collaborative Economy and Tourism*. Cham: Springer, 153–168.
- / — (2019): Managing a non-profit hospitality platform conversion: The case of couchsurfing.com. In: *Tourism Management Perspectives* 30, 138–146.
- O'Reilly, Camille C. (2005): Tourist or traveller? Narrating backpacker identity. In: Jaworski, Adam, Pritchard, Annette (Hg.), *Discourse, Communication, and Tourism*. Buffalo: Channel View Publications, 150–170.
- O'Reilly, Karen (2007): *Ethnographic methods*. London: Routledge.
- Oskam, Jeroen / Boswijk, Albert (2016): Airbnb: the future of networked hospitality businesses. In: *Journal of Tourism Futures* 2/1, 22–42.
- Ossewaarde, Marinus / Reijers, Wessel (2017): The illusion of the digital commons: 'False consciousness' in online alternative economies. In: *Organization* 24/5, 609–628.
- Ozaki, Ritsuko / Lewis, John Rees (2006): Boundaries and the meaning of social space: A study of Japanese house plans. In: *Environment and Planning D: Society and Space* 24/1, 91–104.
- Pearce, Philip L. / Moscardo, Gianna M. (1986): The concept of authenticity in tourist experiences. In: *The Australian and New Zealand Journal of Sociology* 22/1, 121–132.
- Penman, Maggie / Vedantam, Shankar / Nesterak, Max (2016): #AirbnbWhileBlack: How Hidden Bias Shapes the Sharing Economy. *NPR.org*. <http://www.npr.org/2016/04/26/475623339/-airbnbwhileblack-how-hidden-bias-shapes-the-sharing-economy> [letzter Zugriff 08.08.2017].
- Pennartz, Paul J.J. (1999): Home. The experience of an atmosphere. In: Cieraad, Irene (Hg.), *At Home: An anthropology of domestic space*. Syracuse: Syracuse University Press, 95–106.
- Pera, Rebecca (2017): Empowering the new traveller: Storytelling as a co-creative behaviour in tourism. In: *Current Issues in Tourism* 20/4, 331–338.
- Phua, Voon Chin (2018): Perceiving Airbnb as sharing economy: The issue of trust in using Airbnb. In: *Current Issues in Tourism* 22/17, 2051–2055.
- Picard, David / Buchberger, Sonja (2013): Introduction: Couchsurfing in Lisbon, Tunis and Brisbane. In: Picard, David, Buchberger, Sonja (Hg.), *Couchsurfing cosmopolitanisms: Can tourism make a better world?* Bielefeld: transcript, 9–41.
- Pink, Sarah / Horst, Heather / Postill, John / Hjorth, Larissa / Lewis, Tania / Tacchi, Jo (2016): *Digital Ethnography: Principles and Practice*. London: Sage.
- Piscicelli, Laura / Cooper, Tim / Fisher, Tom (2015): The role of values in collaborative consumption: Insights from a product-service system for lending and borrowing in the UK. In: *Journal of Cleaner Production* 97, 21–29.

- Plantin, Jean-Christophe / Lagoze, Carl / Edwards, Paul N. / Sandvig, Christian (2018): Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. In: *New Media & Society* 20/1, 293–310.
- Pons, Pau Obrador (2003): Being-on-holiday: Tourist dwelling, bodies and place. In: *Tourist Studies* 3/1, 47–66.
- Poon, Ka Yin / Huang, Wei-Jue (2017): Past experience, traveler personality, and tripographics on intention to use AirBnB. In: *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 29/9, 2425–2443.
- Pott, Andreas (2007): *Orte des Tourismus. Eine raum- und gesellschaftstheoretische Untersuchung*. Bielefeld: transcript.
- Pred, Allan (1983): Structuration and place: On the becoming of sense of place and structure of feeling. In: *Journal for the Theory of Social Behaviour* 13/1, 45–68.
- Prince, Solène (2017): Dwelling in the tourist landscape: Embodiment and everyday life among the craft-artists of Bornholm. In: *Tourist Studies* 18/1, 63–82.
- Priporas, Constantinos-Vasilios / Stylos, Nikolaos / Rahimi, Roya / Vedanthachari, Lakshmi Narasimhan (2017): Unraveling the diverse nature of service quality in a sharing economy: A social exchange theory perspective of Airbnb accommodation. In: *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 29/9, 2279–2301.
- Prodoehl, Hans-Gerd (1983): *Theorie des Alltags*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Przyborski, Aglaja / Wohlrab-Sahr, Monika (2014): *Qualitative Sozialforschung: Ein Arbeitsbuch*. München: Oldenbourg.
- Pultar, Edward / Raubal, Martin (2009): A case for space: Physical and virtual location requirements in the CouchSurfing social network. In: *Proceedings of the 2009 International Workshop on Location Based Social Networks*. Seattle: ACM, 88–91.
- Rau, Susanne (2017): *Räume: Konzepte, Wahrnehmungen, Nutzungen*. Frankfurt am Main: Campus.
- Ravenelle, Alexandra J. (2019): Digitalization and the hybridization of markets and circuits in Airbnb. In: *Consumption Markets & Culture*, 1–20.
- Reckwitz, Andreas (2003): Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken. Eine sozialtheoretische Perspektive. In: *Zeitschrift für Soziologie* 32/4, 282–301.
- (2017): *Die Gesellschaft der Singularitäten: Zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin: Suhrkamp.
- Reddit Autor*innen (2014): r/couchsurfing - couch request algorithm? *Reddit*. Online unter: https://www.reddit.com/r/couchsurfing/comments/1hp5rk/couch_request_algorithm/ [letzter Zugriff 11.03.2020].
- (2015): r/couchsurfing - couch request algorithm? *Reddit*. Online unter: https://www.reddit.com/r/couchsurfing/comments/1hp5rk/couch_request_algorithm/ [letzter Zugriff 11.03.2020].
- (2018): r/couchsurfing - Long time hosts, how is your hosting experience after the changes to requests and search? *Reddit*. Online unter: https://www.reddit.com/r/couchsurfing/comments/6v0cdm/long_time_hosts_how_is_your_hosting_experience/ [letzter Zugriff 11.03.2020].

- Reisinger, Yvette / Steiner, Carol J. (2006): Reconceptualizing object authenticity. In: *Annals of Tourism Research* 33/1, 65–86.
- Relph, Edward (1976): *Place and placelessness*. London: Pion.
- Richard, Brendan / Cleveland, Shane (2016): The future of hotel chains: Branded marketplaces driven by the sharing economy. In: *Journal of Vacation Marketing* 22/3, 239–248.
- Richards, Greg (2017): Sharing the new localities of tourism. In: Dredge, Dianne, Gyimóthy, Szilvia (Hg.), *Collaborative economy and tourism*. Cham: Springer International, 169–184.
- Richardson, Lizzie (2015): Performing the sharing economy. In: *Geoforum* 67, 121–129.
- Ritzer, George (2015): Prosumer Capitalism. In: *The Sociological Quarterly* 56/3, 413–445.
- Robbins, Tom (2018): Where to go — now everywhere looks the same. In: *Financial Times*. Online unter: <https://www.ft.com/content/ae327d16-4336-11e8-803a-295c97e6fd0b> [letzter Zugriff 05.03.2020].
- Roelofsen, Maartje / Minca, Claudio (2018): The superhost. Biopolitics, home and community in the Airbnb dream-world of global hospitality. In: *Geoforum* 91, 170–181.
- Ronzhyn, Alexander (2013): Online identity: Constructing interpersonal trust and openness through participating in hospitality social networks. In: *The Journal of Education, Culture, and Society* 1, 47–56.
- (2018): Using couchsurfing.com and its association with generalized trust. In: *Tourism Culture & Communication* 18/2, 133–145.
- Rosen, Devan / Lafontaine, Pascale Roy / Hendrickson, Blake (2011): CouchSurfing: Belonging and trust in a globally cooperative online social network. In: *New Media & Society* 13/6, 981–998.
- Rybczynski, Witold (1986): *Home: a short history of an idea*. New York: Viking.
- Salice, Silvia Mazzucotelli / Pais, Ivana (2017): Sharing economy as an urban phenomenon: Examining policies for sharing cities. In: Meil, Pamela, Kirov, Vassil (Hg.), *Policy implications of virtual work, dynamics of virtual work*. Cham: Palgrave Macmillan, 199–228.
- Sand, Jordan (2003): *House and home in modern Japan: Architecture, domestic space, and bourgeois culture, 1880–1930*. Cambridge; London: Harvard University Asia Center.
- Sans, Albert Arias / Quaglieri Domínguez, Alan (2016): Unravelling Airbnb: Urban perspectives from Barcelona. In: Russo, Antonio Paolo, Richards, Greg (Hg.), *Reinventing the local in tourism: Producing, consuming and negotiating place*. Buffalo: Channel View Publications, 209–228.
- Schäfer, Philipp / Braun, Nicole (2016): Misuse through short-term rentals on the Berlin housing market. In: *International Journal of Housing Markets and Analysis* 9/2, 287–311.
- Schäfer, Robert (2015): *Tourismus und Authentizität: Zur gesellschaftlichen Organisation von Außeralltäglichkeit*. Bielefeld: transcript.
- Schéou, Bernard (2013): Allures of the global, gender and the challenge to Confucian hospitality among Vietnamese couchsurfers from Ho Chi Minh City. In: Picard, David,

