

Beschreib mir deine Wohnung und ich sag' dir wer du bist – Eine explorative Analyse von Gastgeberpersönlichkeiten auf Airbnb

Michelle Müller¹, Dominik Gutt¹, Jürgen Neumann¹

¹ Universität Paderborn, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, Paderborn, Deutschland.
{mmuell15 }@mail.uni-paderborn.de, {dominik.gutt, juergen.neumann} @wiwi.uni-paderborn.de

Abstrakt. Welche Persönlichkeiten haben AirBnb Gastgeber (Hosts)? Existieren signifikante Unterschiede zwischen verschiedenen Gastgebergruppierungen? Zur Beantwortung dieser Frage werden in dieser Studie die Beschreibungen der Unterkünfte sowie die Selbstbeschreibungen von Hosts der zehn größten Städte der USA herangezogen und anschließend mithilfe eines Textanalysealgorithmus auf die Eigenschaften des Fünf Faktoren Persönlichkeitsmodells untersucht: Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Extrovertiertheit, Verträglichkeit und Neurotizismus. Signifikante Unterschiede gibt es zwischen den früh beigetretenen Hosts und den neueren Mitgliedern auf der Plattform: Hosts, die schon lange ihre Wohnung anbieten, haben eine höhere Ausprägung an Offenheit und Extrovertiertheit, sind hingegen weniger gewissenhaft, verträglich und neurotisch. Ebenso zeigen sich besonders für die Aufteilung von Hosts mit nur einem Inserat und Hosts mit mehreren angebotenen Unterkünften Unterschiede in der Persönlichkeit. Single Hosts sind dabei weniger verträglich und gewissenhaft, aber offener und extrovertierter als Multiple Hosts. Limitationen der Studie sowie Implikationen für zukünftiger Forschungen werden anschließend diskutiert.

Stichworte: Airbnb Host, Fünf Faktoren Modell, Persönlichkeitsmerkmale, Textanalyse, Sharing Economy

1 Einleitung

Im Zeitalter der Digitalisierung entwickeln sich häufiger als jemals zuvor neue Geschäftsmodelle und Innovationen, welche die scheinbar grenzenlosen Möglichkeiten des Internets gewinnbringend zu nutzen versuchen. Eines dieser neuartigen Konzepte ist das der „Sharing Economy“, in welcher Privatpersonen und Interessengruppen sich gegenseitig systematisch Gegenstände, Räume und Flächen zur Verfügung stellen [1]. Hierzu zählen beispielsweise das Ausleihen von Autos, Büchern oder Kleidung. Der wohl bekannteste Vertreter des Wohnungssharings, das sich das Prinzip des ökonomischen Teilens von Wohnraum zu Nutze macht, ist Airbnb. Seit 2008 bietet das Unternehmen Buchungen und Vermietungen von privaten Unterkünften an und zählt

Multikonferenz Wirtschaftsinformatik 2018,
March 06-09, 2018, Lüneburg, Germany

mit einem geschätzten Firmenwert von 31 Milliarden US-Dollar zu den wertvollsten digitalen Start-Ups weltweit [2]. In über 190 Ländern und 65.000 Städten gibt es bereits buchbare Airbnb Unterkünfte, was für die enorme Reichweite und Akzeptanz innerhalb der Bevölkerung spricht [2].

Um möglichst viele Interessenten für die eigene Unterkunft zu begeistern, müssen die Airbnb Hosts bestehende Informationsasymmetrien zwischen sich und den potenziellen Gästen abbauen und für die eigene Wohnung werben. Neben einem Sterne-Bewertungssystem, in dem vorherige Gäste ihre Unterkunft bewerten können, sind primäre Informationsquelle für die Nutzer dabei Bilddateien, die Selbstbeschreibung der Hosts sowie eine Beschreibung über die angebotene Unterkunft. Diese selbstgeschriebenen Texte stellen die Denkweise und die emotionalen Zustände des Verfassers heraus und sind in der Psychologie ein anerkanntes Indiz für die Persönlichkeit eines Menschen [3].

Durch das enorme Wachstumspotenzial solcher Plattformen zeigt sich in jüngster Vergangenheit immer wieder der Trend, dass Geschäftsleute die Innovation zu kommerziellen Zwecken ausnutzen. Airbnb scheint zunehmend steuerliche sowie mietrechtliche Problematiken zu missachten und das eigentliche Ziel der Vernetzung von Menschen und der Möglichkeit, neue Orte und Kulturen zu teilen, geht dabei verloren [4]. Einer Studie der New York Times zufolge verstoßen mittlerweile 75% der Inserate in New York City, NY gegen ein Gesetz [5]. Vor dem Hintergrund der Kommerzialisierungsdiskussion stellt sich diese Arbeit die folgenden Forschungsfragen:

Frage 1: Inwieweit haben sich die Persönlichkeiten der Airbnb Hosts im Laufe der Zeit verändert?

