KENNISCENTRUM KUSTTOERISME

HZ

HOTELSCHOOL THE HAGUE
Hospitality Research

Airbnb aan de kust

De impact van Airbnb op de Nederlandse Noordzeekust

Colofon

Deze themapublicatie is een gezamenlijke uitgave van Kenniscentrum Kusttoerisme (onderdeel van HZ University of Applied Sciences) en Hotelschool The Hague.
© 2017, Kenniscentrum Kusttoerisme

Bij het samenstellen van deze publicatie is de grootste zorgvuldigheid betracht. Kenniscentrum Kusttoerisme en Hotelschool The Hague, zijn echter niet aansprakelijk voor enige directe of indirecte schade als gevolg van de aangeboden informatie in deze publicatie.

Kenniscentrum Kusttoerisme
p/a HZ University of Applied Sciences
Postbus 364
4380 AJ Vlissingen
Telefoon: 0118 - 489 850
E-mail: info@kenniscentrumtoerisme.nl
Website: www.kenniscentrumtoerisme.nl
Twitter: @KCKusttoerisme
Facebook: facebook.com/kenniscentrumtoerisme

Auteurs
Jorrit Bijl, Kenniscentrum Kusttoerisme
Carmen Willemsen, Kenniscentrum Kusttoerisme
Jeroen Oskam, Hotelschool The Hague
Leonore Verhaak, Hotelschool The Hague

Fotografie
David van der Mark voor Flickr The Commons
Mark Cornick voor Unsplash, David Lee voor Pixabay
Carmen Willemsen, Thijs Tuurenhout
Max Pixel, Aliis Sinisalu voor Unsplash
FaceMePLS voor Flickr The Commons
Ben Seelt voor DNA Beeldbank op www.laatzeelandzien.nl

Grafische vormgeving
Kees Hoendervangers, www.dtp-plus.nl

Inhoud

Inleiding 1

Airbnb in het kort 2
Van boeking tot review 2

De opkomst en omvang van Airbnb 6
De omvang van Airbnb aan de Noordzeekust 7
Airbnb aan de Noorzeekust: Een disruptieve innovatie of gewoon een nieuw verkoopkanaal? 8

Gebruikt alleen de hippe yup Airbnb? 11
Komt er een nieuw type gast naar de Nederlandse Noordzeekust? 13

Airbnb-host voor het geld en de gezelligheid 14
Airbnb één van de platformen voor een maximale bezettingsgraad aan de Noordzeekust 14

Impact van Airbnb op de toeristische sector 17
Airbnb-gasten een extra impuls voor de toeristische sector aan de Nederlandse Noordzeekust? 18

Economische impact van Airbnb gelijk aan die van de traditionele hotellerie? 21
Beheerbedrijven nieuwe concurrent van 'reguliere' vakantieparken? 23

Airbnb en de economisering van het privébezit 25
Niets nieuws aan de Nederlandse Noordzeekust 26

Leidt Airbnb tot spreiding of extra druk? 27
Niet of nauwelijks overlast door Airbnb-gasten aan de Noordzeekust 28

Airbnb en de noodzaak voor beleid 29
Wel of geen gemeentelijk beleid voor Airbnb aan de Nederlandse Noordzeekust? 30

De volgende stappen 34

Bronnen 37

Inleiding

10 jaar geleden zou het voor het merendeel van de bevolking ondenkbaar zijn om aan onbekenden je huis te verhuren of bij mensen in de auto te stappen die geen vergunning hebben. Nu is het de normaalste zaak van de wereld om in een bed te slapen van een onbekende, zoals bij Airbnb.

Airbnb is een ontwikkeling die met name in haar beginstadium positief werd ontvangen. Het heeft vooral door zijn sociale component een grote gunfactor. Deze innovatie die zo klein begon, groeit in rap tempo en daarmee groeit ook het aantal critici.

Zo zijn overlast voor omwonenden, belastingontduiking en oneerlijke concurrentie veel gehoorde bezwaren tegen Airbnb. Bezwaren die mede door nieuwsberichten en bijvoorbeeld de uitzending op 18 september 2016 van Tegenlicht, landelijk nieuws werden. In vrijwel al deze nieuwsberichten had het betrekking op grote steden zoals Amsterdam.

Waar cijfers over de impact van Airbnb op grote steden als Amsterdam reeds bekend zijn, ontbreekt inzicht in andere belangrijke toeristische bestemmingen in Nederland zoals de kust. De vraag is of deze effecten die zo sterk voelbaar zijn bij grote steden, ook van toepassing zijn voor Nederlandse kustbestemmingen.

Deze vraag vormde de aanleiding voor deze gemeenschappelijke publicatie van Hotelschool The Hague en Kenniscentrum Kusttoerisme (onderdeel van HZ University of Applied Sciences), over het effect van Airbnb op de Nederlandse Noordzeekust.

In deze themapublicatie wordt allereerst Airbnb in het kort beschreven, waarna we dieper in gaan op de ontwikkeling, de omvang, de huurder en de verhuurder van Airbnb. Daarna behandelen we de impact van dit bedrijf op zowel de toeristische sector als de economie. Vervolgens komt Airbnb en de economisering van het privébezit aan bod. Tevens beantwoorden we de vragen of Airbnb leidt tot extra druk of juist tot spreiding van toeristen en wat Airbnb nu betekent voor het beleid van lokale en regionale overheden. Tenslotte geven

we naar aanleiding van de resultaten enkele aanbevelingen. Met uitzondering van het eerste en laatste hoofdstuk, beschrijven we telkens eerst een algemeen kader om vervolgens te kijken in hoeverre dit voor de Nederlandse Noordzeekust van toepassing is.

Op basis van literatuur, nieuwsberichten en beleidsplannen, is het bestaande / huidige beeld over Airbnb geschetst. Om inzicht te krijgen in de impact van Airbnb op Nederlandse Noordzeekust is er gebruik gemaakt van:

- de scriptie van Leonore Verhaak en bestaande beleidsplannen van kustgemeenten;
- zeven interviews, afgenomen onder zowel Airbnb huurders als verhuurders aan de Nederlandse kust;
- data over Airbnb-accommodaties van InsideAirbnb en Hotelschool The Hague;
- een steekproef in drie verschillende kustplaatsen Renesse (Zeeland), Zandvoort (Noord-Holland) en Nes (Ameland) om het aantal personen, type accommodatie en type verhuurder te achterhalen;
- een korte vragenlijst onder betrokken ambtenaren van de kustgemeenten (24 van de 27 kustgemeenten), waarbij er is gekeken naar de kennis over (de omvang van) Airbnb en beleid(splannen).

Airbnb in het kort

Airbnb is een sociaal online platform. Het platform verbindt volgens Airbnb, accommodaties van 'echte' locals (van gedeelde kamers tot en met gehele woningen) met toeristen die opzoek zijn naar authentieke lokale belevenissen. Niet voor niks is het credo van Airbnb 'live like a local'. Dat is dan ook het vlak waarop Airbnb zich denkt te onderscheiden van andere boekingsplatformen en de daarbij behorende accommodaties (Oskam & Boswijk, 2016).

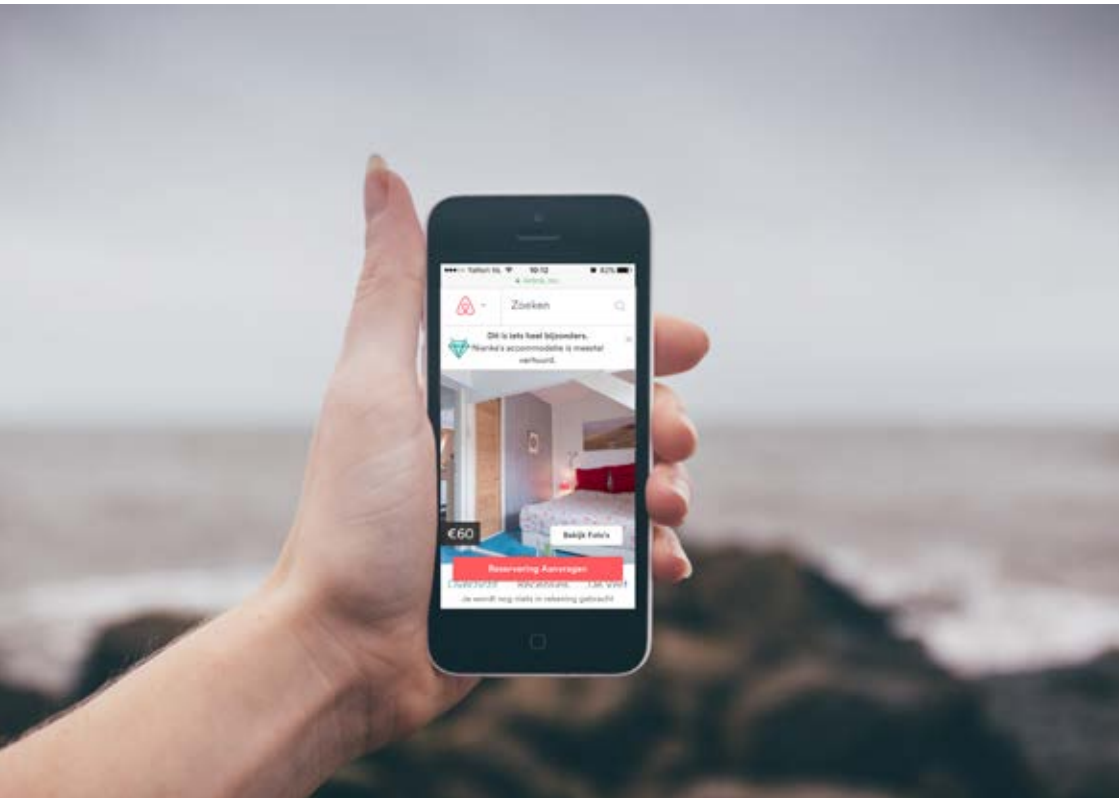
In deze zogeheten marktplaats rekent Airbnb een toeslag over zowel de service van de boeking (9-12% voor de gast) als wel over het betalingsproces (3% voor de aanbieder). Dit businessmodel is grotendeels gebaseerd op vertrouwen. Vertrouwen dat middels reviews op de website wordt gegenereerd (Zervas, Proserpio, & Byers, 2013).