- Buchberger, Sonja (Hg.), *Couchsurfing cosmopolitanisms: Can tourism make a better world?* Bielefeld: transcript, 123–140.
- Schmid, Christian (2005): *Stadt, Raum und Gesellschaft: Henri Lefebvre und die Theorie der Produktion des Raumes*. Stuttgart: Franz Steiner.
- Schöpf, Simon (2015): The commodification of the couch: A dialectical analysis of hospitality exchange platforms. In: *tripleC: Communication, Capitalism & Critique* 13/1, 11–34.
- Schor, Juliet (2016): Debating the sharing economy. In: *Journal of Self-Governance and Management Economics* 4/3, 7–22.
- Schroer, Markus (2006): *Räume, Orte, Grenzen: Auf dem Weg zu einer Soziologie des Raums*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- (2008): „Bringing space back in“ – Zur Relevanz des Raums als soziologischer Kategorie. In: Döring, Jörg, Thielmann, Tristan (Hg.), *Spatial Turn: Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften*. Bielefeld: transcript, 125–148.
- (2009): Soziologie. In: Günzel, Stephan (Hg.), *Raumwissenschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 354–369.
- (2019): *Räume der Gesellschaft: Soziologische Studien*. Wiesbaden: Springer VS.
- / Kajetzke, Laura (2019): Raum aus praxissoziologischer Perspektive. In: Schroer, Markus (Hg.), *Räume der Gesellschaft: Soziologische Studien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 71–95.
- Schuckert, Markus / Peters, Mike / Pilz, Gerhard (2018): The co-creation of host–guest relationships via couchsurfing: A qualitative study. In: *Tourism Recreation Research* 43/2, 220–234.
- Scott, Susie (2009): *Making sense of everyday life*. Cambridge: Polity Press.
- Seamon, David (2018): *Life takes place: Phenomenology, lifeworlds, and place making*. New York; London: Routledge.
- Selle, Gert (1993): *Die eigenen vier Wände: Zur verborgenen Geschichte des Wohnens*. Frankfurt am Main; New York: Campus.
- Shields, Rob (2005): *Lefebvre, love and struggle: Spatial dialectics*. London; New York: Routledge.
- Shove, Elizabeth (2012): Habits and their creatures. In: *COLLeGIUM. Studies across Disciplines in the Humanities and Social Sciences* 12, 100–112.
- Silbermann, Alphons (1963): *Vom Wohnen der Deutschen: Eine soziologische Studie über das Wohnerlebnis*. Köln; Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Sixsmith, Judith (1986): The Meaning of Home: An exploratory study of environmental experience. In: *Journal of Environmental Psychology* 6/4, 281–298.
- Skiba, Isabella / Züger, Rahel (2016): *Barrierefrei planen*. Basel: Birkhäuser.
- Soja, Edward W. (1989): *Postmodern geographies: The reassertion of space in critical social theory*. London; New York: Verso.
- (2008): Vom „Zeitgeist“ zum „Raumgeist“. New twists on the spatial turn. In: Döring, Jörg, Thielmann, Tristan (Hg.), *Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften*. Bielefeld: transcript, 241–262.

- Sommer, Christoph / Stoltenberg, Luise / Frisch, Thomas / Stors, Natalie (2019):
 Entwicklungslinien und Perspektiven der New Urban Tourism-Forschung. In: *Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung: Touristifizierung urbaner Räume* 15, 15–31.
- Southerton, Dale (2012): Habits, routines and temporalities of consumption: From individual behaviours to the reproduction of everyday practices. In: *Time & Society* 22/3, 335–355.
- Spradley, James P. (2016): *The ethnographic interview*. Long Grove: Waveland Press.
- Stabrowski, Filip (2017): ‘People as businesses’: Airbnb and urban micro-entrepreneurialism in New York City. In: *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 10/2, 327–347.
- Stäheli, Urs / Stähle, Annika (2014): Infrastrukturen des Tourismus. In: *POP. Kultur & Kritik* 3/2, 10–18.
- Star, Susan Leigh (1999): The ethnography of infrastructure. In: *American Behavioral Scientist* 43/3, 377–391.
- (2002): Infrastructure and ethnographic practice: Working on the fringes. In: *Scandinavian Journal of Information Systems* 14/2, 107–122.
- / Bowker, Geoffrey C. (2002): How to Infrastructure. In: Lievrouw, Leah A., Livingstone, Sonia (Hg.), *Handbook of new media: Social shaping and consequences of ICTs*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage, 151–162.
- / Ruhleder, Karen (1996): Steps toward an ecology of infrastructure: Design and access for large information spaces. In: *Information Systems Research* 7/1, 111–134.
- Steets, Silke (2015): *Der sinnhafte Aufbau der gebauten Welt: Eine Architektursoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Steiner, Carol J. / Reisinger, Yvette (2006): Understanding existential authenticity. In: *Annals of Tourism Research* 33/2, 299–318.
- Steylaerts, Vicky / Dubhghaill, Sean O’ (2012): CouchSurfing and authenticity: Notes towards an understanding of an emerging phenomenon. In: *Hospitality & Society* 1/3, 261–278.
- Stock, Mathis (2009): Polytopisches Wohnen – ein phänomenologisch-prozessorientierter Zugang. In: *Informationen zur Raumentwicklung* 1/2, 107–116.
- (2019): Inhabiting the city as tourists: Issues for urban and tourism theory. In: Frisch, Thomas, Sommer, Christoph, Stoltenberg, Luise, Stors, Natalie (Hg.), *Tourism and everyday life in the contemporary city*. Abingdon; New York: Routledge, 42–66.
- Stoltenberg, Luise (2017): Zur urbanen Ökonomie des Teilens. In: *INDES* 6/3, 59–65.
- (2019): Privatheit und Authentizität im Home-Sharing-Tourismus. In: Ettinger, Patrik, Eisenegger, Mark, Prinzing, Marlis, Blum, Roger (Hg.), *Intimisierung des Öffentlichen: Zur multiplen Privatisierung des Öffentlichen in der digitalen Ära*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 97–116.
- / Frisch, Thomas (2019): Commensality and ‘local’ food: Exploring a city with the help of digital meal-sharing platforms. In: Frisch, Thomas, Sommer, Christoph, Stoltenberg, Luise, Stors, Natalie (Hg.), *Tourism and everyday life in the contemporary city*. Abingdon; New York: Routledge, 165–187.
- / — (2017): „Gemeinschaft“ als Unternehmensaufgabe. Konsequenzen der Sharing Economy. In: *POP. Kultur & Kritik* 11, 45–52.