Frage 2: Existieren systematische Unterschiede in den Persönlichkeiten von Airbnb Hosts, basierend auf verschiedenen Gruppenzugehörigkeiten auf der Airbnb Plattform?

Die folgende Studie analysiert zur Beantwortung der obigen Frage die Persönlichkeitsprofile der Airbnb Hosts. Dazu wird zunächst die verwandte Literatur präsentiert, woraufhin eine theoretische Grundlage geschaffen wird. Anschließend werden das Forschungsdesign sowie die Ergebnisse erläutert, bevor abschließend Limitationen beleuchtet und zu einem Fazit gelangt wird.

2 Verwandte Literatur

Gastgeberpersönlichkeiten auf Airbnb werden durch das rasante Wachstum der Plattform auch in der Wissenschaft zunehmend häufig untersucht. In bisherigen Forschungsarbeiten wurde sich bereits mit der Wahrnehmung von Vertrauenswürdigkeit der Airbnb Hosts beschäftigt. Eine Analyse von 1200 Gastgeberprofilen fand heraus, dass längere Selbstbeschreibungen der Hosts den Nutzern von Airbnb vertrauenswürdiger erscheinen als jene, die in ihrer Beschreibung wenig bis gar nichts von sich preisgeben [6]. Ebenso ist die Wahl der Themen in der Selbstdarstellung wichtig für den Aufbau von Integrität. Demnach gelten genannte Aspekte wie die Herkunft, der Bildungsstand und der Arbeitsplatz der Hosts als

besonders vertrauenswürdig. Schließlich wird herausgestellt, dass besonders Vertrauen erweckende Profile eine signifikant höhere Buchungsrate vorweisen können. Zudem neigen Airbnb Hosts zur Diskriminierung in der Auswahl ihrer Gäste. Einer Studie zufolge werden Gäste mit afroamerikanischem Namen zu 16% weniger akzeptiert als Gäste mit offensichtlich weißem Namen [7]. Unterschiedliche Typen von Airbnb Hostprofilen wurden ebenfalls bereits analysiert. Für die US-Stadt New York City, NY wurden, je nachdem wie sich die Hosts auf der Plattform präsentieren, fünf Persönlichkeitscluster herausgestellt. Demnach gibt es den Weltenbürger, den lokalen Experten, den Sympathischen, den Etablierten und den Kreativen. Hosts, welche sich in unterschiedliche Cluster zuordnen lassen, verhalten sich dementsprechend in der Interaktion mit anderen Nutzern verschieden [8]. Darüber hinaus beschäftigten sich andere Studien mit dem Einfluss von Persönlichkeitsmerkmalen auf die Wahrnehmung von Sharing Economy Plattformen im Allgemeinen. Demzufolge empfinden Menschen, die eine hohe Extraversion aufweisen, den Wert dieser Plattformen sehr hoch ein und verbinden damit ein positives Gefühl und besonders offene Persönlichkeiten nutzen Sharing Economy Plattformen häufiger [9].

Eine zeitbezogene Persönlichkeitsanalyse der Airbnb Hosts konnte in der Literatur jedoch nicht gefunden werden. Aufgrund der bisherigen Forschungsarbeiten auf diesem Themengebiet ist davon auszugehen, dass Diskrepanzen in den Persönlichkeitsmerkmalen nicht nur im Zeitverlauf existieren, sondern auch Differenzen aufgrund von Gruppenzugehörigkeiten der Hosts auf der Plattform auftreten.

3 Theoretischer Hintergrund

3.1 Persönlichkeit und 5 Faktoren Modell

Es widmen sich zunehmend immer mehr Forschungsprojekte den Auswirkungen von Persönlichkeitsmerkmalen von verschiedenen Nutzern in Informationssystemen (IS). Zahlreiche Arbeiten kristallisieren die zunehmende Wichtigkeit von Persönlichkeitsmerkmalen heraus [10], [11], [12]. Vor allem für die Zielgruppenanalyse von Produkten und Dienstleistungen im Internet sind demnach solche Untersuchungen von Vorteil.

Die Persönlichkeit eines Menschen ist generell definiert als eine stabile Reihe von Charakteristika und Tendenzen, die die Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Menschen in ihrer Denkweise, ihren Gefühlen und ihren Handlungen festlegen [13]. Die Methodologie, die fünf wesentlichsten Merkmalsdimensionen eines Menschen heranzuziehen, ist dabei weltweit von Forschern der Psychologie anerkannt [14]. Das sogenannte Fünf Faktoren Modell (FFM) nennt als essentielle Merkmale Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Extrovertiertheit, Verträglichkeit und Neurotizismus, welche in Tabelle 1 zu finden sind.