Van boeking tot review

De website van Airbnb is waar het eigenlijk allemaal om draait. Op de homepage van Airbnb voert de potentiële gast zijn bestemming, data en reisgezelschap in, waarna een lijst met beschikbare accommodaties te voorschijn komt. Iedere accommodatie bevat een foto en informatie omtrent de prijs en de ruimte. Selecteert de potentiële gast een accommodatie, dan wordt er gedetailleerdere informatie weergegeven en kunnen reviews van vorige gasten gelezen worden. Ook kan de potentiële gast opzoeken wie de verhuurder is en wat de vorige gasten van de verhuurder vonden. Wanneer de potentiële gast zich kan vinden in de geschreven reviews over de accommodatie en over de verhuurder, kan hij vervolgens een reserveringsaanvraag doen, die de verhuurder dan weer accepteert of afwijst. De verhuurder kan namelijk ook reviews lezen over de potentiële gast en aan de hand daarvan beslissen of hij deze gast wel of niet wilt verwelkomen in zijn Airbnb-accommodatie.

“Aan de reviews kun je zien wie je in huis haalt. En als mensen hele negatieve recensies hebben over dat ze veel lawaai of rotzooi maken, dan kun je ze beter niet in huis hebben. Voor de mensen die je huis willen huren kunnen ze zien wie jij bent. Als je een paar keer op het laatste moment annuleert, komt dat ook op je naam te staan en dat vinden mensen bijvoorbeeld ook niet fijn.” – verhuurder Airbnb

Sommige verhuurders verstrekken voorafgaand aan het verblijf ook extra informatie over de accommodatie en geven tips over de omgeving en mogelijke activiteiten. Doordat Airbnb emailadressen en telefoonnummers anonimiseert, kiezen sommige verhuurders er voor om buiten Airbnb om contact op te nemen met de huurder. Bij aankomst van de huurder bij de accommodatie, is lang niet altijd de verhuurder aanwezig. In sommige gevallen vindt er alleen contact plaats via het internet en wordt de sleutel onder de welbekende bloempot geplaatst. Een verhuurder uit Den Haag die haar gasten eigenlijk vrijwel nooit ziet, stuurt altijd halverwege het verblijf een berichtje aan de huurder of alles naar wens is. Anderen laten zogeheten sleutelbedrijven de check-in doen. Uiteraard zijn er ook verhuurders die ter plekke hun gasten welkom



heten. Tijdens de check-in informeren de verhuurders de huurders over de accommodatie en geven tips over leuke restaurants en bezienswaardigheden in de omgeving.

Belang van reviews

Belangrijk voor zowel de huurder als de verhuurder zijn de reviews. Op basis van de reviews van vorige gasten maken mensen o.a. een keuze voor een accommodatie. Elke negatieve review kan leiden tot minder gasten. Zervas, Proserpio en Byers ontdekten dat de ratings op Airbnb veel positiever zijn dan op bijvoorbeeld accommodaties op Tripadvisor. Volgens Zervas et al. zou dit wel eens het succes kunnen zijn van Airbnb, want verhuurders proberen ten alle tijde negatieve reviews te voorkomen (Zervas, Proserpio & Byers, 2015).

Om negatieve reviews te voorkomen worden verschillende acties ondernomen. Zo worden accommodaties in een nieuwe advertentie op Airbnb gezet om met een schone lei te beginnen, krijgen gasten bepaalde incentives van verhuurders, maar worden gasten die volgens de verhuurder niet bij de accommodatie 'passen' ook geweigerd. Uit de studie van Ikkala & Lampinen blijkt dat verhuurders gasten voortrekken die op sommige vlakken hetzelfde zijn als hen. Dit leidt in het ergste geval zelfs tot openlijke discriminatie (Ikkala & Lampinen, 2015; Zervas, Proserpio, & Byers, 2013).

Het reviewen van zowel de huurder als de accommodatie (verhuurder) is steevast onderdeel van de customer journey van Airbnb. De reviews zijn namelijk belangrijk voor de keuze van de accommodatie van de huurder. Airbnb heeft deze fase dan ook geautomatiseerd. Na het verblijf wordt zowel de verhuurder als de huurder gevraagd om de ander te reviewen.

Inzoomend op de plaatsen Zandvoort, Renesse en Nes (Ameland) zijn de gemiddelde reviews vrijwel allemaal (zeer) positief. Dit komt overeen met het onderzoek van Zervas et al. 2015, waarin zij constateren dat Airbnb ratings positiever zijn dan andere platformen. Verhuurders gaan hier soms ver in. Zo vertelt een verhuurder met een accommodatie in Noordwijk dat ze huurders die zaken in haar accommodatie kapot hadden gemaakt, geen negatieve review wilde geven omdat ze zelf bang was voor een slechte review. Omdat ze nog maar net is begonnen kan één slechte review al slecht zijn voor de verhuur.

De opkomst en omvang van Airbnb

In 2007 begon Airbnb als Airbed en Breakfast. Waar het eerst alleen maar gezamenlijke en private kamers verhuurde tijdens evenementen, werden het al snel volledige appartementen en woningen. Vanaf 2010 groeide Airbnb enorm. In begin 2011 haalde het een miljoen geboekte overnachtingen en in de zomer van 2016 gaf Airbnb aan dat 100 miljoen gasten gebruik hadden gemaakt van de service. Het aanbod groeide evenredig, waar in 2010 nog 50.000 listings (aangeboden verblijfplaatsen) waren, had het in 2016 al meer dan 2 miljoen listings, verspreid over 190 landen met naar schatting 80 miljoen overnachtingen in 2015. In 2016 is via InsideAirbnb vastgesteld dat het aanbod van Airbnb op basis van 32 steden wereldwijd, onderverdeeld kan worden in 64% complete woningen, 34% privé kamers en 2% gedeelde ruimtes; volgens onderzoek van Hotelschool The Hague ligt deze verdeling in Europese

steden nog schever. Guttentag geeft hierbij wel aan dat de bezettingsgraad bij Airbnb-listings lager is dan bij hotels, mede doordat listings niet permanent beschikbaar zijn. Toch biedt Airbnb meer kamers dan de grootste hotelketens ter wereld (Guttentag, 2016).

Vele Nederlanders hebben hun woning gereedgemaakt als tijdelijk onderkomen en deze aangeboden op Airbnb. Dit betekent echter niet dat de huurders ergens op een slaapbank belanden. In Amsterdam wordt slechts 0,6% van de ruim 15.000 Airbnb's als een gedeelde woning aangeboden: huurders moeten in dat geval een kamer delen met de oorspronkelijke bewoner. In 80% van de advertenties wordt een volledig huis of appartement aangeboden. Het overige aanbod bestaat uit privékamers (J. Vermanen, 2014; Bakker, Dessauvagie & Oskam, 2016a).

Het Airbnb-aanbod in Nederland varieert van kleine studentenkamers en gedeelde kamers tot luxe woonboten en grachtenpanden. De allergoedkoopste woning staat in Den Haag, daar wordt een volledig huis aangeboden vanaf 9 euro per nacht. De duurste overnachting kan genoten worden in een art deco-woning in Amsterdam, daar slaap je vanaf 3.000 euro per nacht.

In Amsterdam verdienden in 2015 11.000 woningeigenaren ruim 100 miljoen euro aan verhuur. 3,65% van het totaal aantal woningen binnen de ring in Amsterdam is geplaatst op Airbnb. Dat is aanzienlijk hoger dan bijvoorbeeld in de binnensteden van New York en Londen (1,06% en 1,72%) (Milikowski, 2016; Oskam & Boswijk, 2016). Het is dan ook niet verrassend dat de meeste ruimtes die in Nederland aangeboden worden op Airbnb, zich in Amsterdam bevinden. Met ruim 15.000 ruimtes is Amsterdam dan ook het epicentrum van Airbnb in Nederland. Amsterdam heeft daarmee de meeste Airbnb's per duizend huishoudens.

De omvang van Airbnb aan de Noordzeekust

Andere bestemmingen waar zich veel Airbnb-accommodaties bevinden per duizend huishoudens, liggen met name aan de Nederlandse Noordzeekust. Waar Amsterdam in 2016 27,7 Airbnb's telde per duizend huishoudens, volgen Ameland 24,8, Veere 22,1 en Zandvoort 21,9 op de voet. Uiteraard zijn er ook kustgemeenten die beduidend minder Airbnb's per 1000 huishoudens hebben, zoals Heemskerk 0,3, Westland 0,3 en Velsen 1,3. Op basis van de cijfers van

InsideAirbnb zouden zich omgerekend ruim 3.100 Airbnb's aan de Nederlandse Noordzeekust bevinden. Volgens recente cijfers van Hotelschool The Hague hebben de twee groot stedelijke gemeenten Den Haag (2.800) en Rotterdam (2.600) er echter al veel meer.

Veel Nederlandse kustgemeenten weten dat er via Airbnb accommodaties in de gemeente worden verhuurd. Voor slechts drie van de 24 Nederlandse kustgemeenten is het onbekend of er binnen hun gemeente accommodaties via Airbnb worden verhuurd. Niet alle kustgemeenten (7) hebben inzicht in het aantal Airbnb-accommodaties in hun gemeente. Inzoomend op de kustplaatsen Zandvoort, Renesse en Nes, zijn het bijna in alle gevallen gehele woningen of appartementen die aangeboden worden op Airbnb. In februari 2017 was er slechts één verhuurder in alle drie de plaatsen die een gedeelde kamer aan bood.