- Stors, Natalie (2019): Living with guests: understanding the reasons for hosting via Airbnb in a mobile society. In: Frisch, Thomas, Sommer, Christoph, Stoltenberg, Luise, Stors, Natalie (Hg.), *Tourism and everyday life in the contemporary city*. Abingdon; New York: Routledge, 112–138.
- / Kagermeier, Andreas (2017): The sharing economy and its role in metropolitan tourism. In: Gravari-Barbas, Maria, Guinand, Sandra (Hg.), *Tourism and gentrification in contemporary metropolises: International perspectives*. Abingdon; New York: Routledge, 181–206.
- / Stoltenberg, Luise / Sommer, Christoph / Frisch, Thomas (2019): Tourism and everyday life in the contemporary city: An introduction. In: Frisch, Thomas, Sommer, Christoph, Stoltenberg, Luise, Stors, Natalie (Hg.), *Tourism and everyday life in the contemporary city*. London; New York: Routledge, 1–23.
- Strauss, Anselm L. (1998): *Grundlagen qualitativer Sozialforschung: Datenanalyse und Theoriebildung in der empirischen soziologischen Forschung*. München: Fink.
- Sun, Nan / Liu, Dongsheng / Zhu, Anding / Chen, Yahui / Yuan, Yufei (2019): Do Airbnb’s “superhosts” deserve the badge? An empirical study from China. In: *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 24/4, 296–313.
- Sundararajan, Arun (2017): *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. Cambridge: The MIT Press.
- Tan, Jun-E. (2010): The leap of faith from online to offline: An exploratory study of couchsurfing.org. In: Acquisti, Alessandro, Smith, Sean W., Sadeghi, Ahmad-Reza (Hg.), *Trust and trustworthy computing*. Berlin; Heidelberg: Springer, 367–380.
- (2013): Cosmopolitanism as subcultural capital: Trust, performance and taboo at couchsurfing.org. In: Picard, David, Buchberger, Sonja (Hg.), *Couchsurfing cosmopolitanisms: Can tourism make a better world?* Bielefeld: transcript, 141–160.
- Tarde, Gabriel (2003): *Die Gesetze der Nachahmung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Terlinden, Ulla (1980): Baulich-räumliche HERRschaft. Bedingungen und Veränderungen. In: *Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis Frauen, Räume, Architektur, Umwelt* 4, 48–62.
- Thomas, Alexander / Kinast, Eva-Ulrike / Schroll-Machl, Sylvia (Hg.) (2009): *Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Thomas, Stefan (2019): *Ethnografie: Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Trebitsch, Michel (1991): Preface. In: Lefebvre, Henri (Hg.), *Critique of Everyday Life, Vol. 1*. London; New York: Verso, ix–xxviii.
- Treibel, Annette (2008): *Die Soziologie von Norbert Elias: eine Einführung in ihre Geschichte, Systematik und Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Tuan, Yi-Fu (1974): *Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Tucker, Hazel / Lynch, Paul (2005): Host-guest dating. In: *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 5/2–4, 11–32.

- Turner, Louis / Ash, John (1975): *The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery*. London: Constable.
- Tussyadiah, Iis P. (2016): Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation. In: *International Journal of Hospitality Management* 55, 70–80.
- / Pesonen, Juho (2016a): Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. In: *Journal of Travel Research* 55/8, 1022–1040.
- / — (2016b): Drivers and barriers of peer-to-peer accommodation stay – an exploratory study with American and Finnish travellers. In: *Current Issues in Tourism* 21/6, 1–18.
- / Zach, Florian (2016): Identifying salient attributes of peer-to-peer accommodation experience. In: *Journal of Travel & Tourism Marketing* 34/5, 1–17.
- Urry, John (1990): *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.
- (1995): *Consuming places*. London; New York: Routledge.
- (2000): *Sociology beyond societies: Mobilities for the twenty-first century*. London: Routledge.
- Vallerand, Olivier (2013): Home is the place we all share – building queer collective utopias. In: *Journal of Architectural Education* 67/1, 64–75.
- van Nuenen, Tom (2016): The production of locality on peer-to-peer platforms. In: *Cogent Social Sciences* 2/1, 1–16.
- (2019): Algorithmic authenticity: Sociotechnical authentication processes on online travel platforms. In: *Tourist Studies* 19/3, 378–403.
- Varma, Arup / Jukic, Nenad / Pestek, Almir / Shultz, Clifford J. / Nestorov, Svetlozar (2016): Airbnb: Exciting innovation or passing fad? In: *Tourism Management Perspectives* 20, 228–237.
- Voges, Wolfgang (2008): *Soziologie des höheren Lebensalters: Ein Studienbuch zur Gerontologie*. Augsburg: Maro.
- Wachsmuth, David / Weisler, Alexander (2018): Airbnb and the rent gap: Gentrification through the sharing economy. In: *Environment and Planning A: Economy and Space* 50/6, 1147–1170.
- Wang, Dan / Nicolau, Juan L. (2017): Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb.com. In: *International Journal of Hospitality Management* 62, 120–131.
- Wang, Ning (1999): Rethinking authenticity in tourism experience. In: *Annals of Tourism Research* 26/2, 349–370.
- Warf, Barney / Arias, Santa (2009): Introduction: the reinsertion of space into the social sciences and humanities. In: Warf, Barney, Arias, Santa (Hg.), *The spatial turn: Interdisciplinary perspectives*. London; New York: Routledge, 1–10.
- Warhaftig, Myra (1985): *Emanzipationshindernis Wohnung. Die Behinderung der Emanzipation der Frau durch die Wohnung und die Möglichkeit zur Überwindung*. Köln: Pahl-Rugenstein.

- Werle, Raymund (2000): Technik als Akteur? In: Werle, Raymund, Schimank, Uwe (Hg.), *Gesellschaftliche Komplexität und kollektive Handlungsfähigkeit*. Frankfurt am Main; New York: Campus, 74–94.
- Werlen, Benno (2008): *Sozialgeographie: Eine Einführung*. Bern; Stuttgart; Wien: Haupt.
- White, Naomi Rosh / White, Peter B. (2007): Home and away: Tourists in a connected world. In: *Annals of Tourism Research* 34/1, 88–104.
- Wieser, Matthias (2012): *Das Netzwerk von Bruno Latour: Die Akteur-Netzwerk-Theorie zwischen Science & Technology Studies und poststrukturalistischer Soziologie*. Bielefeld: transcript.
- Wikipedia Autor*innen (2019): Postadressen in Japan. *Wikipedia. Die freie Enzyklopädie*. Online unter: https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Postadressen_in_Japan&oldid=189646821 [letzter Zugriff 22.11.2019].
- Wikipedia Contributors (2019): Couchsurfing. *Wikipedia. The Free Encyclopedia*. Online unter: <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Couchsurfing&oldid=921634688> [letzter Zugriff 19.11.2019].
- Wilhelmer, Lars (2015): *Transit-Orte in der Literatur: Eisenbahn - Hotel - Hafen - Flughafen*. Bielefeld: transcript.
- Wimdu META GmbH (2020): Wimdu – Ferienwohnungen und Apartments günstiger. *Wimdu*. Online unter: <https://www.wimdu.de/> [letzter Zugriff 23.02.2020].
- Winter, Rainer (2007): Das Geheimnis des Alltäglichen. In: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 32/4, 21–39.
- Wischermann, Ulla (2003): Feministische Theorien zur Trennung von privat und öffentlich – Ein Blick zurück nach vorn. In: *Feministische Studien* 21/1, 23–34.
- Wittel, Andreas (2006): Auf dem Weg zu einer Netzwerk-Sozialität. In: Hepp, Andreas, Krotz, Friedrich, Moores, Shaun, Winter, Carsten (Hg.), *Konnektivität, Netzwerk und Fluss. Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 163–188.
- Wohlrab-Sahr, Monika (2011): Schwellenanalyse – Plädoyer für eine Soziologie der Grenzziehungen. In: Hahn, Kornelia, Koppetsch, Cornelia (Hg.), *Soziologie des Privaten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 33–52.
- Xie, Karen L. / Mao, Zhenxing (2017): The impacts of quality and quantity attributes of Airbnb hosts on listing performance. In: *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 29/9, 2240–2260.
- Yannopoulou, Natalia / Moufahim, Mona / Bian, Xuemei (2013): User-generated brands and social media: Couchsurfing and Airbnb. In: *Contemporary Management Research* 9/1, 85–90.
- Young, Iris Marion (2005): *On female body experience: „Throwing like a girl“ and other essays*. New York: Oxford University Press.
- Zervas, Georgios / Proserpio, Davide / Byers, John W. (2017): The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. In: *Journal of Marketing Research* 54/5, 687–705.