Offenheit für Erfahrungen haben Menschen, die tolerant gegenüber neuen, unkonventionellen Ideen sind [12], eine generelle Neugier vorweisen und ständig neue Erfahrungen sammeln wollen [10]. Sie sind kreativ und zeigen außerdem Flexibilität in Bezug auf Herausforderungen [15]. Gewissenhafte Persönlichkeiten sind intrinsisch

motiviert, ihre Ziele zu erreichen und zudem möchten sie alle Aufgaben mit hoher Qualität erfüllen [12]. Sie sind besonders darauf bedacht, sich an Regeln zu halten [15]. Außerdem ist ein gewissenhafter Mensch zuverlässig, ambitioniert und willensstark [10]. Extrovertiertheit ist definiert durch eine hohe Ausprägung an Kontaktfreudigkeit, Fröhlichkeit und Optimismus [10]. Zudem legen extrovertierte Persönlichkeiten viel Wert auf enge, interpersonelle Beziehungen und können gut im Team arbeiten [16]. Menschen mit einer hohen Ausprägung an Verträglichkeit werden als nett, sympathisch und kooperativ beschrieben [12]. Aus diesem Grund berücksichtigen sie die Meinung und Gefühle der anderen [12] und arbeiten gerne im Team [16]. Als emotional labil, verlegen und nicht stressresistent werden Neurotiker beschrieben [10]. Sie tendieren aus diesem Grund zu einer schlechteren Jobleistung [16].

Tabelle 1. Persönlichkeitsmerkmale des Big 5 Modells mit Charakteristika [15][16]

<i>Persönlichkeitsmerkmal</i>	<i>Charakteristika (hohe Ausprägung vs. niedrige Ausprägung)</i>
Offenheit	fantasievoll vs. bodenständig, Präferenz für Abwechslung vs. Routine, unabhängig vs. konform
Gewissenhaftigkeit	gut organisiert vs. schlecht organisiert, vorsichtig vs. unvorsichtig, selbstdiszipliniert vs. willensschwach
Extrovertiertheit	sozial vs. zurückhaltend, lebenslustig vs. besonnen, liebevoll vs. reserviert
Verträglichkeit	weichherzig vs. rücksichtslos, vertrauensvoll vs. misstrauisch, hilfsbereit vs. unkooperativ
Neurotizismus	besorgt vs. ruhig, unsicher vs. sicher, selbstbemitleidend vs. selbstzufrieden

Anwendung findet diese Theorie beispielsweise bei der Analyse des Verhaltens von Managern. Eine hohe Ausprägung von Extraversion, Offenheit und emotionaler Stabilität hängt dabei signifikant mit dem Auftreten eines Managers zusammen [17]. In der Hotelindustrie eignen sich besonders extrovertierte, offene und gewissenhafte Persönlichkeiten gut für den Posten als Hotelmanager und bringen Führungsqualitäten mit [18]. Vor dem Hintergrund der Kommerzialisierungsdiskussion um die Plattform Airbnb ist also davon auszugehen, dass über die Zeit Unterschiede in den Persönlichkeiten der Hosts erkennbar sind.

3.2 Informationsasymmetrien in der Sharing Economy

Durch das große Wachstum der Plattform stehen Nutzer vor einer enormen Auswahl an Inseraten und müssen sich folglich für die beste Alternative entscheiden. Die potentiellen Gäste haben jedoch das Problem, dass diese nichts über die Hosts und deren Unterkunft wissen. Die Hosts wiederum verfügen über diese Information, sie kennen sich selbst sowie ihre Wohnung und haben das Wissen über die Qualität des Inserats. Es entsteht also eine Informationsasymmetrie.

Airbnb bietet in diesem Zusammenhang zahlreiche Möglichkeiten an, um Informationsasymmetrien zu reduzieren. Beispielsweise können vorherige Gäste sowohl den Host als auch die Unterkunft in einem fünf Sterne Ranking bewerten. In

einem Kommentarfeld können Gäste ebenfalls Anmerkungen und Anregungen hinterlassen. Des Weiteren haben Gäste die Möglichkeit, über eine Nachrichtenfunktion dem Host Mitteilungen zuzusenden und diesem Fragen sowie Informationen über die eigene Aufenthaltsabsicht zukommen zu lassen. Außerdem werden Hosts mit guten Bewertungen und vielen Vermietungen, von der Plattform als Superhost gekennzeichnet, was zukünftigen buchungswilligen Nutzern zusätzlich Aufschluss über die Qualität der Unterkunft und des Hosts gibt [19].

Eine weitere Möglichkeit, diese Informationsasymmetrien zu beseitigen, ist das sogenannte „Signaling“. Dabei versucht die besser informierte Marktpartei, also die Hosts, durch ein aussagekräftiges Signal Aufschluss über die Qualität des angebotenen Produkts oder Services, in diesem Fall über die angebotene Unterkunft, zu geben [20]. Die Hosts können sich beispielsweise verifizieren lassen. Dabei verknüpfen sie ihr Airbnb Konto mit einem Facebook Account oder einem offiziellen Ausweis und weisen somit auf ihre Integrität hin. Zudem können Hosts Bilder von sich und der Unterkunft hochladen [19]. Primäre Informationsquelle für die Nutzer ist jedoch die vom Host selbst verfasste Beschreibung der Unterkunft. Ebenso dient die Selbstbeschreibung des Hosts mit Informationen über sich und sein Leben als Signal der Vertrauenswürdigkeit [19]. Ein besonders vertrauenswürdiger Host ist ein signifikanter Einflussfaktor für die Unterkunftswahl und somit entscheidend für den Erfolg der Hosts auf der Plattform [6]. Die textuellen Beschreibungen der Hosts fungieren in dieser Arbeit als Basis für die durchgeführte Persönlichkeitsanalyse.