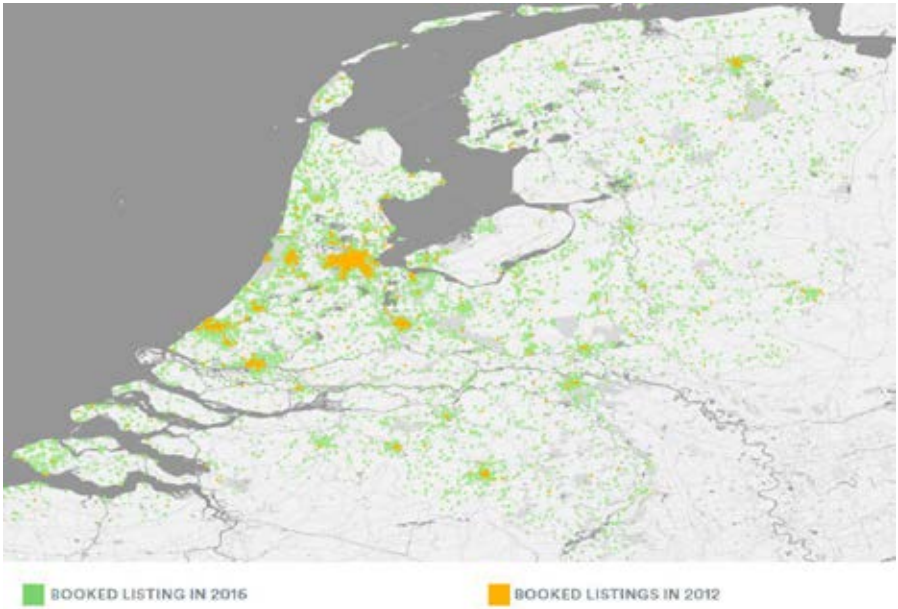
In 2016 bestond volgens InsideAirbnb het aanbod in de Zeeuwse kustgemeenten voor de meerderheid (78%) uit gehele woningen. In geen enkele Zeeuwse kust gemeente werden er via Airbnb gedeelde kamers aangeboden. Ruim een kwart van de Airbnb aanbieders aan de Zeeuwse kust die een geheel huis aan boden, boden meer dan één accommodatie aan, dit was met name het geval in gemeente Veere (40%). In gemeente Veere verhuurde het grootste deel van de aanbieders van gehele woningen, de accommodatie ook meer dan 60 dagen per jaar, namelijk 88%.

Airbnb aan de Noorzeekust: Een disruptieve innovatie of gewoon een nieuw verkoopkanaal?

Van twee jongens die noodgedwongen hun woonruimte moesten verhuren, naar een internationaal bedrijf met ruim 3 miljoen accommodaties en een waarde van 25 miljard euro. Volgens velen, zoals Guttentag, is Airbnb een innovatie en zelfs een disruptieve innovatie in de hotellerie (Guttentag, 2016). Tegenwoordig biedt Airbnb naast de verhuur van accommodaties, ook authentieke 'experiences' aan.

"Tot nu toe heeft Airbnb altijd om woningen gedraaid", zegt Brian Chesky (CEO Airbnb). "Met de lancering van Trips brengt Airbnb de plek waar je verblijft, de activiteiten die je onderneemt en de mensen die je ontmoet samen op één platform. We willen reizen weer speciaal maken door mensen aan de basis te leggen van iedere trip."

Met Trips wil Airbnb reizigers, maar ook lokale ondernemers (rondom evenementen, activiteiten etc.) met elkaar verbinden, zodat het een sociale en authentieke reis wordt. In de applicatie zie je waar je absoluut naar toe moet of waar juist de lokale bevolking naar toe gaat.



Figuur X Groei Airbnb in Nederland Bron: Airbnb 2016

De vraag is of hetzelfde geldt voor de Nederlandse kustregio? Bovenstaande illustratie laat zien dat gasten na 2012 niet alleen maar Airbnb in steden bezochten, maar zij juist ook meer het achterland en de kust ontdekten (Airbnb, 2017). Aan de kust profiteren verhuurders van het feit dat strand en zee de toerist altijd zullen blijven trekken. Airbnb's verspreiden zich naar afgelegen plekken aan de kust. Zo groeit het aantal Airbnb's vooral op de Waddeneilanden en in idyllische kustdorpjes zoals het Zeeuwse Veere (Vermanen & Bos, 2016). Uit zowel de scriptie van Leonore Verhaak als tijdens een bijeenkomst over Airbnb in Zeeland, kwam regelmatig naar voren dat Airbnb niets nieuws was onder de zon. Ook de helft van de Nederlandse kustgemeenten is van mening dat Airbnb niets nieuws is. Vroeger had niet alleen Zeeland, maar de gehele Nederlandse kust woningen met het bordje 'Zimmer frei'. De eigenaren overnachtten zelf, als de woning verhuurd was, in een schuur of bij familie en

vrienden. Later boden eigenaren hun accommodaties aan via de plaatselijke VVV's en tegenwoordig veelvuldig via de site Booking.com. Geïnterviewde verhuurders aan de Nederlandse Noordzeekust maar ook ondernemers in Zandvoort, zien Airbnb zelf als een extra platform waar ze hun accommodatie kunnen verhuren (Verhaak, 2016). Veel aangeboden accommodaties op Airbnb aan de Nederlandse kust worden op één of meerdere platformen aangeboden. Regelmatig hebben deze accommodaties al een toeristische functie, als vakantiewoning of bungalow. Deeleconomie kenner Van Sprang van ShareNL geeft aan op nu.nl: *"Het principe van Airbnb is zo oud als de weg naar Rome. Het krijgt de laatste jaren een grote vlucht door technologische ontwikkelingen. Maar eigenlijk ging het vroeger ook al zo, toen hotels nog niet bestonden"*. Ook op Ameland omarmen ze Airbnb aldus VVV Ameland-directeur Prosperi: *"We zien het als een kans, niet als een bedreiging"*. Ook 8 van de 24 kustgemeenten geven aan dat de nieuwe ontwikkeling Airbnb kansen biedt voor de toeristische sector (Vermanen & Bos, 2016).

Gebruikt alleen de hippe yup Airbnb?

Wie maakt er gebruik van Airbnb? Volgens Airbnb is de gemiddelde gebruiker 35 jaar oud, hoogopgeleid, verdient een bovengemiddeld salaris en reist regelmatig (Airbnb, 2016a).

Uit studies van onder meer Tussyadiah, Guttentag en Nowak et al. blijkt dat huurders de volgende redenen hebben om te kiezen voor Airbnb, namelijk 'de zoektocht naar een lokale authentieke ervaring', de economische voordelen, locatie en de accommodatie. Uit het onderzoek van Guttentag blijkt het economische voordeel de belangrijkste factor te zijn om voor Airbnb te kiezen (Guttentag, 2016).

Op basis van onderzoek over de motieven om gebruik te maken van Airbnb, heeft Guttentag een vijftal Airbnb gebruikersgroepen ontwikkeld.

1. De geldbespaarders – Zij maken voornamelijk gebruik van Airbnb wegens de relatief lage kosten. Al kijken ze niet zozeer naar de goedkoopste ruimte maar eerder naar de beste prijs-kwaliteit verhouding. Hierbij hechten zij veel waarde aan de lokale en huiselijke gemakken die de accommodatie biedt. Deze relatief jonge groep gebruikers vindt het gebruik van Airbnb helemaal niet "bijzonder/cool". Ook is deze groep het minst tevreden en loyaal ten aanzien van Airbnb.
2. Thuiszoekers – Zij worden aangetrokken door de huiselijke sfeer en de bijbehorende gemakken, zoals een keuken, die de Airbnb-accommodaties bieden. Aan deze aspecten hechten zij meer belang dan bijvoorbeeld de lage kosten. Deze groep is in vergelijking met de andere gebruikersgroepen ouder, hoger opgeleid en minder vaak een backpacker. In veel gevallen huren zij een volledige woning en voor een langere periode. Ook is deze groep tevreden en loyaal tegenover Airbnb. De status die sommige gebruikers-groepen ontlenen aan het gebruik van Airbnb, is voor deze groep niet of nauwelijks aan de orde. Volgens Guttentag is dit de meest lucratieve groep voor de Airbnb hosts.
3. De deelconsumenten – Dit is volgens Guttentag de typische Airbnb-gebruiker. Zij hechten veel waarde aan de deeleconomie ethos. Zo maken zij vaak

gebruik van goedkopere en gedeelde accommodaties. Ook ontmoeten zij graag locals en gaat het hen om het beleven van authentieke lokale ervaringen. Het belang van de prijs, locatie en de huiselijke gemakken zijn groot, maar kleiner in vergelijking met de andere gebruikersgroepen. Deze groep ontleent wel een bepaalde sociale status aan het gebruik van Airbnb-accommodaties. Zij kiezen ook eerder voor een Airbnb-accommodatie dan voor andere type accommodaties.

4. Pragmatische innovatie zoekers – het feit dat Airbnb iets nieuws is, maakt het voor deze groep interessant. Ook de aspecten zoals de huiselijke gemakken, de relatief lage prijs en de locatie, vindt deze groep belangrijk. Deze jongere gasten huren vaak een gehele woning en hebben geen behoefte om locals te ontmoeten. Ook scoren zij relatief laag op tevredenheid en loyaliteit.
5. Interactieve innovatie zoekers – Ook deze groep wordt tot Airbnb aangetrokken doordat het 'iets nieuws' is. Maar in tegenstelling tot de pragmatische innovatie zoeker, wordt deze groep niet aangetrokken door de huiselijke gemakken maar door de interactie met locals en mede-toeristen. Zij hechten veel waarde aan de deeleconomie ethos. Het zijn vaak

backpackers die gedeelde accommodaties voor een korte periode huren. Zij vinden het gebruik van Airbnb erg "cool".

Komt er een nieuw type gast naar de Nederlandse Noordzeekust?