- Zgolli, Samar / Zaiem, Imed (2018): Couchsurfing: A new form of sustainable tourism and an exploratory study of its motivations and its effect on satisfaction with the stay. In: *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 12/1, 130–142.
- Zheng, Chenyu (2017): Unspoken words: the art of non-verbal communications in Airbnb Hospitality. *Medium*. Online unter: <https://medium.com/@chenyuz/the-unspoken-words-post-it-notes-between-airbnb-hosts-and-guests-1b5aab67f619> [letzter Zugriff 26.11.2019].
- (o. J.): About. *365 Days On Airbnb*. <http://www.365daysonairbnb.com/about> [letzter Zugriff 28.02.2020].
- Zigos, Julianne (2013): Couchsurfing’s sex secret: It’s the greatest hook-up app ever devised. *Business Insider*. Online unter: <https://www.businessinsider.com/couchsurfing-the-best-hook-up-app-2013-12> [letzter Zugriff 16.10.2019].
- Zuev, Dennis (2012): CouchSurfing as a spatial practice: Accessing and producing xenotopos. In: *Hospitality & Society* 1/3, 227–244.
- (2013): Hosting Marco in Siberia: Couchsurfing hospitality in an „out of the way“ place. In: Picard, David, Buchberger, Sonja (Hg.), *Couchsurfing Cosmopolitanisms: Can tourism make a better world?* Bielefeld: transcript, 65–82.

Anhang

Feldforschungsprozess im Überblick

Beginn (n)ethnographisch-fundierter Forschung & Feldforschungsaufenthalte im Ausland

19.10.2015	Registrierung Airbnb
17.08.2016	Registrierung Couchsurfing
15.05.–13.06.2017	Feldforschungsaufenthalt USA
04.–29.11.2017	Feldforschungsaufenthalt Japan, Research Exchange mit der Osaka City University
02.10.– 03.11.2018	Feldforschungsaufenthalt Japan

Teilnehmende Beobachtungen in der Rolle Airbnb-/Couchsurfing-Gast

27.–28.11.2015	Airbnb-Übernachtung, Berlin
25.–26.01.2016	Airbnb-Übernachtung, Berlin
01.–03.06.2016	Airbnb-Übernachtung, Weimar
20.–23.10.2016	Airbnb-Übernachtung, Los Angeles
30.10.– 01.11.2016	Airbnb-Übernachtung, New York
22.–25.05.2017	Airbnb-Übernachtung, San Francisco
25.05.– 01.06.2017	Airbnb-Übernachtung, San Francisco
20.–22.11.2017	Couchsurfing-Übernachtung, Osaka
09.–11.10.2018	Airbnb-Übernachtung, Gifu
11.–13.10.2018	Airbnb-Übernachtung, Gifu
13.–15.10.2018	Airbnb-Übernachtung, Nagoya
15.–17.10.2018	Airbnb-Übernachtung, Sakashita
21.–24.10.2018	Airbnb-Übernachtung, Wakayama
22.–24.10.2018	Airbnb-Übernachtung, Hashimoto

Teilnehmende Beobachtungen in der Rolle Couchsurfing-Host

26.–28.08.2016	1 Gast
31.08.– 02.09.2016	1 Gast
05.–07.09.2016	1 Gast
04.–05.03.2018	1 Gast
12.–14.04.2018	2 Gäste
20.–23.05.2018	1 Gast

Teilnehmende Beobachtungen bei Airbnb-/Couchsurfing-Veranstaltungen

- 16.12.2015 Teilnahme Airbnb Office Tour, Berlin
- 15.07.2016 Besuch Airbnb Ausstellung #LiveThere, Berlin
- 18.05.2017 Besuch „Trade Fair“, Home Sharers Democratic Club, San Francisco
- 24.05.2017 Besuch Couchsurfing HQ + Besuch Couchsurfing Movie Night, San Francisco
- 25.05.2017 Besuch Airbnb Meetup, San Francisco
- 27.05.2017 Besuch Airbnb Meetup, San Francisco
- 04.06.2017 Couchsurfing-*Hangout* mit einem Couchsurfing-User, San Francisco
- 06.06.2017 Besuch Airbnb HQ, San Francisco
- 07.06.2017 Couchsurfing-*Hangout* mit zwei Couchsurfer*innen, San Francisco
- 17.–19.10.2018 Aufenthalt in Airbnb’s Yoshino Cedar House, Yoshino

Leitfadengestützte Interviews mit Airbnb-/Couchsurfing-User*innen

- 17.02.2016 Airbnb-Gast Emilia via Skype; Airbnb-Gast Zahra via Skype
- 18.02.2016 Airbnb-Gast Johannes via Skype; Airbnb-Gast Moritz via Skype
- 22.02.2016 Airbnb-Gast Hannah via Skype
- 23.02.2016 Airbnb-Gast Lena; Airbnb-Gast Noah via Skype
- 24.02.2016 Airbnb-Gast Ben via Skype
- 25.02.2016 Airbnb-Gast Jasmin via Telefon; Airbnb-Gast Simon
- 08.03.2016 Airbnb-Host Christian via Telefon
- 15.03.2016 Airbnb-Host Sophie
- 22.05.2017 Couchsurfing-Host Tim
- 24.05.2017 Airbnb- und Couchsurfing-Gast Nele
- 27.05.2017 Couchsurfing-Host Nigel
- 28.05.2017 Couchsurfing-Host/-Gast Russel, zudem Mitarbeiter von Couchsurfing
- 29.05.2017 Airbnb-/Couchsurfing-Gast Laura; Couchsurfing-Host Jay
- 30.05.2017 Couchsurfing-Gast Mimi
- 31.05.2017 Couchsurfing-Host Brian
- 03.06.2017 Couchsurfing-Host Nadja
- 04.06.2017 Couchsurfing-Gast Melinda
- 06.06.2017 Airbnb-Gast Chenyu Zheng, Initiatorin von „365 days on Airbnb“

Interviews mit anderen Akteur*innen

23.02.2016 Interview mit Airbnb-Fotografin Michelle via Telefon

Zusätzlich wurden 13 Interviews, welche im Rahmen des Projektes *Tourismus 2.0 – Zwischen medialer Vermittlung und digitaler Entnetzung* von Thomas Frisch geführt wurden, im Zuge der Auswertung berücksichtigt. Den Interviews mit Airbnb-User*innen liegt dabei derselbe Leitfaden zugrunde wie den anderen leitfadengestützten Interviews. Des Weiteren sind drei Interviews in die Auswertung eingeflossen, die Thomas Frisch mit für Airbnb relevanten Akteur*innen geführt hat.

Leitfadengestützte Interviews mit Airbnb-User*innen, Interviewer: Thomas Frisch

- 18.02.2016 Airbnb-Gast Sebastian
- 23.02.2016 Airbnb-Gast Isabella via Skype
- 25.02.2016 Airbnb-Gast Gabriel via Skype
- 26.02.2016 Airbnb-Gast Erika via Telefon
- 27.02.2016 Airbnb-Gast Lara via Telefon; Airbnb-Gast Sabine via Telefon
- 14.03.2016 Airbnb-Host Yonatan
- 13.04.2017 Airbnb-Host Anna; Airbnb-Host Susan
- 26.04.2017 Airbnb-Host Clara; Airbnb-Host John, zudem Aktivist für faire Regulationen von Kurzzeitvermietungen
- 28.04.2017 Airbnb-Host Ragna; Airbnb-Host Frank, zudem Inhaber von zwei auf Airbnb spezialisierte Unternehmen

Interviews mit anderen Akteur*innen, Interviewer: Thomas Frisch

- 24.04.2017 Adriana, Mitarbeiterin bei einem städtischen Mieterbund und Mitglied einer Koalition zur stärkeren Regulation von Airbnb; Joey, Mitarbeiter einer städtischen Einrichtung zur Kontrolle von Kurzzeitvermietungen
- 05.05.2017 Linda, Anti-Airbnb-Aktivistin