4 Forschungsdesign

Um die Persönlichkeitsmerkmale der Airbnb Hosts zu extrahieren, wurden zunächst Inserate und deren Gastgeberinformationen mit Hilfe eines Webcrawlers heruntergeladen und in eine Datenbank gespeichert. Infolgedessen wurden die gesammelten Informationen gefiltert und bereinigt. Danach wurde in der Entwicklungsumgebung eclipse ein Java-Programm erstellt, welches die Schnittstelle (API) des Personality Insights Services von IBM nutzt. Mithilfe dieses Services, welcher Teil der künstlichen Intelligenz Watson ist, können auf Basis geschriebenen Textes die Merkmale des FFM herausgestellt werden [3]. Anschließend wurden alle relevanten Daten in das Programm geladen und deskriptiv sowie induktiv analysiert.

4.1 Datensätze

Alle Daten wurden im Juni 2017 gesammelt. Herangezogen wurden dabei insgesamt 35693 Inserate der zehn größten Städte der USA (New York, Los Angeles, Chicago, San Francisco, Houston, Dallas, Washington, Philadelphia, Miami, Atlanta). Die Beschreibung der Unterkunft und die Selbstbeschreibung sind infolgedessen zusammengeführt worden. Alle Inserate unter 100 Wörtern sind für IBMs Personality Insights Service unbrauchbar [3]. Je mehr Wörter genutzt werden, desto genauer ist demnach die Analyse. Empfohlen werden Texte über 3500 Wörtern, was bei den Airbnb Beschreibungen jedoch so gut wie gar nicht vorkommt [3]. Mit dem gewählten Schwellwert von 300 Wörtern ist eine akzeptable Menge an Daten vorhanden, welche

vertretbare Ergebnisse liefern kann (Abbildung 1). Die für die Persönlichkeitsanalyse genutzten Daten mit mehr als 300 Wörtern bestanden schließlich aus 11886 Inseraten und 5460 Hosts.

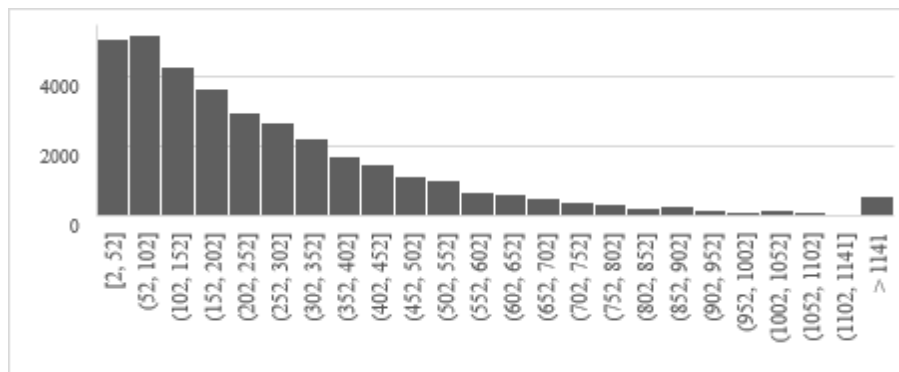


Abbildung 1. Häufigkeitsverteilung der Anzahl benutzter Wörter

4.2 Messung der Persönlichkeitsmerkmale

Üblicherweise wird die Persönlichkeit eines Menschen über Gespräche bzw. Interviews untersucht. Aufgrund der großen Anzahl an Hosts in unserem Datensatz (und auf Airbnb generell) bietet sich diese Praktik in unserem Fall nicht an. IBM entwickelte zur Analyse natürlicher Sprache die künstliche Intelligenz Watson. Der Supercomputer zeigt unter anderem durch den Gewinn der Fernsehshow „Jeopardy“ gegen frühere Sieger sein enormes Potenzial in der Berechnung von kognitiven Prozessen. Die Persönlichkeitsanalyse ist eine der vielen Leistungen, die von IBM angeboten werden. Als Beispiel für eine Analyse wurde per Zufall ein beschreibender Text eines Airbnb Hosts ausgewählt (Tabelle 2).