Het is moeilijk te bepalen welke Airbnb-gebruikersgroepen vooral gebruik maken van Airbnb aan de Nederlandse Noordzeekust. Volgens 75% van de kustgemeenten trekt Airbnb nieuwe bezoekers, maar wie deze nieuwe bezoekers zijn is voor gemeenten nog onbekend. Toch is het maar zeer de vraag of er verschil is tussen de 'reguliere' vakantiegangers en de vakantiegangers die gebruik maken van Airbnb. Uit de scriptie van Leonore Verhaak blijkt dat ondernemers in Zandvoort niet of nauwelijks onderscheid kunnen maken tussen 'reguliere' gasten en gasten van Airbnb (Verhaak, 2016). Volgens Airbnb-verhuurders komen er vooral Duitse gasten naar de Airbnb-accommodaties aan de kust, dat is dus niets nieuws ten opzichte van de reguliere accommodaties, waarbij ook de meeste buitenlandse gasten uit Duitsland komen.

Toch ziet een geïnterviewde uit het onderzoek van Verhaak wel degelijk verschil. Volgens deze manager zijn Airbnb-gasten jonge trendy mensen die graag de buurt verkennen, mensen willen ontmoeten en advies vragen over waar zij kunnen eten en typisch lokale belevenissen kunnen ervaren. Een ander verschil is dat de Airbnb-gast volgens verhuurders van Airbnb-accommodaties, korter verblijft dan de 'reguliere' gast. Zo geeft een huurder aan door het korte verblijf ook minder eisen te stellen aan de accommodatie. Daarnaast boekt men via Airbnb ook vaker *lastminute*.

Evenals uit het onderzoek van Guttentag blijkt, is ook voor de huurder aan de Nederlandse kust de prijs een belangrijke factor om voor Airbnb te kiezen. Zo heeft een huurder bewust voor Airbnb gekozen omdat het goedkoper is dan de meeste hotels. Voor hem ging het niet zozeer om de authentieke lokale ervaring, maar met name om de prijs, ruimte en locatie. Toch heeft hij niet de moeite genomen om op andere platformen te kijken en te vergelijken. De huurder ging er gewoon vanuit dat Airbnb het goedkoopste aanbod heeft.

Airbnb host voor het geld en de gezelligheid

Zonder verhuurders zou Airbnb niet bestaan. Appartementen, woningen, kamers en bedden zijn nodig om het platform Airbnb van aanbod te voorzien. Des te groter het aanbod, des te meer keus de huurder heeft. Maar wie zijn nu die mensen die hun woningen of slaapkamers delen met onbekenden? Wat motiveert hen om deze ruimten te verhuren via Airbnb?

De twee voornaamste motieven om een woning, kamer of appartement te verhuren, hebben betrekking op financiën en sociale interactie. Met name de financiële structuur van Airbnb biedt in de beginfase zekerheid om te komen tot het besluit om de woning te verhuren. De financiële motivatie is vaak het initiële aspect om te beginnen met het verhuren van een accommodatie (Ikkala & Lampinen, 2015; Lampinen & Cheshire, 2016)

Toch is ook het sociale component van groot belang voor verhuurders. Zelfs verhuurders die op afstand de accommodatie verhuren en de huurder niet eens in levende lijve ontmoeten, hechten veel waarde aan de (online) interactie. Doordat Airbnb het betaalproces verzorgt en de verhuurder zich hier dus geen zorgen over hoeft te maken, kan de verhuurder zich richten op de sociale interactie en een plezierig verblijf van de gast (Ikkala & Lampinen, 2015).

Airbnb één van de platformen voor een maximale bezettingsgraad aan de Noordzeekust

Verschillen de Airbnb verhuurders aan de kust met de Airbnb-verhuurders in de stad? Uit interviews blijkt dat ook de motivatie van verhuurders aan de kust tweeledig is. Allereerst hebben zij een financieel belang. Zo geeft een geïnterviewde uit Scharendijke aan dat voor hem de bezetting van de accommodatie belangrijk is. Ten tweede is ook bij de verhuurders aan de Noordzeekust de sociale interactie een belangrijk motief. Verhuurders ervaren het contact met hun gasten als erg plezierig.

“Puur voor de ervaring. Omdat het me leuk leek om in contact te komen met mensen uit andere landen en te horen wat ze vinden van Schouwen-Duiveland en Zierikzee. Het is altijd leuk om te horen dat mensen enthousiast zijn over je eiland en je krijgt daar zelf ook een vakantiegevoel van.” – verhuurder Airbnb

De keuze om de accommodatie via Airbnb te verhuren heeft in sommige gevallen te maken met de voordelen die het platform zelf biedt. Zo is een geïnterviewde met een accommodatie in Noordwijk tevreden over de duidelijke en simpele werkwijze van Airbnb, maar ook over de relatief lage provisie die zij betaalt aan Airbnb in verhouding tot andere platformen zoals Booking.com.

Het type gasten dat men via het Airbnb platform verwelkomt, is eveneens een reden om voor Airbnb te kiezen. Waar verhuurders via bepaalde platformen veelal feestende jeugd ontvangen, ontvangen zij deze feestende groepen via Airbnb niet. Al geeft een geïnterviewde aan dat er wel vooral veel jongeren gebruik maken van Airbnb. Het internationale karakter, met de daarbij behorende internationale gasten, maakt het voor enkele verhuurders extra interessant.

Toch hoeft Airbnb niet perse het enige platform te zijn waar de verhuurder gebruik van maakt. Sommige verhuurders gebruiken verschillende platformen voor een optimale bezetting. Uit de interviews blijkt dat verhuurders vaak tevreden zijn over de verhuur via Airbnb. Alleen bij schade laat Airbnb weinig tot niets meer van zich horen volgens een geïnterviewde verhuurder.

Impact van Airbnb op de toeristische sector

De hosanna stemming over Airbnb is in de loop der jaren omgeslagen naar een veel kritischere kijk op de impact van Airbnb. Waar eerst iedereen lyrisch was over de laagdrempeligheid van Airbnb, wordt nu de oneerlijke concurrentie belicht. Toch ligt de focus van deze kritische blik veelal op groot stedelijke situaties zoals in Amsterdam, Barcelona of Berlijn. Over het achterland of de kustregio is veel minder bekend.

Vraagtekens zijn er over de impact van Airbnb op de verblijfsrecreatie-/ hotelsector. Uit een aantal studies blijkt dat de impact van Airbnb gering is, omdat het een nieuwe nichemarkt is, waardoor de complete marktomvang toeneemt (Guttentag, 2016). Mede doordat Airbnb zich niet op de zakelijke markt richt, heeft Airbnb maar beperkt effect op de sector.

Toch heeft Airbnb volgens o.a. Zervas et al. en Jordan wel degelijk effect op de sector. Met name Bed & Breakfasts, het lagere segment hotels en de hotels die zich niet richten op de zakelijke markt, krijgen te maken met de concurrentie van Airbnb (Oskam & Boswijk, 2016; Zervas, Proserpio, & Byers, 2013). Onlangs berichtte Emerce dat bij meer dan een kwart van de Europese bedrijven medewerkers gebruik mogen maken van Airbnb en Uber als zij op zakenreis gaan (Emerce, 2017). Recent onderzoek in Londen bevestigt dat de groei van Airbnb wel degelijk de hotelsector begint te raken (Bakker, Dessauvagie, & Oskam, 2016b).

Volgens een Airbnb-verhuurder neemt Airbnb wel een steeds groter deel van de hotelmarkt in, maar is het geen enorme bedreiging. “Het gaat om verhalen achter de voordeur. In een hotel word je netjes behandeld, in een Airbnb op een persoonlijke manier.” (Vermanen, 2014).

Uiteindelijk is het moeilijk te zeggen wat de precieze impact is van Airbnb omdat data over de omvang van Airbnb ontbreekt. Airbnb geeft bijvoorbeeld data over toeristenaantallen niet vrij en als men deze data vrijgeeft, dan kunnen er bij de data en antwoorden op de enquêtes vraagtekens worden gezet. Zo

ontdekte InsideAirbnb in 2016 dat Airbnb de gemeenteraad van New York had misleid met gemanipuleerde data. Over het algemeen zegt men dat Airbnb goed is voor het toerisme maar slecht is voor de hotels (Milikowski, 2016; Oskam & Boswijk, 2016; Zervas, Proserpio, & Byers, 2013). In de Verenigde Staten en in Europa is de werkelijke omvang van Airbnb inmiddels betrouwbaar in kaart gebracht met "gescrapete" data (Cox, 2015; O'Neill & Ouyang, 2016; Bakker, Dessauvagie, & Oskam, 2016a; Bakker, Dessauvagie, & Oskam, 2016b).

Behalve de verdeling van de marktomvang, is een veel gehoord bezwaar van de traditionele verblijfsrecreatie sector, dat er sprake is van oneerlijke concurrentie. Zo is het vreemd dat regels en beleid die voor de verblijfsrecreatie gelden, zoals o.a. brandveiligheid en toeristenbelasting, niet van toepassing zijn voor Airbnb. De aanbieder van tijdelijke woonruimte is eigenlijk commercieel ondernemer zonder zich te registreren bij de KvK. Uit onderzoeken van NRC Q en RTL Z blijkt daarnaast dat weinig verhuurders de inkomsten opgeven bij de belastingdienst (Milikowski, 2016; Oskam & Boswijk, 2016; Zervas, Proserpio, & Byers, 2013).