Interview-Fallmemos

#1 **Lara, Airbnb-Gast:** wenig Erfahrung; hat Airbnb zunächst aus Neugier ausprobiert; Studierenden-WG in Rom als besonders schönes Erlebnis; sucht nach Persönlichkeit in den angemieteten Wohnungen; kann sie selbst nicht vorstellen, Gastgeberin zu werden, weil ihr dann sie ihren „Freiraum“ benötigt

#2 **Sabine; Airbnb-Gast:** wenig Erfahrung mit eigenem Account – vorher bei anderen mitgereist; sieht Airbnb als „spannende Möglichkeit [...], in einer fremden Stadt unterzukommen“ und freut sich über den Kontakt mit „Locals“; schöner Moment ist für sie jedes Mal das erste Betreten der gemieteten Unterkunft; sucht bevorzugt nach bewohnten Wohnungen und nicht nach professionellen Inseraten; Bett abziehen beim Check-out

#3 **Simon, Airbnb-Gast und ehemaliger Gastgeber:** viel Erfahrung; war an seinem früheren Wohnort selbsternannter Airbnb-Ambassador als Host; hat bei Vermietung des eigenen Zimmers bei Freunden und Freundinnen übernachtet; mitunter derbe Ausdrucksweise; bei Miete immer gründliche Vorbereitung online (Fotos im Inserat; Lage mit GoogleMaps prüfen); mit Verweis auf „die ursprüngliche Idee von Airbnb“ eindeutig gegen Professionalisierungstendenzen

#4 **Ben, Airbnb-Gast:** sehr lockere Ausdrucksweise; legt besonderen Wert auf ästhetische Inneneinrichtung, weil dies sein Urlaubserlebnis bereichert („Wenn das irgendwo stattfindet, wo man nicht irgendwie direkt Augenkrebs kriegt, weil die Gardine irgendwie knallorange ist, so“); vor Check-out räumt er gründlich auf und saugt die Unterkunft

#5 **Emilia, Airbnb-Gast:** erfahren; für anstehendes Praktikum in Shanghai hat sie sich ein WG-Zimmer über Airbnb gemietet; zieht persönliche Begegnungen professionellen Anbieter*innen vor; negatives Airbnb-Erlebnis bei Besuch einer Freundin in New York: ausschließlich professionelle Vermietung, ständig wechselnde Gäste, runtergekommene und dreckige Wohnung, Stromausfall, Host nicht erreichbar

#6 **Johannes, Airbnb-Gast:** sehr erfahren; mietet gern bei Gastgeberinnen, weil er diesen gemütlichere Wohnungen zuschreibt („[W]enn ich dann bei Männern untergekommen bin, hatte ich häufig ein Gefühl [von] ‚Es ist relativ kühl hier, es ist steril‘ [...])“); hatte klares Negativerlebnis (keine AC, nachts bellende Hunde, Familie räumt Zimmer frei), welches er selbst nicht als solches beschreibt; möchte Zeit mit dem Host verbringen – aber nur beschränkt auf Aufenthalt; beschreibt sich zweimal als „typisch deutsch“ – geschlossene Zimmertür und Sauberkeit

#7 **Noah, Airbnb-Gast:** sehr erfahren; bucht Wohnungen für Reisen mit mehreren Leuten; ihm missfällt im Hotel die Standardisierung der Einrichtungen; möchte als deutscher Tourist im Urlaub möglichst nicht auffallen; Streit mit einem seiner Airbnb-Gastgeber in Istanbul wegen Lautstärkebeschwerden der Nachbar*innen

#8 **Lena, Airbnb-Gast:** wenig erfahren; zentrale Motivation ist Kostenersparnis und Authentizität („und meine Motivation war wahrscheinlich am Anfang der Preis und weil man eventuell cooler lebt, also besser oder authentischer.“); Negativerlebnis in New York: Gastgeberin hat kurz vor Aufenthalt ihren Job verloren und einen nervlichen Zusammenbruch während des Aufenthaltes; schätzt die Begegnungen mit Gastgeber*innen

#9 Jasmin, Airbnb-Gast: wenig erfahren; Preisersparnis ist für sie entscheidend; positives und negatives Erlebnis in derselben Wohnung in Tübingen, da zweimal gebucht (positiv: Lage, negativ: verspätete Anreise und daher wütende Gastgeberin); im Hotel missfällt ihr der vorgegebene Tagesrhythmus; prüft bei Check-in sehr genau, ob im Inserat gemachte Angaben auch zutreffen; hat bislang nur professionalisierte Airbnb-Unterkünfte gebucht

#10 Zahra, Airbnb-Gast: sehr erfahren; die Firma, bei der sich angestellt ist, bucht für Geschäftsreisen ebenfalls über Airbnb Unterkünfte; schätzt Airbnb aufgrund der Vielseitigkeit des Angebotes; hat bislang nur professionalisierte Wohnungen gemietet – ansonsten würde sie es „komisch“ finden; die Wohnungen und den Aufenthalt dort vergleicht sie mit Hotels; versteht sich selbst als „Kundin“; ihre Mutter ist Host bei Airbnb und sucht hierüber nach sozialen Kontakten und Begegnungen – sie war zuvor bei Couchsurfing Gastgeberin, hat dies aber aus Kostengründen eingestellt

#11 Sebastian, Airbnb-Gast: sehr erfahren – mehr als 20 Buchungen im europ. Ausland; sucht nach einer günstigeren und komfortableren Alternative zum Hotel; Preis-Leistungs-Verhältnis ist sehr wichtig; gefragt nach schönstem Erlebnis, betont er den Abholservice vom Flughafen einer Gastgeberin in Portugal; Interieur ist ihm wichtig; er findet reziproke Bewertungen sehr sinnvoll; hat eine Buchung in Kopenhagen storniert, weil die Gastgeberin zu viele und zu strikte Hausregeln hatte

#12 Gabriel, Airbnb-Gast: kaum erfahren; Preis und Komfort der Wohnung als wichtige Kriterien; positives Erlebnis in einem „*upcoming* Viertel“ in New York; entscheidet sich aufgrund der Lage und der hochgeladenen Bilder für die Buchung eines Inserats; positioniert sich abwägend zu den Regulationen, spricht im Zuge dessen von „Airbnb-Objekten“

#13 Erika, Airbnb-Gast: kaum erfahren; ihr gefällt der alltägliche Einblick in die bereiste Destination; rechtliche Situation hält sie davon ab, selbst Host zu sein; war während des Hurricanes Sandy in New York und ihre Airbnb-Gastgeberin hat ihr Wasserflaschen geschenkt; hatte einen Host in Hamburg, die Klebeetiketten mit der Aufschrift „Privat“ und er Wohnung angebracht hatte; lehnt professionalisierte Gastgeber*innen mit Verweis auf die Grundidee von Airbnb ab

#14 Isabella, Airbnb-Gast: sehr erfahren; Buchungen in Europa, den USA und Südafrika (Privatzimmer, ganze Wohnung); findet Couchsurfing zu umständlich; Preis-Leistungs-Verhältnis und Auswahl sind ihr wichtig; sie möchte schnell Antwort von angefragten Hosts erhalten; nimmt eine allgemeine Tendenz zu mehr Professionalisierung wahr; hinterlässt die Unterkunft sauber, um ihren Teil des „Vertrages“ einzuhalten und versteht sich als „Kundin“; findet Service-Gebühr mitunter zu hoch und hat öfter versucht, das außerhalb von Airbnb zu regeln; Bewertungen sind für Hosts eine „Währung“

#15 Hannah, Airbnb-Gast: sehr erfahren; nutzt Airbnb privat und beruflich; fühlt sich in Hotels kontrolliert und genießt bei Airbnb die Selbstbestimmtheit; will keinen Austausch, sondern „ihre Ruhe“; findet, man lernt eine Stadt über Airbnb besser kennen; mietet auch für ihre Firma über Airbnb und hebt hervor, dass man nun Rechnungsbelege ausdrucken kann; Rücksichtnahme ist ihr wichtig und das Anerkennen von Grenzen – kein Sex im Airbnb-Bett; versucht aufgrund der Einrichtung, Hinweise auf die Persönlichkeit ihrer Gastgeber*innen zu ziehen