Tabelle 2. Beispielbeschreibung und Persönlichkeitsanalyseergebnis

<i>Eingabe (577 Wörter)</i>	<i>Ergebnis</i>
<p>If you plan to visit San Jose, you will certainly need to come here! This totally new and modern Studio is located in the immediate vicinity of 87 and 101 Freeways. Taste the fashionable life in the heart of San Jose, close to Memorial Park and the main neighborhood's Golf Courses. Hurry! This will get booked fast. Come here and be my guest right now! [...]</p>	<p>The radar chart displays five personality traits with their corresponding scores: Offenheit (0,94), Gewissenhaftigkeit (0,96), Extrovertiertheit (0,74), Verträglichkeit (0,22), and Neurotizismus (0,94). The chart uses concentric lines to represent different score levels, with the highest score (0,96) for Gewissenhaftigkeit and the lowest (0,22) for Verträglichkeit.</p>

IBM führt linguistische Untersuchungen durch, um somit auf die Persönlichkeitsmerkmale des FFM eines Menschen zu schließen, die dieser über Medien wie E-Mails, Textnachrichten, Tweets oder Forenbeiträge kommuniziert. Aufbauend auf bisherigen Forschungen nutzt IBM das sogenannte Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC), ein psycholinguales Wörterbuch, welches psychologisch wertvolle Wortkategorien findet [21]. Besonders aussagekräftig sind selbstreflektierende Wörter wie jene über den Job, die Familie und Freunde, die Gesundheit, Geld, Gefühle, Ziele und positive sowie negative Emotionen [3].

4.3 Variablen

Um die Persönlichkeitsausprägungen der Airbnb Hosts über die Zeit vergleichen zu können, ist die Eigenschaft „Mitglied seit“ in den Untersuchungen die unabhängige Variable. Diese wurde binär unterteilt, sodass einmal die „frühen Mitglieder“, welche Mitglied vor dem Median aller untersuchter Datensätze (November 2014) wurden, und die „späten Mitglieder“, die nach November 2014 auf Airbnb beigetreten sind, verglichen werden können. Als abhängige Variable fungierten jeweils die fünf Persönlichkeitsmerkmale: Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Extrovertiertheit, Verträglichkeit und Neurotizismus.

Weiterhin sind Analysen mit folgenden unabhängigen Variablen als Kontrollwerte durchgeführt worden: Unterteilung der Hosts in verifizierte und nicht verifizierte Hosts, Spaltung in Superhosts und nicht Superhosts sowie die Teilung von Hosts, die nur ein Inserat haben und Hosts, die mehrere Inserate einstellen. Als abhängige Variable wurden wieder die Dimensionen des FFM genutzt.

5 Ergebnisse

5.1 Deskriptive Statistiken

Deskriptive Statistiken sind in Tabelle 3 aufgeführt. Durchschnittlich haben die Airbnb Hosts eine hohe Ausprägung an Offenheit, Extrovertiertheit und Neurotizismus, wohingegen die Verträglichkeit sehr niedrig ausgeprägt ist. Diese Beobachtung kann dadurch erklärt werden, dass viele Hosts in ihren Beschreibungen Hausregeln formulieren und den Gästen für ihren Aufenthalt Restriktionen vorschreiben.

Tabelle 3. Deskriptive Statistiken der 5 Persönlichkeitsmerkmale

<i>Persönlichkeitsmerkmal</i>	<i>Mittelwert</i>	<i>Standard- abweichung</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>
Offenheit	0,804910363	0,02571696	0,0226265	0,99999905
Gewissenhaftigkeit	0,64887165	0,19048197	0,04755921	0,99597211
Extrovertiertheit	0,84700564	0,1233166	0,145721	0,99952924
Verträglichkeit	0,18707554	0,1813738	0,00017246	0,98079209
Neurotizismus	0,87490346	0,10038182	0,03947256	0,99851588

Dadurch, dass Hosts jedoch ihre Wohnung anderen zur Verfügung stellen, ist generell davon auszugehen, dass diese eigentlich eine hohe Ausprägung an Verträglichkeit besitzen, also sich Menschen gegenüber kooperativ verhalten, dieses in den Beschreibungen jedoch nicht zum Ausdruck bringen.

5.2 Zeitbezogene Analysen

Es ist erkennbar, dass sich die Persönlichkeitsmerkmale im Zeitverlauf sprunghaft verhalten haben (Abbildung 2). Augenscheinlich befinden sich die Ausprägungen an Neurotizismus und Extrovertiertheit auf einem relativ konstanten Niveau von in etwa 85%. Die Hosts scheinen also konsequent ein großes Maß von Sozialität auszustrahlen, sie sind aber gleichzeitig sowohl früher als auch heute unsicher und besorgt über den Missbrauch der eigenen Wohnung durch fremde Gäste. Die Ausprägungen an Gewissenhaftigkeit sind jedoch über die Zeit von größeren Sprüngen gekennzeichnet.