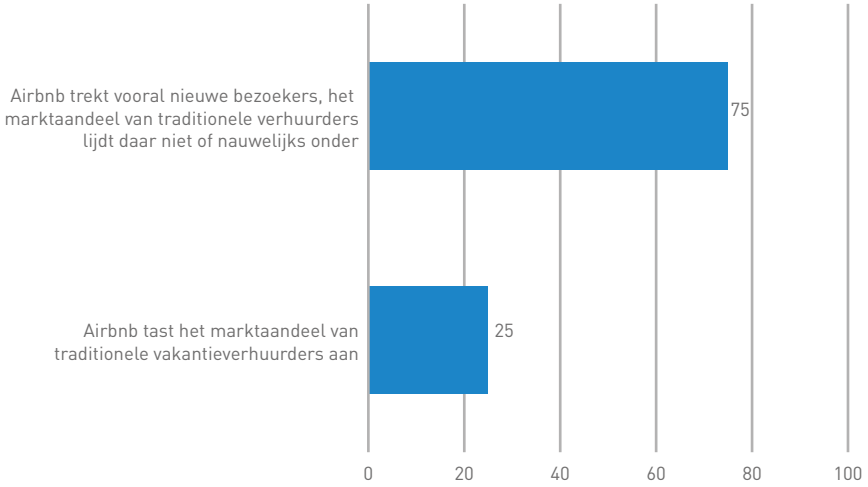
Begin 2013 was Gemeente Amsterdam dan ook klaar met de 'illegale hotels' in de stad. Verhuur via Airbnb werd tijdelijk verboden na uitspraak van de rechter. Echter, besloot de Amsterdamse gemeenteraad een jaar later dat het tijdelijk verhuren van woningen wel toegestaan is, maar alleen onder bepaalde voorwaarden. Zo moet de verhuurder voortaan toeristenbelasting betalen, moet de verhuurder zelf in de woning wonen, mag deze niet bedrijfsmatig verhuurd worden en mag de woning in totaal maximaal twee maanden per jaar verhuurd worden. De vraag is of dit beleid ook strikt nageleefd wordt.

Airbnb gasten een extra impuls voor de toeristische sector aan de Nederlandse Noordzeekust?

Ook aan de kust is het maar zeer de vraag of Airbnb extra concurrentie is voor de bestaande verblijfsaccommodaties of dat zij juist zorgen voor een nieuwe stroom gasten. Zowel de interviews, als de enquêtes schetsen geen eenduidig beeld. Zo geeft de meerderheid van de kustgemeenten (75%) aan dat Airbnb vooral nieuwe bezoekers aantrekt waardoor traditionele verhuurders er niet of nauwelijks onder lijden. Uit het onderzoek van Verhaak staan de geïnterviewde ondernemers in Zandvoort veelal positief tegenover de ontwikkeling van Airbnb.

Volgens een ondernemer in Zandvoort heeft Airbnb haar eigen doelgroep waardoor het totale aantal toeristen in Zandvoort zal stijgen.

Zoals eerder aangegeven geeft een deel van de geïnterviewden aan dat Airbnb-gasten aan de kust voornamelijk afkomstig zijn uit Duitsland, net als de gasten van de reguliere accommodaties, in die zin is er weinig verschil met de reguliere toeristen. Vijf van de 24 kustgemeenten geeft ook aan dat Airbnb het marktaandeel van de traditionele vakantieverhuurders aantrekt (zie figuur 1).



Figuur 1 Marktaandeel nieuwe versus reguliere bezoekers (%)

Voor veel ondernemers en verhuurders is Airbnb een extra platform om ruimtes of accommodaties te verhuren. Ook uit een steekproef in Zandvoort, Renesse en Nes, blijkt dat veel accommodaties gebruik maken van andere platformen. Een verhuurder uit Den Haag geeft aan haar accommodatie via verschillende platformen te verhuren. Dit komt overeen met één van de drie belangrijkste *travel* marketing trends in 2017, dat *multi-channel* marketing de norm wordt (Gabay, 2016).

Desondanks zijn sommige ondernemers in Zandvoort wel kritisch en wijzen naar oneerlijke concurrentie. Ook tijdens een bijeenkomst over Airbnb georganiseerd door ZB Planbureau in Zeeland, kwam het onderwerp oneerlijke concurrentie regelmatig terug. Een Zeeuwse Airbnb verhuurder gaf, zoals onderzoeken reeds uitwezen, toe dat hij geen toeristenbelasting betaalde. Toch

is het zeer de vraag of de verhuurders via Airbnb die in het verleden andere verkoopkanalen gebruikten, geen toeristenbelasting betaalden. Zo gaat een verhuurder bijvoorbeeld bewust buiten Airbnb om communiceren met zijn huurders, om onder andere toeristenbelasting te innen.

Verschillende verhuurders geven aan accommodaties op bestaande vakantieparken via Airbnb te verhuren. Een verhuurder die regelmatig het 'concurrentie' aanbod bekijkt op Airbnb, valt het op dat er steeds meer accommodaties aangeboden worden op Airbnb die zich op bestaande vakantieparken bevinden. Veel accommodaties aan de kust hebben reeds een toeristische bestemming. Volgens de kustgemeenten bestaat ruim 60% van het aanbod op Airbnb uit accommodaties met reeds een verblijfsrecreatieve functie.

De reden voor een verhuurder van een accommodatie op een vakantiepark om te kiezen voor Airbnb, is dat zij wil weten welke gasten er in haar accommodatie verblijven. Hier heeft ze geen invloed op wanneer ze de accommodatie via het vakantiepark verhuurt. Voor deze verhuurster dus een reden om haar accommodatie via Airbnb te verhuren. Van secundair belang hierbij is dat het financieel rendabeler is wanneer ze de accommodatie via Airbnb verhuurt.

Economische impact van Airbnb gelijk aan die van de traditionele hotellerie?

De ruim 100 miljoen gasten die ondertussen wereldwijd gebruik hebben gemaakt van Airbnb, hebben zowel een directe als indirecte impact op de economie. Uit een studie van Airbnb in New York blijkt dat Airbnb-gasten 2 dagen langer verblijven en bijna 200 miljoen dollar meer uitgeven aan lokale bedrijven dan hotelgasten (Kaplan & Nadler, 2015). Airbnb heeft in 2013 onderzoek gedaan naar de economische impact van Airbnb in verschillende steden, waaronder Amsterdam. Hieruit blijkt dat Airbnb-gasten gemiddeld 3,9 nachten in Amsterdam verbleven en tijdens hun reis 792 euro uitgaven, in tegenstelling tot hotelgasten die gemiddeld 1,9 nachten verbleven en 521 euro uitgaven (Airbnb, 2013). De Airbnb-gast spendeerde in dat jaar, volgens de opgave door het platform, in Amsterdam dus gemiddeld 52% meer dan de hotelgast. Of deze cijfers kloppen is moeilijk na te gaan. Airbnb baseert zich op enquêtes onder gebruikers, maar geeft geen inzage in de achterliggende data.

Doordat Airbnb-accommodaties verspreid zijn over een stad of gebied, zullen ook andere winkels en restaurants in niet toeristische gebieden voordeel hebben van Airbnb. Dit resulteert in extra omzet en werkgelegenheid. Tegenwoordig zijn er zelfs speciale sleutel- en schoonmaakbedrijven die voor Airbnb-verhuurders werken om gasten te ontvangen of de accommodatie schoon te maken (Tegenlicht, 2016). Ook claimt Airbnb dat het verhuurders in staat stelt de woonlasten te betalen en zelfs dat dit mensen in staat stelt om bedrijven op te starten. Daar is natuurlijk wel wat op af te dingen. In verschillende steden wordt gerapporteerd dat Airbnb de woonlasten juist opdrijft; met andere woorden, misschien is de keuze van sommige lokale bewoners om hun huis aan toeristen te verhuren niet echt vrijwillig meer.

Volgens een studie in Spaanse steden (EY España, 2015) blijkt de economische impact van Airbnb veel lager dan die van de traditionele hotellerie. Zo blijkt uit de resultaten dat de directe en indirecte werkgelegenheid van bijvoorbeeld Airbnb op basis van 100 bedden, 9,8 banen creëert. In vergelijking, de

traditionele sector creëert door 100 bedden 53,3 banen (Oskam & Boswijk, 2016).

Het is volgens Fang, Ye & Law niet zozeer dat Airbnb of de traditionele hotelsector meer werkgelegenheid schept. Dit is sterk afhankelijk van het moment en de omvang. Als Airbnb de markt penetreert, dan heeft het een positief effect op de gehele toeristische sector, doordat er meer toeristen komen voor de lagere prijs van accommodaties. Maar als de deeleconomie verder doorgroeit, zal deze het lagere segment hotels vervangen en zal het marginale positieve effect van de 'deeleconomie' komen te vervallen. Werknemers van het lagere segment hotels verliezen hun banen, waar Airbnb-accommodaties niet of nauwelijks werknemers nodig hebben (Fang, Ye, & Law, 2016).

Beheerbedrijven nieuwe concurrent van 'reguliere' vakantieparken?

Door het ontbreken van cijfermateriaal over verblijfsduur, aantal overnachtingen en uitgaven, is het onmogelijk een beeld te schetsen van de economische impact van Airbnb aan de kust. Wel komt zowel uit de interviews als uit het onderzoek van Verhaak naar voren dat de gast via Airbnb over het algemeen korter verblijft dan de gast in reguliere accommodaties (Verhaak, 2016).

Ondanks dat een nauwkeurig beeld van de exacte locaties van Airbnb-accommodaties ontbreekt, lijkt het dat Airbnb-accommodaties zich vooral concentreren in de toeristische gebieden / gemeenten. Zo hebben toeristische plaatsen zoals Scheveningen verhoudingsgewijs veel Airbnb-accommodaties ten opzichte van Hoek van Holland.

Scheveningen Hoek van Holland

Evenals in de stad doen ook de zogeheten sleutelbedrijven hun intrede aan de Nederlandse kust. Volgens 10 kustgemeenten (bij andere gemeenten is dit tot dusverre onbekend), verhuurt slechts 0-10% van de verhuurders meer dan één woning. Toch begeleidt Smiling Host het verhuurproces van ruim 100 van de ruim 250 accommodaties in Zandvoort. In Zandvoort zijn er naast Smiling Host nog enkele personen of bedrijven die meerdere accommodaties beheren of verhuren via Airbnb.

Uiteraard is het de vraag of het Airbnb-aanbod en de opkomst van beheer-bedrijven een negatief effect hebben op de bestaande toeristische sector. Gezien het feit dat er ook veel accommodaties worden aangeboden die reeds een toeristische bestemming hebben en via verschillende platformen

worden verhuurd, is het onwaarschijnlijk dat het een grote impact heeft op de bestaande sector. Wel kunnen vakantieparken concurrentie ondervinden van verhuurders die hun woning niet meer in het beheer laten van het vakantiepark, maar in eigen beheer of dat van een beheerorganisatie.