#16 Moritz, Airbnb-Gast: wenig erfahren; Airbnb-Unterkunft soll zum Urlaub beitragen („Also dass man nicht so ein steriles Urlaubsding hat, sondern dass man auch irgendwie sowas Menschliches erfährt, dass man in ne Privatwohnung kommt.“); in Lissabon hatte die Wohnung über ihm einen Wasserschaden und die Feuerwehr musste kommen und diese aufbrechen; hat nur Unterkünfte gemietet, die nicht von einem Host bewohnt werden; er kauft sich über Airbnb „Ruhe und Privatsphäre“; findet Ehrlichkeit und Offenheit wichtig

#17 Yonatan, Airbnb-Host: antwortet knapp und ist kurz angebunden; Interview mit Verständigungsschwierigkeiten; hat schon mehrmals gehostet; vermietet sein Zimmer in einer 2er WG wegen des zusätzlichen Verdienstes; Fotos der Wohnung wurden durch Airbnb-Fotografen gemacht – er beschreibt es als „merkwürdige“ Erfahrung; schließt persönliche Sachen, bestimmtes Geschirr sowie eigene Kleidungsstücke in einem Schrank ein

#18 Susan, Airbnb-Host: sehr erfahren; vermietet ein Apartment in ihrem Haus ausschließlich über Airbnb; Garten hinter dem Haus darf von Gästen mitbenutzt werden; schätzt vor allem die Flexibilität des Hostens; nimmt sich das Feedback von Gästen bzgl. der Ausstattung sehr zu Herzen und setzt es auch um; betont am Anfang den Aufwand (Saubermachen, Bettwäsche wechseln und waschen) und erzählt später von einem Nachbarn, den sie für ebenjene Aufgaben bezahlt; wäre gern Airbnb-Superhost

#19 Clara, Airbnb-Host: sehr erfahren – schon seit sechs Jahren Gastgeberin und Superhost; sucht internationale Begegnungen und nennt Zusatzeinkommen als weiteren Vorteil; hat wiederkehrende Gäste und hält zu einigen Kontakt, die sie einmal selbst gern besuchen möchte; versucht, ihre Gäste ins „local life“ einzuführen und empfindet diesen Anspruch mitunter als sehr fordernd und zu zeitaufwendig; Superhost-Status ist ihr sehr wichtig; ist in einer Gruppe mit anderen Hosts politisch gegen städtische Regulierungen von Airbnb aktiv

#20 Sophie, Airbnb-Host: sehr erfahren; vermietet nur, wenn sie selbst verreist ist; will keine „pingeligen“ Gäste; verschließt persönliche Gegenstände in einem Zimmer; hat für ihre Gäste eine extra Garnitur Bettwäsche, einen Matratzenschoner und spezielle Handtücher gekauft; beim Check-out sollen Gäste lüften, damit sie die Wohnung ohne fremde Gerüche vorfindet; findet den Kontakt von Airbnb zu ihren Gastgeber*innen zu kontrollierend – lobende Motivationsmails und Ermahnung zu eindeutigerem Profilbild nerven sie

#21 Anna, Airbnb-Host: sehr erfahren, seit fünf Jahren Host; vermietet ein Zimmer in ihrer 2-Zimmer-Wohnung – auch weil sie sich die Miete sonst nicht leisten könnte; Hosting-Anforderungen sind mitunter sehr fordernd; sie ist Bartender und trifft ihre Gästen wegen ihrer Nachtschichten selten; Anekdote: ein Sex-Arbeiter hat sich ihr Zimmer mal für eine Nacht gemietet; wurde von Airbnb kontaktiert und über Änderungen in städtischer Gesetzgebung aufgeklärt; Bettwanzen-Vorfall: Gäste beschuldigten sie fälschlicherweise; sie schreibt selten Reviews für ihre Gäste und liest sich erhaltene Bewertungen meist nicht durch

#22 Ragna, Airbnb-Host: erst seit zwei Monaten Host; vermietet ein Apartment in einem Haus, das ihr zusammen mit ihrer Familie gehört; hat vorher im Immobilienbereich gearbeitet und hofft, die dort gesammelten Erfahrungen nun als Host einbringen zu können; spricht von ihrer Airbnb-Unterkunft als „home“; hat eine Reinigungskraft, führt jedoch trotzdem viele der anfallenden Aufgaben selbst aus; sie ist sich nicht sicher, ob sich der Aufwand tatsächlich rechnet und überlegt daher, das Apartment wieder langfristig zu vermieten

#23 Christian, Airbnb-Host: wenig erfahren; vermietet das Erdgeschoss seines Hauses, welches über einen separaten Eingang betreten werden kann (ähnlich einer Einliegerwohnung); empfindet die Airbnb-Community als weltoffen und kontaktfreudig; nutzt die Instant-Booking-Funktion mit Einschränkungen; ärgert sich über „Beziehungslosigkeit“, wenn Menschen ihm bspw. nach einem Aufenthalt keine Bewertung hinterlassen; sieht in Airbnb ein Gleichnis für das „Versprechen demokratischer Gesellschaften“

#24 Chenyu, Airbnb-Gast und Projektinitiatorin „365 days on Airbnb“: aufgrund ihres Projektes sehr viel Erfahrung; Interview fand im HQ von Airbnb statt; hat über ein Jahr lang ausschließlich in Airbnb-Unterkünften in den USA gelebt und diese zweimal pro Woche gewechselt – Ziel: „living like locals“; sorgfältige Auswahl von Hosts in Abhängigkeit von Profil und Inneneinrichtung der Wohnung; sucht nur nach Inseraten, in denen auch ein Frühstück angeboten wird, da dies die Möglichkeit bietet, den Host kennenzulernen; steht in engem Kontakt zu vielen ihrer ehemaligen Gastgeber*innen; steht auch in engem Kontakt zu Airbnb Inc.; positioniert sich abwägend zu den Regulationen

#25 Joey, Mitarbeiter einer städtischen Einrichtung zur Kontrolle von Kurzzeitvermietungen: möchte nur nach vorheriger Absprache zitiert werden und möchte nicht, dass sein Transkript veröffentlicht wird; arbeitet an einem Gesetzesentwurf gegen die ausschließliche Nutzung von Wohnungen als Airbnb-Unterkünfte und begleitet die Registrierung von Hosts bei der Stadtregierung; seiner Ansicht nach verbindet Airbnb zwei Grundpfeiler US-amerikanischer Wertvorstellungen miteinander: ein Zuhause und das Führen eines Geschäfts (home+business); hat selbst nie Airbnb genutzt

#26 Frank, Airbnb-Host und Inhaber von zwei auf Airbnb spezialisierte Unternehmen: sehr erfahren, seit fünf Jahren Host; hat zuvor für Airbnb gearbeitet; führt nun zwei Unternehmen: Abwicklung von Hosting-Tätigkeit („full service property management“) und Beratung zur Optimierung von Inseraten; gibt Einblick in Funktion der Such- und Filteralgorithmen bei Airbnb; macht viele Vorschläge zur Verbesserung des Review-Systems; liest sich die Reviews seiner Gäste nicht mehr durch, weil er sie als generisch empfindet

#27 Linda, Anti-Airbnb-Aktivistin: Initiatorin einer Nachbarschaftsgruppierung gegen illegale Kurzzeitvermietungen und zum Schutz von „true home sharing“; Airbnb-Gäste verändern ihrer Meinung nach eine Nachbarschaft negativ; macht Airbnb in Stadtteilen weltweit für Gentrifizierungsprozesse verantwortlich; wirft Airbnb vor, bei der Durchsetzung von Regulationen nicht aktiv mitzuwirken; wurde mehrfach von Airbnb kontaktiert und es wurde versucht, sie abzuwerben; „sob stories“: Hosts, die bei wichtigen Treffen erzählen, wie viel sie Airbnb zu verdanken haben; „horror stories“: hat die Erfahrung gemacht, dass negative Reviews gelöscht werden; hat selbst noch nie Airbnb genutzt