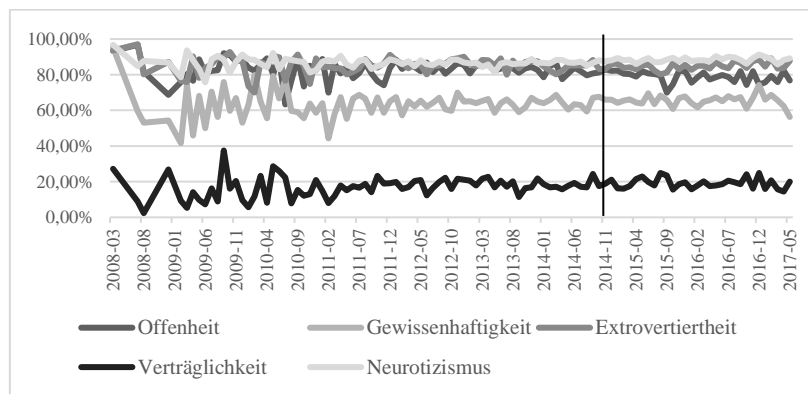


Abbildung 2. Entwicklung der Persönlichkeitsmerkmale anhand des Beitrittsdatums

Die Ergebnisse der T Tests in Tabelle 4 lassen signifikante Unterschiede in den Ausprägungen der Persönlichkeitsmerkmale erkennen. Früh beigetretene Mitglieder besitzen dabei eine signifikant höhere Ausprägung an Offenheit und Extrovertiertheit als später beigetretene Mitglieder.

Tabelle 4. Ergebnisse des T Tests mit frühen und späten Mitgliedern

Merkmal	Ø Mitglied vor 11/2014	Ø Mitglied nach 11/2014	p Wert
Offenheit	0,82	0,79	0,0000***
Gewissenhaftigkeit	0,64	0,66	0,0000***
Extrovertiertheit	0,85	0,84	0,0013**
Verträglichkeit	0,18	0,19	0,0000***
Neurotizismus	0,87	0,88	0,0000***

Anmerkung: * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001

Außerdem ist das Ausmaß an Neurotizismus für frühere Mitglieder signifikant niedriger als für späte Mitglieder. Längere Mitglieder scheinen also offener für neue Dinge zu sein und Abwechslung zu suchen, aus welchem Grund sie dem neuartigen Geschäftsmodell von Airbnb vermutlich schneller positiv gegenüberstanden. Weiterhin sind später beigetretene Hosts gewissenhafter und verträglicher.

5.3 Untersuchung der verschiedenen Gruppenzugehörigkeiten

Die Ergebnisse des T Tests für die Gruppenzugehörigkeiten von verifizierten Mitgliedern und nicht verifizierten Mitgliedern, der Unterteilung von Superhosts und Nicht Superhosts sowie den Hosts, die nur ein Inserat (Single Hosts) und die mehrere Inserate (Multiple Hosts) besitzen, ist in der Tabelle 5 zu finden.

Tabelle 5. Ergebnisse des T Tests von verschiedenen Gruppenzugehörigkeiten

<i>Persönlichkeitsmerkmal</i>	<i>Verifiziert</i>	<i>Nicht Verifiziert</i>	<i>p Wert</i>
Offenheit	0,80	0,81	0,1850
Gewissenhaftigkeit	0,65	0,63	0,0000***
Extrovertiertheit	0,85	0,85	0,1294
Verträglichkeit	0,19	0,17	0,0001***
Neurotizismus	0,87	0,88	0,0066**
<i>Persönlichkeitsmerkmal</i>	<i>Superhost</i>	<i>Nicht Superhost</i>	<i>p Wert</i>
Offenheit	0,80	0,81	0,0005***
Gewissenhaftigkeit	0,65	0,65	0,3290
Extrovertiertheit	0,85	0,85	0,7469
Verträglichkeit	0,19	0,18	0,0057**
Neurotizismus	0,88	0,87	0,0168*
<i>Persönlichkeitsmerkmal</i>	<i>Single Hosts</i>	<i>Multiple Hosts</i>	<i>p Wert</i>
Offenheit	0,83	0,81	0,0000***
Gewissenhaftigkeit	0,62	0,65	0,0000***
Extrovertiertheit	0,86	0,85	0,0079**
Verträglichkeit	0,16	0,19	0,0000***
Neurotizismus	0,87	0,87	0,004**

Anmerkung: * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001

Signifikante Unterschiede für die Aufteilung in nicht verifizierte und verifizierte Hosts gibt es in den Persönlichkeitsmerkmalen Gewissenhaftigkeit, Verträglichkeit und Neurotizismus. Nicht verifizierte Mitglieder sind dabei weniger gewissenhaft und verträglich, dafür aber neurotischer als verifizierte Mitglieder.

Für die Unterteilung von Superhosts und Nicht Superhosts gibt es signifikante Unterschiede für die Merkmale Offenheit, Verträglichkeit und Neurotizismus. Hosts, die als Superhost gekennzeichnet sind, sind weniger offen, dafür aber verträglicher und neurotischer als diejenigen Hosts, die kein Superhost sind.