Smiling Host

Smiling Host wordt gerund door Dionne van Leeuwen en Laura Jongejan. Het bedrijf neemt het verhuurproces of delen daarvan voor verschillende verhuurders uit handen. Zo kunnen zij het in- en uitchecken voor hun rekening nemen, linnenservice bieden, de schoonmaak verzorgen, het advertentiebeheer doen, maar ook het volledige beheer voor hun rekening nemen. Hierbij richten ze zich niet alleen op Airbnb maar ook op andere platformen (Smiling Host, n.d.). De services van Smiling Host bestaan uit:

- Intake gesprek om de wensen en behoeften in kaart te brengen
- Aanmaken van een advertentie op verschillende platformen en voorzien van foto's
- Advertentiebeheer
- Screenen van gasten
- Check-in / Check-out
- 24/7 Customer care
- Schoonmaak

Airbnb en de economisering van het privébezit

De deeleconomie werd aanvankelijk omarmd als een overgang van *bezit* naar *gebruik*: Rachel Botsman noemde het voorbeeld van de boormachine, die gemiddeld maar 12 minuten in het leven van het apparaat wordt gebruikt (Botsman, 2010); dus waarom zouden we er niet één met zijn allen kopen? Het oorspronkelijke Couchsurfing, en ook Airbnb in zijn begindagen, leken te passen in de definities van de 'deeleconomie'. Ben je een lang weekend weg of ga je met vakantie, Airbnb maakt dan het ondergebruikte bezit van een woning / woonruimte beschikbaar, want anders zou de woning toch leeg staan. Hierdoor is men in staat om in te spelen op veranderingen zonder dat er nieuwe accommodaties gebouwd moeten worden.

De laatste jaren zijn er meer kritische geluiden te horen over de 'deeleconomie'. In de praktijk hebben de commerciële activiteiten van de internetplatforms weinig meer met 'delen' te maken, en gaan er op winst gerichte ondernemingen achter schuil. Het begrip 'deeleconomie' wordt gebruikt als een excuus om overheden onder druk te zetten om te dereguleren (Slee, 2015; Oskam, 2017). De Utrechtse hoogleraar Frenken signaleert dat delen kan leiden tot een "economisering van het privé-leven". Het verdienmodel achter de deelplatforms houdt in dat we tegenwoordig altijd voor *opportunity costs* staan als we iets niet verkopen maar ouderwets delen met buren en vrienden: "Zal ik familie en vrienden te logeren vragen als de Tour de France in Utrecht is, of verhuur ik mijn huis voor drie dagen en steek ik honderden euro's in mijn zak?" (Frenken, 2016).

Airbnb en Uber zijn duidelijke voorbeelden van platforms die onterecht worden ingedeeld bij de 'deeleconomie'. Airbnb intensiveert niet het gebruik van ongebruikte goederen, maar onttrekt juist schaarse goederen aan het regulier gebruik. Doordat steeds meer mensen één of meerdere huizen verhuren, veelal in het centrum, stijgen de huur- en koopprijzen. Niet voor niks zetten sommige makelaars er al bij dat een woning geschikt is voor Airbnb verhuur. Dit zorgt voor extra druk op de toch al onder druk staande woningmarkt. Volgens ING wordt de verkoopprijs hierdoor substantieel verhoogd en krijgen woningen

ook meer een beleggingswaarde. Een ander effect is dat oudere echtparen nu vaak in het centrum van de stad blijven wonen doordat de financiële noodzaak ontbreekt, waardoor de doorstroming van de woningmarkt stokt. Daarnaast creëert Airbnb een nog grotere breuk tussen arm en rijk, want alleen de rijke mensen met mooie huizen op goede locaties verhuren woonruimte. In tegensteling tot de arme mensen die wonen in minder aantrekkelijke huizen en buurten en /of huren bij een woningcorporatie en daardoor niet hun huis mogen verhuren. Hieruit blijkt dat bezit wel degelijk loont (Milikowski, 2016).

Niets nieuws aan de Nederlandse Noordzeekust

Amsterdam en Londen zijn voorbeelden van steden met hoge hoteltarieven: investeerders kunnen daarom op een hoge opbrengst rekenen. In steden met lagere hotelprijzen, maar ook in gebieden met seizoensgebonden toerisme zoals de kust, is het perspectief voor investeerders heel anders. Aan de ene kant heeft het gros van de accommodaties reeds een toeristische bestemming en heeft daarmee minder effect op de woningvoorraad. Ongebruikte recreatiewoningen worden nu verhuurd aan toeristen via onder meer Airbnb. Aan de andere kant bestaan deze zogeheten economisering en *opportunity costs* al geruime tijd aan de kust. Vastgoedorganisaties ontwikkelen tweede woningen in vakantieparken voor mensen, onder meer om de beleggingswaarde. Hierdoor groeit de vraag naar tweede woningen aan de kust, ondanks dat het aantal toeristen aan de kust nauwelijks stijgt. Makelaars zetten er in de kustregio zelfs expliciet bij of het ook voor recreatieverhuur geldt. Het gevolg kan zijn dat Airbnb zich op deze plekken eerder ontwikkelt als een alternatief voor bestaande aanbieders, zonder aanzuigende werking voor nieuwe investeerders.

Leidt Airbnb tot spreiding of extra druk?

Airbnb geeft aan dat de accommodaties van de Airbnb-verhuurders meer dan traditionele accommodaties verspreid zijn over een stad of regio. Hierdoor wordt ook de toeristische druk verspreid. Airbnb-gasten maken dan ook niet alleen gebruik van de reguliere toeristische faciliteiten, maar ook van faciliteiten en attracties die voorheen helemaal geen toeristen ontvingen omdat ze zich te ver van het 'toeristisch centrum' bevinden. Verschillende onderzoeken tonen echter aan dat deze claim van Airbnb geen enkel fundament heeft: Airbnb draagt juist bij aan een grotere concentratie van toeristen in de centra van steden (Arias Sans, 2015; EY España, 2015; Bakker, Dessauvagie, & Oskam, 2016a; Bakker, Dessauvagie, & Oskam, 2016b).

Afgelopen jaar kwam Airbnb veelvuldig negatief in het nieuws doordat er overlast was van Airbnb-gasten in het centrum van Amsterdam. Zo waren er woningen en kamers die alleen nog maar via Airbnb werden verhuurd en waar de eigenaar zelf nauwelijks meer aanwezig was, en waren er groepen Britten of Russen die stoned en dronken joints over het balkon naar kinderen gooiden. Deze verhalen speelden zich vooral af in het 'toeristische centrum' van Amsterdam. Omwonenden hadden er genoeg van, dit resulteerde in het feit dat Gemeente Amsterdam in 2016 nogmaals de regels met betrekking tot particulier verhuur aanscherpte. Er kwam, behalve een handleiding vakantieverhuur in Amsterdam, een meldpunt voor overlast en illegaal vakantieverhuur. Naast de overlast neemt ook de druk op lokale faciliteiten toe. Zo raken parkeerplaatsen bijvoorbeeld overvol (Couzy, 2017; Milikowski, 2016; Oskam & Boswijk, 2016). Toch moet volgens Gemeente Amsterdam de huidige berichtgeving over Airbnb en Amsterdam worden genuanceerd. Volgens Gemeente Amsterdam leidt de vakantieverhuur zelf nauwelijks tot overlast en beslaat dit slechts 4% van de totale overnachtingen in Amsterdam. "In de media wordt gedaan alsof dit de grootste groep is en de meeste overlast veroorzaakt, maar dat is niet zo, Gemeente Amsterdam strijdt vooral tegen de grote vastgoedbazen die illegaal hotels exploiteren." (Demmers-van Es & Oostrom, 2015).

Niet of nauwelijks overlast door Airbnb-gasten aan de Noordzeekust

Kijkend naar de gemeenten aan de Nederlandse kust lijkt ook hier de aanname van Airbnb dat zij meer dan traditionele accommodaties zich verspreiden over de regio, geen stand te houden. Toeristische gemeenten hebben in verhouding meer Airbnb-accommodaties dan niet toeristische Nederlandse kustgemeenten. Inzoomend op de plaatsen Renesse, Zandvoort en Nes, bevinden de accommodaties zich veelal in toeristische delen van de plaats en dus vindt er geen spreiding plaats buiten de toeristische gebieden.

Airbnb-gasten zorgen, volgens zowel verhuurders als beleidsmedewerkers van de Nederlandse kustgemeenten, niet voor extra overlast. Sommige verhuurders geven juist de voorkeur aan huurders via Airbnb, omdat zij op voorhand huurders kunnen selecteren aan de hand van reviews en ook zelf kunnen communiceren met (potentiële) huurders. De Nederlandse kustgemeenten ervaren sowieso weinig tot geen overlast van toeristen binnen hun gemeente. Daarnaast is het voor de meeste beleidsmedewerkers onbekend of eventuele overlast expliciet wordt veroorzaakt door Airbnb-gasten.

Airbnb en de noodzaak voor beleid

Innovaties in de deeleconomie, zoals Airbnb, groeien in razendsnel tempo. (Lokale) overheden hebben vaak niet eens de mogelijkheid om zich over de mogelijke effecten van zo'n ontwikkeling te buigen. Tijdens de vakdag van de vakantiebeurs in 2017 vertelde Peter Jordan van Topsophy dat veel overheden het hoofd in het zand steken en een ontwikkeling als Airbnb overlaten aan de markt. Dit geldt volgens Malhorta vooral voor landen waar regeringen niet erg sterk zijn. Maar ook overheden in het westen weten zich vooralsnog geen raad met een ontwikkeling als Airbnb (Avital, et al., 2014).