#28 John, Airbnb-Host und Aktivist für faire Regulationen von Airbnb: ist seit fünfeinhalb Jahren Host und vermietet ein Zimmer in seiner Wohnung; Gründer von zwei Organisationen zur Unterstützung von fairen Airbnb-Regulationen; Geld als wichtige Motivation für Host-Tätigkeit; wurde auch von Airbnb kontaktiert (wie Linda) und beschreibt die Beziehung als positiv, aber professionell distanziert; konnte Freundschaften über Airbnb aufbauen; hat Instant Bookig mit Einschränkungen aktiviert; nutzt eine App zur dynamischen Preisanpassung; findet, Superhost-Status baut Druck auf (kein Supergast-Status); war dabei, als Brian Chesky sich zum *Head of Community* erklärte; er spricht von einer „trust economy“

#29 Michelle, Airbnb-Fotografin: erhält ihre Aufträge direkt über ihren Airbnb-Account; nimmt dann Kontakt zu den Hosts auf, vereinbart einen Termin und bespricht sich vor Ort noch einmal kurz mit den Gastgeber*innen; findet, dass eine Wohnung den Charakter eines Menschen widerspiegelt; hat Airbnb schon öfter als Gast genutzt

#30 Adriana, arbeitet bei einem städtischen Mieterbund und ist Mitglied einer Koalition zur stärkeren Regulation von Airbnb: ist seit 4 Jahren mit Airbnb wegen der Regulationen in Konflikt, weil das Unternehmen ihrer Meinung nach zu wenig an der Durchsetzung beteiligt ist; stört sich an „sharing“ in *sharing economy*; engagiert sich in einer selbstgegründeten Koalition zur Regulation von short-term rentals; ein unbekannter Hacker hat ihre Arbeit einmal unterstützt, indem er sich in das Airbnb-Konto eines illegalen Host eingeloggt hat und ihr die Reservierungsmails zugeschickt hat; hat selbst auch schon einmal Airbnb als Gast genutzt

#31 Mimi, Couchsurfing-Host/Gast: sehr erfahren; nutzt die Onlineplattform auch für Veranstaltungen und gemeinsame Aktivitäten – schätzt die temporäre Gemeinschaftserfahrung sehr; wohnt in einer WG und stimmt sich deswegen mit ihren Mitbewohner*innen vorm Hosten ab; gibt ihren Gästen nie den Wohnungsschlüssel; verurteilt die *sharing economy* wegen der monetären Ausrichtung; ist für stärkere Regulationen von Airbnb; nutzt Airbnb aber auch wegen der dortigen Ungebundenheit

#32 Russel, Couchsurfing-Host/Gast und Mitarbeiter bei Couchsurfing International Inc.: sehr erfahren; angestellt bei Couchsurfing – zum Zeitpunkt des Interviews arbeitet er an der Verbesserung der Host-Suchvorschläge; wohnt in einer WG und verfolgt als Host eine Laissez-faire-Einstellung; teilt mit seinen Gästen seinen Lifestyle; erkennt den wesentlichen Unterschied zwischen Airbnb und Couchsurfing in den Erwartungshaltungen an die Gastgeber*innen – Airbnb impliziert Standards und Couchsurfing zwischenmenschlichen Austausch; erkennt in beiden Onlineplattformen aber eine Daseinsberechtigung

#33 Jay, Couchsurfing-Host/Gast: sehr erfahren als User (Events und *Hangouts*) – eine Erfahrung als Host; assoziiert Couchsurfing mit jungen Menschen + wenig Geld + Authentizität; verurteilt Couchsurfing-*Hook-ups*; seine ersten beiden männlichen Gäste bringen ohne Absprache abends ein Mädchen mit in die Wohnung – er bleibt freundlich, empfindet dies aber als sehr unangenehm; findet Airbnb auch gut und assoziiert die Plattform mit mehr Bemühungen seitens der Gastgeber*innen; im Gegensatz dazu empfindet er Couchsurfing aber als „altruistisch“ und authentischer

#34 Melinda, Couchsurfing-Gast: sehr erfahren, hat Couchsurfing intensiv während ihrer Weltreise genutzt; sieht in anderen Couchsurfer*innen kulturelle Mediator*innen, welche ihr Einsichten in das bereiste Land geben und ihr helfen, sich zu orientieren und sich angemessen zu verhalten; hat unangenehme Erfahrungen mit männlichen Hosts gehabt und übernachtet deswegen nur noch bei Paaren, Familien oder Frauen; ist einer Couchsurferin in Indien sehr dankbar und verbunden – die beiden sind auch zusammen gereist; hat während der Weltreise auch Airbnb genutzt – sieht hier aber vor allem die monetäre Transaktion im Vordergrund

#35 Nigel, Couchsurfing-Gast: wenig erfahren; kommt aus der Türkei und lernt gerade in den USA Englisch; sieht in Couchsurfing vor allem die Community im Vordergrund – „It's more than a stay“; nutzt die *Hangouts*-Funktion häufig; in den USA begegnet er ein paar rassistischen Ansichten; als Gast sollte man seiner Meinung nach nicht allzu höflich und förmlich sein, wohl aber seine Grenzen kennen

#36 Nadja, Couchsurfing-Host: sehr ausschweifende Antworten; sehr erfahren und engagiert als Host; wohnt zusammen mit ihrem Mann; nimmt Couchsurfer*innen aufgrund des sozialen Kontaktes bei sich auf; sucht nach zwischenmenschlichem Austausch und (temporären) Freundschaften; erwartet von ihren Gästen ein personalisiertes Anschreiben/gemeinsame Unternehmungen/eine Bewertung; gibt anderen User*innen (ungefragt) Feedback zu ihren Anfragen; sie erkennt in Airbnb seitens der Gäste eine berechtigte Erwartungshaltung und ein Anspruch auf gewisse Leistungen während Gäste bei Couchsurfing besser keinerlei Erwartungen haben sollten; spricht sich eindeutig für Regulationen von Airbnb aus; nutzt Airbnb auch – obwohl sie hier bzgl. der Grenzziehungen unsicher ist

#37 Brian, Couchsurfing-Host: sehr erfahren als Host; ist ein Musiker und lebt in einer großen WG in einem ehemaligen Lagergebäude; für ihn steht kultureller Austausch im Vordergrund, da er das Leben als Lernprozess begreift; gibt sich sehr entspannt und locker – erwartet nichts von seinen Gästen weder in Bezug auf das Formulieren von Anfragen noch während des Aufenthaltes; gegen Regulationen von Airbnb, weil er hierin einen ungerechtfertigten Kontroll- und Machtanspruch der Stadtverwaltung sieht

#38 Tim, Couchsurfing-Host: sehr erfahren als Host; sehr gesprächig und emotional – musste zweimal während des Interviews weinen; ist ein Sextherapeut und nutzt das Netzwerk auch, um mit jungen Männern in Kontakt zu kommen und mit ihnen über ihre Sexualität zu sprechen; ist Nudist und schreibt dies auch in seinem Profil; sieht in Couchsurfing die Möglichkeit, soziale Kontakte zu knüpfen und kompensiert damit das Gefühl von Einsamkeit; ist unter falschem Namen angemeldet, da sein Account wegen einer Beschwerde gesperrt wurde; die Intimität seiner Wohnung eröffnet ihm die Möglichkeit, sich leichter gegenüber andere zu öffnen; steht zu vielen ehemaligen Gästen noch in Kontakt; möchte selbst kein Gast sein, weil er einen gewissen Standard benötigt – deswegen zieht er auf eigenen Reisen Airbnb vor

#39 Nele, Airbnb-/Couchsurfing-Gast: Deutsche, in San Francisco kennengelernt; Couchsurfing wegen „Geldmangel“ und Airbnb wegen der „unfassbar schönen Unterkünfte“; zwei Fälle von sexuellem Übergriff durch männliche Couchsurfing-Hosts; bei Airbnb gilt „es muss quasi eine Wohnung sein in die ich selber einziehen würde“ – legt sehr viel Wert auf Inneneinrichtung und Design

#40 Laura, Airbnb-/Couchsurfing-Gast: wenig Erfahrung mit Couchsurfing, aber durchweg positive Erlebnisse und eine Freundschaft; bei Couchsurfing steht Geld sparen steht im Vordergrund, bei Airbnb gibt es mehr Privatsphäre und die Begegnungen sind „offizieller“; bei Couchsurfing ist es wichtig, Dankbarkeit zu zeigen, weil es kostenlos ist; bei Airbnb hat man für einen Service bezahlt, den man dann in Anspruch nimmt, weswegen man hier weniger Dankbarkeit zeigen muss; positioniert sich nicht eindeutig zu den Regulationen von Airbnb, erklärt aber, dass es für Gastgeber*innen eine Möglichkeit ist, die strikte Gesetzgebung zu Mieterhöhungen in SF zu umgehen.