Es zeigt sich, dass es besonders signifikante Unterschiede für die Aufteilung der Hosts in Single Hosts und Multiple Hosts gibt. Dabei sind die Single Hosts signifikant weniger verträglich und weniger gewissenhaft, dafür aber offener und extrovertierter

als „Multiple Hosts“. Diese Ausprägungen lassen sich so erklären, dass Hosts mit mehreren Inseraten die Vergabe der Wohnungen möglicherweise strukturierter betrachten, diesen Vorgang eher als gewinnbringendes Geschäft ansehen und so auch auf der Plattform zur Verfügung stellen.

6 Diskussion

Diese Studie ist hauptsächlich von explorativer Natur, da den verschiedenen Persönlichkeitsprofilen der Airbnb Hosts bisher wenig Forschung gewidmet ist. Aufbauend auf den Ergebnissen der Arbeit haben die Hosts auf der Plattform generell eine hohe Ausprägung an Offenheit, Extrovertiertheit und Neurotizismus, zeigen jedoch aufgrund einiger Einschränkungen, die in den Beschreibungen für die eigene Wohnung genannt werden, einen geringen Verträglichkeitswert.

Es lassen sich durch die gemachten Untersuchungen die oben genannten Forschungsfragen beantworten. Es existieren signifikante Unterschiede in den Persönlichkeitsmerkmalen der Airbnb Hosts im Laufe der Zeit, früh beigetretene Mitglieder sind dabei offener, extrovertierter und emotional stabiler als Hosts, die erst vor kurzem ihre Wohnung auf der Plattform anbieten. Außerdem ist das Ausmaß an Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit für früh beigetretene Mitglieder signifikant niedriger als für spät beigetretene Mitglieder.

Weiterhin existieren vor allem systematische Unterschiede in den Persönlichkeitsmerkmalen für Hosts, die nur ein Inserat haben, verglichen mit den Hosts, welche mehrere Unterkünfte auf der Plattform anbieten. Die Single Hosts sind dabei weniger verträglich und gewissenhaft, haben aber dafür eine höhere Ausprägung an Offenheit und Extrovertiertheit.

7 Zusammenfassung

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse dieser Studie, dass Airbnb Hosts tendenziell nur bedingt mit Hotelmanagern zu vergleichen sind. Beide weisen zwar ein hohes Ausmaß an Offenheit und Extrovertiertheit auf, jedoch ist der Airbnb Host durchschnittlich emotional instabil, was auf schlechte Managementperformance hinweist [17], [18].

Die aktuelle Studie unterliegt jedoch einigen Limitationen, die in diesem Zusammenhang beachtet werden müssen. Es gibt beispielsweise andere Hinweise auf die Persönlichkeit eines Hosts auf der Plattform, die in den Untersuchungen dieser Studie nicht berücksichtigt sind, wie beispielsweise die Aussagekraft von hochgeladenen Fotos. Ebenso enthalten selbst verfasste Bewertungen für andere Hosts aufschlussreiche Informationen für die Persönlichkeitsanalyse, sowie fremde Bewertungen von anderen Nutzern.

Weiterhin sollte bei der Ergebnisinterpretation der zeitbezogenen Analyse darauf geachtet werden, dass diese Studie keine Aussagen darüber trifft, ob alle frühen Mitglieder die gefundenen Persönlichkeitsmerkmale aufweisen oder lediglich

diejenigen, die bis heute an Airbnb teilnehmen. Möglich ist, dass sich frühe Hosts mit systematisch anderen Persönlichkeiten im Laufe der Zeit abgemeldet haben. In dieser Hinsicht kann jedoch zumindest die Persönlichkeit der frühen Hosts beschrieben werden, die bis heute Airbnb treu geblieben sind.

Schließlich weisen auch andere Studien daraufhin, dass die linguistische Analyse mit dem Personality Insights Service von IBM Watson aufgrund fehlender Transparenz mit Vorsicht genutzt werden sollte, es wird dabei jedoch von anderen Studien ebenso auf die Relevanz der gewonnenen Erkenntnisse hingewiesen [22]. Generell ist anzumerken, dass sich die einzelnen prozentualen Ergebnisse der Persönlichkeitsmerkmale nicht allzu weit voneinander unterscheiden, also durchschnittlich nur höchstens 5% Differenz aufweisen. Die Hosts schildern in ihren Beschreibungen sehr ähnliche Sachverhalte wie beispielsweise die Umgebung, Hausregeln und Ausstattung der Unterkunft. Da die Basis dieser Persönlichkeitsanalyse aber gerade eben diese Beschreibungen sind, fallen die Unterschiede zwischen den Hosts in der Persönlichkeitsanalyse nicht allzu groß aus. Eine weitere Untersuchung der Hosts durch Interviews oder Fragebögen könnte die hier durchgeführte Analyse stützen und präzisieren.

Schließlich existiert in diesem Zusammenhang also weiterer Forschungsbedarf, der sich nicht nur für die Plattform Airbnb anbietet, sondern sich auch vor allem für andere Anbieter im Internet eignet, beispielsweise im Online Dating. Folglich kann die Qualität der Plattform erhöht werden, da verschiedene Ausprägungen in den Persönlichkeitsmerkmalen Handlungen vorhersagen können, die besonders in neuen Geschäftsmodellen im vernetzten Raum Wettbewerbsvorteile bringen.