In veel regio's is Airbnb illegaal, maar wordt het door de overheid gedoogd omdat het al zo is ingeburgerd. Het is simpelweg een te populair platform om een totaalverbod te handhaven. Dit is ook de tactiek van Airbnb, om zo ver mogelijk in de samenleving te zijn geïntrigeerd alvorens zij te maken krijgen met juridische acties (Guttentag, 2016). In 2014 was Amsterdam de eerste gemeente die een overeenkomst sloot met Airbnb, het tot dan toe illegale Airbnb werd gelegaliseerd mits Airbnb 5% toeristenbelasting zou heffen. Daarnaast mochten accommodaties in Amsterdam niet meer dan 60 dagen per jaar worden verhuurd en mochten er maximaal vier personen per reservering verblijven in de accommodatie (Milikowski, 2016).

Volgens Ranchordas staan beleidsmakers op een kruispunt. Aan de ene kant wil een (lokale) overheid graag innovaties in bijvoorbeeld de deeleconomie stimuleren. Deze innovaties hebben geen baat bij verregaande en ouderwetse wet- en regelgeving en zouden hierdoor slechts worden beperkt. Aan de andere kant is er sterk de behoefte om gebruikers en betrokkenen te beschermen tegen fraude, niet geclassificeerde en onbekwame aanbieders, maar ook om duidelijk te stellen wie verantwoordelijk is voor de te leveren diensten en wie (toeristen)belasting moet betalen.

Hierbij stelt Malhorta de vraag; stel je voor dat bepaalde aanbieders bepaalde mensen, zoals bijvoorbeeld homoseksuelen of mensen die geloven in de Islam niet meer hun services/diensten laten gebruiken. Staat de verhuurder dan in

zijn recht, gezien het feit dat het zijn woning is? En wat als consumenten en producenten zich niet eerlijk uitlaten via reviews? Kunnen deze reviews dan worden gewijzigd? En wat als de deeleconomie een mogelijkheid wordt om belasting te ontduiken? Wie gaat dan de rechten van zowel aanbieders als consumenten beschermen?

In de meeste gevallen neemt Airbnb hier niet de verantwoordelijkheid voor, want Airbnb is slechts een platform dat vraag en aanbod bij elkaar brengt. Word je gebeten door de hond van de verhuurder, dan heeft Airbnb hier niets mee van doen. Airbnb stelt de verhuurder van de accommodatie verantwoordelijk. Zijn er bepaalde regels of dient de verhuurder toeristenbelasting te betalen, dan is het aan de verhuurder om dit uit te zoeken. Alvorens men zich inschrijft als verhuurder, wordt onder meer gewezen naar de volgende tekst:

> IN PARTICULAR, HOSTS SHOULD UNDERSTAND HOW THE LAWS WORK IN THEIR RESPECTIVE CITIES. (....) HOSTS SHOULD REVIEW LOCAL LAWS BEFORE LISTING A SPACE ON AIRBNB. (Kaplan & Nadler, 2015).

Maar in sommige gevallen neemt Airbnb wel de verantwoordelijkheid. Zo is in de deal met Gemeente Amsterdam afgesproken dat Airbnb de toeristen-belasting zou heffen en vervolgens zou afdragen aan de gemeente. Zo ontving de gemeente over het jaar 2014 5,5 miljoen euro aan toeristen belasting. Maar doordat Airbnb officieel niet in Nederland is gevestigd, kan de Belastingdienst geen gegevens opvragen, waardoor ze het ontvangen bedrag niet kunnen verifiëren. Dit is belangrijk gezien de eerdere data manipulaties van Airbnb in New York (Milikowski, 2016).

Wel of geen gemeentelijk beleid voor Airbnb aan de Nederlandse Noordzeekust?

Eind 2015 schreef Minister Kamp een brief aan de Tweede kamer waarin hij aangeeft dat gemeenten zelf duidelijke regels moeten maken over particuliere verhuur via sites zoals Airbnb. Amsterdam maakte als één van de eersten beleid. Behalve dat Amsterdam beleid heeft gemaakt met betrekking tot Airbnb, hebben de grote steden zich ook verenigd als volwaardige gesprekspartner van Airbnb. Wat het beleid is van kustgemeenten verschilt per gemeente enorm.

Zo zijn er tal van kustgemeenten die in hun toeristisch-recreatief beleid niks hebben opgenomen over Airbnb. Slechts twee van de 24 kustgemeenten geeft in de enquête aan dat zij reeds beleid hebben gemaakt met betrekking tot de verhuur van particuliere vakantiewoningen via sites zoals Airbnb. Eén gemeente heeft dan ook de regelgeving aangescherpt om concurrentie-vervalsing te voorkomen en toeristenbelasting te innen. Bij de meerderheid van de Nederlandse kustgemeenten staat de verhuur van particulierere vakantiewoningen via sites zoals Airbnb niet op de gemeentelijke agenda.

Daarentegen hebben 11 van de 24 kustgemeenten wel beleid voor de verhuur van particuliere vakantiewoningen (maar niet speciaal via sites zoals Airbnb). Zo geeft een gemeente aan dat recreatief gebruik van een woning niet is toegestaan. Dit zou betekenen dat Airbnb-accommodaties met geen toeristische bestemming illegaal zijn in deze gemeente. Sommige gemeenten staan recreatief verhuur toe, zolang er geen sprake is van permanente verhuur. Andere gemeenten maken het juist eenvoudiger voor inwoners om een B&B aan te bieden in bestaande woonruimten. Tien van de 24 kustgemeenten handhaaft ook daadwerkelijk haar regels en beleid.

In 2015 omschrijft Gemeente Velsen Airbnb als nieuwe ontwikkeling en mogelijk nieuw beleidsvraagstuk (Gemeente Velsen, 2015). Veel gemeenten en provincies erkennen deze nieuwe ontwikkeling en voorzien dat Airbnb en vergelijkbare platformen de komende jaren sterk zullen groeien in de regio.

Andere gemeenten zoals Castricum zitten nog in de onderzoeksfase. Zo hebben zij in de 'Strategienota 2017-2020 Recreatie en Toerisme. Ontwikkelagenda' opgenomen om de wenselijkheid van formules zoals Airbnb te onderzoeken (Gemeente Castricum, ...). Ook Gemeente Bergen ziet in ontwikkelingen als de deeleconomie, waar Airbnb onderdeel van is, kansen voor de gemeente, maar startte in 2015 wel met een aanbodinventarisatie.

In meerdere gemeenten rijst de vraag van de omvang van Airbnb binnen hun gemeente. Zo stelde PvdA / GroenLinks op 23 april 2015 tijdens de raadsvergadering de vraag aan het college van Veere "Heeft het college nu zicht op verhuur via bijvoorbeeld Airbnb?". Vaak zien gemeenten dat Airbnb mogelijk leidt tot concurrentievervalsing, omdat Airbnb verhuurders niet aan allerlei regels hoeven te voldoen. In navolging op Gemeente Amsterdam, hebben zij dan ook vergelijkbare regels opgenomen in het beleid, zoals:

- Uitsluitend verhuur door hoofdbewoner;
- Uitsluitend incidentele verhuur;
- Toeristenbelasting betalen;
- Toestemming van VvE (Vereniging van Eigenaren) of verhuurder;
- Een brandveilige woning;
- Maximaal 4 personen per reservering.

Een aantal gemeenten hanteren ook de maximale verhuurperiode twee maanden/60 dagen. In Den Haag is men hier niet zeker van, gelet op de hoge kosten ambtelijke inzet dat het handhaven met zich meebrengt. Daarnaast is men door middel van huidige regelgeving instaat om illegale hotels aan te pakken. Wel ambieert Gemeente Den Haag samen met de gemeenten Rotterdam en Utrecht een deal met Airbnb, waarin Airbnb zorg draagt voor de toeristenbelasting afdracht. Afhankelijk van hoe de pilot 'deal' in Amsterdam loopt, wil Airbnb kijken of dit wordt uitgebreid naar andere steden (Klein, 2015). Ook kleinere gemeenten zoals Zandvoort ambiëren een deal om de toeristenbelasting via Airbnb te regelen.

> **"De CDA-fractie hoopt dat het college van Amsterdam-beach binnen een korte termijn met Airbnb om de tafel gaat zitten teneinde tot een zelfde akkoord te komen zoals in Amsterdam..." (Beelen, 2015)**

Het innen van toeristenbelasting en de mogelijke oneerlijke concurrentie zijn twee aspecten die voornamelijk ter sprake komen in het gemeentebeleid met betrekking tot Airbnb. Er zijn ook gemeenten, zoals Gemeente Rotterdam die het zien als kwaliteitsimpuls voor het verblijfsrecreatieve aanbod in sommige delen van de gemeente (Stadsontwikkeling gemeente Rotterdam, 2016).

De volgende stappen

Het verschijnsel Airbnb is controversieel. Voor- en tegenstanders nemen vaak emotioneel vooringenomen posities in: "Airbnb-uitbaters zijn huisjesmelkers" en "De tegenstanders worden betaald door de hotel-lobby". Het werkelijke beeld is veel ingewikkelder, al weten we niet hoe ingewikkeld precies: er zijn weinig betrouwbare data en onafhankelijke onderzoeken.

Maar of je nou voor of tegen bent, Airbnb is een belangrijk verschijnsel geworden in het toerisme waar bestemmingen, bedrijven en bewoners mee om zullen moeten gaan. Boos worden helpt niet: als steden als San Francisco niet tegen het lobby-geweld van Airbnb op kunnen (Oskam, 2017), zal ook een Nederlandse kustgemeente het bedrijf niet op de knieën kunnen dringen. Zelfs strenge regels als er nu gelden in Berlijn — met draconische boetes tot € 100.000 — blijken maar heel weinig effect te hebben (Bakker, Dessauvagie, & Oskam, 2017). De winsten zijn te hoog en de handhaving waarschijnlijk te moeilijk. Wel is het zaak om, als gemeente, regels ten aanzien van particuliere verhuur duidelijk naar inwoners en (potentiële) huurders te communiceren.