Zusammenfassung

Onlineplattformen zur Vermittlung von *peer-to-peer* Unterkünften versprechen ihren User*innen authentische Erlebnisse, weil diese statt in einem Hotel zu übernachten, die Wohnung eines anderen Menschen als Reiseunterkunft wählen. Sie erklären diese Art der Unterkunft und insbesondere die dortigen vielfältigen Spuren des Alltagslebens ihrer regulären Bewohner*innen zu Kennzeichen von Authentizität. Die Dissertation untersucht am Beispiel von Airbnb (www.airbnb.de) und Couchsurfing (www.couchsurfing.com), wie und durch wen derartige Zuschreibungen von Authentizität vorgenommen, begründet und gegenüber anderen behauptet wird. Aus theoretischer Perspektive müssen für dieses Vorhaben zunächst die Grundlagen einer Soziologie des Wohnens entwickelt werden, denn obwohl „Wohnung“ und „bewohnen“ im alltäglichen Sprachgebrauch gängige Vokabeln sind, fehlt wissenschaftlich bislang an definitorischer Eindeutigkeit. Die Dissertation adressiert dieses theoretische Desiderat, wobei sie von einem relationalen Verständnis der Räume und Orte des Wohnens sowie den Praktiken des (Be)Wohnens ausgeht. Sie bettet diese neu gewonnenen Grundlagen sodann in einen tourismuswissenschaftlichen Kontext ein, um die weltweite Vermittlung von *peer-to-peer* Übernachtungsmöglichkeiten über Onlineplattformen theoretisch erfassen zu können. Für dieses Phänomen wählt und definiert sie den Begriff „*peer-to-peer* Wohntourismus“. Diese Art von Tourismus fußt im Wesentlichen darauf, dass sie drei unterschiedliche Zuschreibungen von Authentizität vornimmt. Diese entstehen durch verschiedene Prozesse von Authentisierungen: Ortsspezifische Authentisierungen beziehen sich auf das Authentisieren von Wohnorten; in räumlichen Authentisierungen wird das fremde Wohnen als authentisch deklariert; eine interaktive Authentisierung erklärt die Beziehung zwischen temporären und regulären Bewohner*innen (Gast und Gastgeber*in) als authentisch.

Entlang einer (n)ethnographischen Forschungshaltung legt die Dissertation für die beiden Fallbeispiele Airbnb und Couchsurfing offen, auf welche Arten von Authentisierungen sich die beiden betreibenden Unternehmen, ihre Infrastrukturen, die angebotenen *peer-to-peer* Unterkünfte sowie ihre jeweiligen User*innen berufen. Abstrahiert von den zwei Fallbeispielen, hebt die empirische Analyse hervor, dass *peer-to-peer* Wohntourismus als Phänomen fortschreitender Globalisierungsprozesse auf dem Wunsch des physischen Erlebens des Lokalen beruht.

Abstract

Online platforms like Airbnb (www.airbnb.de) and Couchsurfing (www.couchsurfing.com) promise their users particularly authentic travel experiences by staying in a stranger's apartment instead of choosing a standard hotel or hostel room. They designate the accommodation itself with its manifold traces of the inhabitants' lives as a touristic attraction. The doctoral thesis explores how this attraction is framed, staged and realized as a signifier of authenticity by the online platforms themselves, their digital infrastructures, the offered peer-to-peer accommodation, and the respective user community. From a theoretical point of view, this research objective requires the development of its own vocabulary because terms like "living", "dwelling", "home" share a distinct vagueness of scholarly definition. Drawing on multidisciplinary works, this dissertation presents the essential cornerstones of a relational sociology of dwelling. It then combines these newly acquired theoretical foundation with selected insights of tourism research in order to capture the specificity of online platforms for peer-to-peer travel accommodation. The doctoral thesis argues that this "peer-to-peer dwelling tourism" is based on different designations of authenticity. They are the result of three processes of authentication: local authentications of specific residential areas; spatial authentications of the peer-to-peer accommodation itself; interpersonal authentications of the relationship between temporary and long-term inhabitants (guest and host).

In order to unfold which authorities employ what kind of authentication processes Airbnb and Couchsurfing were selected as case examples for further empirical study. With the help of (n)ethnographic research, the dissertation explores how the two companies, their digital infrastructures, the offered peer-to-peer accommodation, and the respective users each designate authenticity. The empirical findings imply that peer-to-peer dwelling tourism is based on a strong desire for experiencing local spaces, places, and people. It indicates a great significance of on-site firsthand experiences in times of progressing globalization processes.

Liste der aus der Dissertation hervorgegangenen Veröffentlichungen

- Stoltenberg, Luise (2019): Privatheit und Authentizität im Home-Sharing-Tourismus. In: Ettinger, Patrik, Eisenegger, Mark, Prinzing, Marlis, Blum, Roger (Hg.), *Intimisierung des Öffentlichen: Zur multiplen Privatisierung des Öffentlichen in der digitalen Ära, Mediensymposium*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 97–116.
- Frisch, Thomas / Stoltenberg, Luise (2018): Affirmative Superlative und die Macht negativer Bewertungen. Online-Reputation in der Datengesellschaft. In: Houben, Daniel, Priel, Bianca (Hg.), *Datengesellschaft: Einsichten in die Datafizierung des Sozialen*. Bielefeld: transcript, 85–107.
- Stoltenberg, Luise (2017): Zur urbanen Ökonomie des Teilens. In: *INDES* 6/3, 59–65.
- Stoltenberg, Luise / Frisch, Thomas (2017): „Gemeinschaft“ als Unternehmensaufgabe. Konsequenzen der Sharing Economy. In: *POP. Kultur & Kritik* 11, 45–52.
- Frisch, Thomas / Stoltenberg, Luise (2017): Hybride Erfahrungsräume im Tourismus. Neue Formen der Steuerung, Regulierung und Kontrolle von Partizipation. In: Lessenich, Stephan (Hg.), *Geschlossene Gesellschaften. Verhandlungen des 38. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Bamberg 2016*, 1–11. Online unter: http://publikationen.sozioologie.de/index.php/kongressband_2016.

Erklärung

Hiermit erkläre ich, Luise M. Stoltenberg, dass ich keine kommerzielle Promotionsberatung in Anspruch genommen habe.

Die Arbeit „Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus – Eine Untersuchung der Onlineplattformen Airbnb und Couchsurfing auf Grundlage einer Soziologie des Wohnens“ wurde nicht schon einmal in einem früheren Promotionsverfahren angenommen oder als ungenügend beurteilt.

Ort/Datum

Unterschrift Doktorandin

Eidesstattliche Versicherung

Ich, Luise M. Stoltenberg, versichere an Eides statt, dass ich die Dissertation mit dem Titel: „Authentizität im *peer-to-peer* Wohntourismus – Eine Untersuchung der Onlineplattformen Airbnb und Couchsurfing auf Grundlage einer Soziologie des Wohnens“ selbst und bei einer Zusammenarbeit mit anderen Wissenschaftlerinnen oder Wissenschaftlern gemäß den beigefügten Darlegungen nach § 6 Abs. 3 der Promotionsordnung der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften vom 24. August 2010 verfasst habe. Andere als die angegebenen Hilfsmittel habe ich nicht benutzt.

Ort/Datum

Unterschrift Doktorandin