8 Acknowledgement

Diese Arbeit wurde zum Teil unterstützt von der Deutschen Forschungsgesellschaft (DFG) im Zuge des Sonderforschungsbereichs "On-The-Fly Computing" (SFB 901).

Referenzen

1. Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Sharing Economy, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/688938792/sharing-economy-v6.html> (Letzter Zugriff am 08.08.2017)
2. Statistiken und Umfragen zu Airbnb, <https://de.statista.com/themen/2747/airbnb/> (Letzter Zugriff am 08.08.2017)
3. Watson Developer Cloud: The science behind the Personality Insights Service, <https://developer.ibm.com/watson/blog/2015/03/23/ibm-watson-personality-insights-science-behind-service/> (Letzter Zugriff am 08.08.2017)
4. Stern: Das zweifelhafte Geschäft mit AirBnb Wohnungen, <http://www.stern.de/wirtschaft/immobilien/privat-oder-gewerblich--das-zweifelhafte-geschaeft-mit-airbnb-wohnungen-3940700.html> (Letzter Zugriff am 08.08.2017)

5. NY Times: Airbnb Listings mostly illegal, New York State Contends, <https://www.nytimes.com/2014/10/16/business/airbnb-listings-mostly-illegal-state-contends.html> (Letzter Zugriff am 08.08.2017)
6. Ma, X., Hancock, J.T., Mingjie, K.L., Naaman, M.: Self-Disclosure and Perceived Trustworthiness of Airbnb Host Profiles. In: ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing 2017, Seiten 2397-2409 (2017)
7. Edelmann B., Luca, M., Svirsky, D.: Racial discrimination in the sharing economy: Evidence from a field experiment. In: American Economic Journal, Applied Economics 9.2, Seiten 1-22 (2017)
8. Tussyadiah, I.P.: Strategic self-presentation in the sharing economy: Implications for host branding. In: Information and Communication Technologies in Tourism 2016, Seiten 695-708 (2016)
9. Roy, S.: The impacts of gender, personality and previous use on attitude towards the sharing economy and future use of the services, Doktorarbeit (2016)
10. McElroy, J.C., Hendrickson, A.R., Townsend, A.M., DeMarie, S.M.: Dispositional Factors in Internet Use: Personality Versus Cognitive Style. In: MIS Quarterly, vol. 31, Nr. 4, Seiten 809-820 (2007)
11. Jahng, J.J., Jain, H., Ramamurthy, K.: Personality traits and effectiveness of presentation of product information in e-business systems. In: European Journal of Information Systems, vol. 11, Nr. 3, Seiten 181-195 (2002)
12. Devaraj, S., Easley, R.F., Crant, J.M.: How Does Personality Matter? Relating the Five-Factor Model to Technology Acceptance and Use. In: Information Systems Research, vol. 19, Nr. 1, Seiten 93-105 (2008)
13. Maddi, S.R.: Personality theories: A comparative Analyse. Dorsey Press (1989)
14. Goldberg, L.R.: An Alternative „Description of Personality“: The Big-Five Factor Structure. In: Journal of Personality and Social Psychology, vol. 59, Nr. 6, Seiten 1216-1229 (1990)
15. Costa, P.T., McCrae, R.R., Dye, D.A.: Facet Scales For Agreeableness and Conscientiousness: A Revision of the NEO Personality Inventory. In: Personality and Individual Differences, vol. 12, Nr. 9, Seiten 887-898 (1991)
16. Barrick, M.R., Mount, M.K., Judge, T.A.: Personality and Performance at the Beginning of the New Millennium: What Do We Know and Where Do We Go Next? In: International Journal of Selection and Assessment, vol. 9, Nr. 1-2, Seiten 9-30 (2001)
17. Rothmann, S., Coetzer, E.P.: The big five personality dimensions and job performance. In: Industrial Psychology, 29(1), Seiten 68-74 (2003)
18. Zopiatis, A., Constanti, P.: Extraversion, openness and conscientiousness: The route to transformational leadership in the hotel industry. In: Leadership & Organization Development Journal, 33(1), Seiten 86-104 (2012)
19. Airbnb: Über uns, <https://www.airbnb.de/about/about-us> (Letzter Zugriff am 08.08.2017)
20. Bayron, T.: Neue Mikroökonomie und Marketing: Eine wissenschaftstheoretisch geleitete Analyse. Dr. Th. Gabler Verlag (1997)
21. Pennebaker, J.W., Booth, R.J., Boyd, R.L., Francis, M.E.: Linguistic Inquiry and Word Count: LIWC2015. Austin, TX (2015)
22. Thies, F., Wessel, M., Rudolph, J., Benlian, A.: Personality Matters: How Signaling Personality Traits can Influence the Adoption and diffusion of Crowdfunding Campaigns. ECIS, S. ResearchPaper36 (2016)