De belangrijkste aanbeveling is daarom de onzin en de emotie uit de discussie te halen. Er is veel meer studie nodig naar de omvang van particuliere vakantieverhuur, naar het business model dat ten onrechte 'deeleconomie' wordt genoemd en naar de gebruikers en hun motivaties. Overheden, bedrijven en kennisinstellingen moeten samenwerken om de feiten boven tafel te halen en niet afhankelijk te worden van de oncontroleerbare 'studies' die Airbnb publiceert, met wilde claims over de economische en zelfs de gunstige milieu-effecten van de vakantieverhuur. Tegelijkertijd zijn bezwaren en regelgeving voor groot stedelijk gebied niet altijd van toepassing op de Nederlandse kustregio.

Airbnb heeft een ijzersterke marketingstrategie. De campagnes zetten de onafhankelijke en tegendraadse Airbnb-er die écht in het lokale leven duikt, tegenover de vloek van het anonieme massatoerisme (Burgeler, 2017). Volgens de laatste cijfers had Amsterdam in 2016 zo ruim één miljoen toeristen die dankzij Airbnb het massatoerisme dachten te ontvluchten...

Ondertussen weten we dat de werkelijke motivatie van Airbnb-gebruikers, opnieuw, veel gecompliceerder is. Traditionele accommodatie-aanbieders moeten alert blijven op studies van deze markt. Het gaat niet alleen om gevoel, maar ook om tastbare voordelen als prijs, vierkante meters, beschikbare apparatuur of een perfect werkende website. Het is makkelijk je zand in de ogen te laten strooien door het eenzijdige 'living like a local' beeld en de verkeerde keuzes te maken om jouw doelgroep aan te spreken.

Een paar jaar geleden was er een felle discussie tussen een hotelier uit Amsterdam en een collega uit Maastricht. Volgens de één was Airbnb een grote bedreiging voor de hotelsector, voor de ander was het oude wijn in nieuwe zakken. Achteraf hadden ze allebei gelijk. Airbnb is geen traditioneel bedrijf dat overal volgens een zelfde model vestigingen opent, maar een platform dat zich ontwikkelt aan de hand van lokale omstandigheden. In grote steden is het een alternatief voor traditionele hotels. In vakantiegebieden lijkt het vaak meer op de traditionele vakantieverhuur. Terwijl de winsten in Amsterdam commerciële investeerders aantrekken, zien we dat die investeerders aan de Nederlandse kust al aanwezig waren.

Airbnb wordt dan ook veel gebruikt door kamerverhuurders en B&B's die vroeger een bord in de tuin hadden of klanten wierven door advertenties in de krant. Verhuurplatforms als Airbnb bieden 'traditionele' verblijfs-accommodaties, met soms beperkte en verouderde websites en online communicatie, de kans om mee te liften op de geavanceerde en gebruikers-vriendelijke platforms. Om zodoende nieuwe klanten te werven en het seizoen te verbreden. Op zich kan dat gunstige effecten hebben voor individuele ondernemers en kustgemeenten.

Het is, ten slotte, niet verrassend dat ook hotels en bungalowparken van het platform gebruik gaan maken. De commissies zijn lager dan bij andere kanalen. Hoe het platform daarop zal reageren is een tweede. Als deze 'verwatering' de 'living like a local' romantiek onder druk gaat zetten, is het denkbaar dat dit aanbod van de website verwijderd zal worden. Opportunisme kan daarom tijdelijk handig zijn, maar is geen basis voor een duurzame strategie.

Bronnen

Airbnb. (2013, Juni). **Airbnb Economic Impact**. Opgehaald van Airbnb: http://blog.airbnb.com/economic-impact-airbnb/?_ga=1.183754150.1079678469.1485422770#amsterdam

Airbnb. (2016a, November). **Airbnb and the rise of millennial travel**. Opgehaald van Airbnb: https://www.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/2016/08/MillennialReport.pdf

Airbnb. (2017, February). **The Airbnb community: The Netherlands.** Opgehaald van Airbnb: https://netherlands.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/sites/50/2017/02/The-Airbnb-Community_The-Netherlands.pdf

Arias Sans, A. (2015, July 1). **Desmuntant Airbnb. Apunts crítics sobre el cas de Barcelona**. Opgeroepen op October 31, 2015, van La trama urbana: http://latramaurbana.net/2015/07/01/desmuntant-airbnb-apunts-critics-sobre-el-cas-de-barcelona/#more-1245

Avital, M., Andersson, M., Nickerson, J., Sundarajan, A., Alstyne, M. V., & Verhoeven, D. (2014). **The collaborative economy: a disruptive innovation or much ado about nothing?**. In Proceedings of the 35th International Conference on Information Systems; ICIS 2014 . Association for information Systems.

Bakker, D., Dessauvagie, M., & Oskam, J. (2016a). **Airbnb: Impact and Outlook for Amsterdam**. Amsterdam: Colliers/Hotelschool The Hague.

Bakker, D., Dessauvagie, M., & Oskam, J. (2016b). **Airbnb: Impact and Outlook for London**. Amsterdam: Colliers/Hotelschool The Hague.

Bakker, D., Dessauvagie, M., & Oskam, J. (2017). **Airbnb in Berlin**. Amsterdam: Colliers/Hotelschool The Hague.

Beelen, J. (2015). CDA: **College sluit een akkoord met Airbnb**. Opgehaald van http://jongenverfrissend.nl/wp-content/uploads/2015/09/persbericht-airbnb.pdf

Botsman, R. (2010, May 2015). **The case for collaborative consumption**. Opgeroepen op 29 October, van TEDx Sydney: http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption/

Burgeler, M. v. (2017). **A study on the use of storytelling in Airbnb's Marketing Campaigns (Bachelor Thesis)**. Amsterdam/The Hague: Hotelschool The Hague.

Couzy, F. R. (2017, January 31). **Airbnb maakt grote fout**. Opgehaald van Fd: https://fd.nl/ondernemen/1156763/strong-airbnb-maakt-een-grote-fout-strong

Cox, M. (2015, September 3). **Amsterdam**. Opgeroepen op October 31, 2015, van Inside Airbnb. Adding data to the debate: http://insideairbnb.com/amsterdam/

Demmers-van Es, L., & Oostrom, M. v. (2015). **Toeristische visie 2015-2025**. Focus en samenwerking. Gemeente Waterland.

Emerce. (2017, January 25). **Bedrijfsleven omarmt disruptors in travel**. Opgehaald van Emerce: http://www.emerce.nl/nieuws/bedrijfsleven-omarmt-disruptors-travel

EY España. (2015). **Impactos derivados del exponencial crecimiento de los alojamientos turísticos en viviendas de alquiler en España, impulsado por los modelos y plataformas ce comercialización P2P**. Madrid: Exceltur.

Fang, B., Ye, Q., & Law, R. (2016). **Effect of sharing economy on tourism industry employment**. Annals of Tourism Research, 264-267.

Frenken, K. (2016). **Deeleconomie onder één noemer**. Inaugurele rede. Utrecht: Universiteit Untrecht.

Gabay, J. (2016, November 28). 2017 **Travel marketing trends**. Opgehaald van Smart Insights: http://www.smartinsights.com/digital-marketing-platforms/big-data-digital-marketing-platforms/2017-travel-marketing-trends/

Gemeente Castricum. (...). **Strategienota 2017-2020 Recreatie en Toerisme**. Ontwikkelagenda. Castricum.

Gemeente Velsen. (2015). **Economische Programma 2015-2019**. Velsen: Gemeente Velsen.

Guttentag, D. A. (2016). **Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study underpinned by innovation concepts**. Waterloo: University of Waterloo.

Ikkala, T., & Lampinen, A. (2015, February). **Monetizing network hospitality: Hospitality and sociability in the context of Airbnb**. Proceedings of the 18th ACM conference on computer supported coorperative work & social computing, pp. 1033-1044.

J. Vermanen. (2014, juli 18). **Dé Airbnb'er is jonge vrijgezel in centrum van grote stad**. Opgehaald van NU.nl: http://www.nu.nl/weekend/3829539/airbnber-jonge-vrijgezel-in-centrum-van-grote-stad.html

Kaplan, R. A., & Nadler, M. L. (2015). **Airbnb: A case study in occupancy regulation and taxation**. U. Chi. L. Rev. .

Klein, K. P. (2015). **Particuliere verhuur**. Opgehaald van https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/3348207/1/RIS289660%20Particuliere%20vakantieverhuur

Milikowski, F. (2016). **Onderzoek: De macht van Airbnb. Een luchtbedje met ontbijt**. De Groene Amsterdammer.

O'Neill, J., & Ouyang, Y. (2016). **From Air Mattresses to Unregulated Business: An Analysis of the Other Side of Airbnb**. University Park: The Pennsylvania State University.

Oskam, J. (2017). **Airbnb. Wat we niet mogen weten**. Hospitality Management(1), 34-39.

Oskam, J., & Boswijk, A. (2016). **Airbnb: the future of networked hospitality businesses.** Journal of Tourism Futures, 22-42.

Slee, T. (2015). **What's yours is mine. Against the sharing economy**. New York/London: OR Books.

Smiling Host. (sd). Opgehaald van Smiling Host: http://smilinghost.nl/

Stadsontwikkeling gemeente Rotterdam. (2016). **Concept: Rotterdam aan Zee. Een toeristisch recreatief ontwikkelperspectief voor Hoek van Holland**. Rotterdam.

Verhaak, L. (2016). **Research report. Airbnb in Zandvoort**. Den Haag: Hotelschool The Hague.

Vermanen, J., & Bos, M. v. (2016, May 27). **Airbnb aan de kust: Woningdelen verovert de periferie van Nederland**. Opgehaald van Nu.nl: http://www.nu.nl/weekend/4268162/airbnb-kust-woningdelen-verovert-periferie-van-nederland.html

Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2013). **The rise of the sahring economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry**. Boston U. School of management Research paper.

Zervas, G., Proserpio, D., &Byers, J. (2015). **A first look at online reputation on Airbnb, where every stay is above average**.

KENNISCENTRUM KUSTTOERISME

HOTELSCHOOL THE HAGUE
Hospitality Research

Kenniscentrum Kusttoerisme is onderdeel van:

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Deze publicatie is mogelijk gemaakt door:

Provincie Zeeland