

Etnische discriminatie van verhuurders op Airbnb in Amsterdam

*De invloed van etniciteit en het effect van reputatiesystemen op het vertrouwen bij het boeken
van een Airbnb accommodatie.*

Bachelorproject Sociologie
Faculteit Sociale Wetenschappen
Utrecht University
Cecille van den Akker (5554934)
Scriptiebegeleider: Judith Kas
Tweede beoordelaar: Jelle Lössbroek
13 juni 2019



Utrecht University

Abstract

In dit onderzoek is gekeken naar de invloed van etniciteit en het effect van reputatiesystemen op het vertrouwen bij het boeken van een Airbnb accommodatie. Om de onderzoeksvraag en de hypothesen te toetsen is er gebruik gemaakt van de data van InsideAirbnb. De verwachting is dat verhuurders met een niet-Westerse achtergrond vaker discriminatie ervaren en daarom minder geboekt worden. Het aantal reviews dat iemand ontvangt zou naar verwachting ook invloed hebben op het aantal boekingen en zou het hebben van meer reviews het verwachte verschil tussen Westerse en niet-Westerse verhuurders verkleinen. Resultaten laten zien dat het hebben van meer reviews invloed heeft op het aantal boekingen die een verhuurder op Airbnb ontvangt. In dit onderzoek zijn geen verschillen gevonden in het aantal boekingen tussen verhuurders met een Westerse en niet-Westerse achtergrond.

Kernwoorden: vertrouwen, etniciteit, discriminatie, reputatiesystemen

INLEIDING

Tegenwoordig is de samenleving gegroeid en meer geavanceerd geworden. Sinds 2012 is het gebruik van het internet en de daarbij horende apparaten gestegen in Nederland (CBS, 2018). Binnen de deeleconomie zijn veel online platforms ontwikkeld die als media functioneren voor het delen van goederen en diensten tussen verschillende consumenten. Initiatieven binnen de deeleconomie zoals Uber, Snappcar en Airbnb dragen bij aan het idee van de deeleconomie, waarvan het online platform Airbnb het grootste voorbeeld is. Dit platform is opgericht in 2008 met de intentie om een wereld te creëren waar iedereen overal kan reizen op een authentieke, lokale, diverse en duurzame wijze (Airbnb, z.d.). Airbnb biedt toegang tot meer dan 5 miljoen accommodaties in meer dan 81.000 steden en 191 landen. Airbnb geeft aan op een toegankelijke manier mensen met elkaar te verbinden. Echter, hebben enkele onderzoekers in de Verenigde Staten bewijs gevonden dat er sprake is van discriminatie van verhuurders op Airbnb (Edelman & Luca, 2014). Verhuurders met een ‘zwart’ profiel werden minder vaak geboekt dan verhuurders met een ‘wit’ profiel.

Het beoordelen van een profiel van een accommodatie kan positieve en negatieve invloed hebben op de keuze van een potentiële huurder. Enerzijds plaatsen huurders en verhuurders hun naam en foto op hun openbare profiel. Dit kan leiden tot een toename in vertrouwen, maar ook tot discriminatie (Edelman & Luca, 2014). Anderzijds maakt Airbnb ook gebruik van een reputatiesysteem. Huurders delen hun ervaringen in reviews over de accommodatie. Dit zou ervoor moeten zorgen dat mensen een beter beeld hebben van de betrouwbaarheid van de accommodatie. Een reputatiesysteem kan ervoor zorgen dat potentiële huurders meer vertrouwen krijgen in de verhuurder en de accommodatie (Abrahao et al., 2017). De huurder heeft dus altijd de mogelijkheid om bepaalde eigenschappen van een Airbnb profiel te vergelijken en de keuze om een accommodatie te boeken. Dit onderzoek zal zich focussen op de keuze van huurders om al dan niet voor een bepaalde accommodatie te kiezen en zal daarbij ook kijken of discriminatie tegenwoordig ook te zien is op het online platform van Airbnb in Amsterdam.

Airbnb heeft ook in Nederland een ontzettende groei doorgemaakt. Van alle steden in Nederland is Amsterdam de meest populaire stad, met de meeste aangeboden accommodaties (Simon, 2018). Sinds 2013 is het aantal toeristen dat via Airbnb een accommodatie in Amsterdam huurt meer dan vertienvoudigd, wat resulteerde in een oppepper van de Amsterdamse economie van bijna 400 miljoen euro (De Waard, 2016). In 2013 verhuurde

Airbnb kamers aan respectievelijk 60.000 mensen, in 2015 lag dit aantal op 575.000 en in 2018 is dit aantal gestegen naar 800.000 mensen (Keultjes, 2018).

Dit onderzoek bouwt voort op bestaande literatuur. In voorgaande onderzoeken is er gekeken of er sprake is van discriminatie binnen Airbnb in de Verenigde Staten (Edelman & Luca, 2014; Kakar et al., 2016). Ook is er onderzoek gedaan naar discriminatie van huurders die door verhuurders van accommodatie zijn afgewezen (Edelman, Luca & Svirsky; 2017). Het is daarom interessant om te onderzoeken of er ook sprake is van discriminatie naar de verhuurder toe. Echter, binnen het wetenschappelijke onderzoeksveld is niet veel onderzoek gedaan naar de mate van discriminatie binnen Airbnb in Amsterdam. De Nederlandse situatie zal waarschijnlijk niet overeenkomen met de Verenigde Staten. Het is daarom interessant om te kijken naar welke mechanismen het vertrouwen in Airbnb verhuurders beïnvloed in Nederland. Dit onderzoek focust zich op het verschil in groepen met een Westerse en Niet-Westerse achtergrond in Nederland. Er is veel onderzoek gedaan naar de sociale en economische ongelijkheid van deze groepen. Dit gaat vaak gepaard met de inkomensverschillen of de verschillen op de maatschappelijke ladder (Andriessen et al., 2012; Andriessen et al., 2014). Daarom is het belangrijk om onderzoek te doen naar de verschillen tussen verschillende bevolkingsgroepen op een ander nieuw terrein, het online platform Airbnb.

Dit onderwerp speelt in op het hedendaagse maatschappelijke debat over de structurele achterstandspositie van verschillende bevolkingsgroepen in Nederland (Huijnk & Andriessen, 2016). Airbnb wordt vaak gezien als een oplossing en zou kunnen bijdragen aan het verkleinen van de economische ongelijkheid tussen verschillende bevolkingsgroepen, maar op dit moment is er veel tegenbewijs. Dit onderzoek probeert erachter te komen wat de huidige situatie is in Amsterdam. Wanneer dit gegeven verklaard kan worden, zou hier eventueel gekeken kunnen worden naar een beleid omtrent de probleemstelling die in dit onderzoek centraal staat.

De vraag die centraal staat in dit onderzoek is: *“In hoeverre ontvangen verhuurders op Airbnb met een niet-Westerse achtergrond minder boekingen dan verhuurders met een Westerse achtergrond en in hoeverre heeft reputatie invloed op dit effect?”*

In dit onderzoek zal allereerst een theoretisch kader worden geschetst. Hierin zal voorgaand onderzoek uiteen worden gezet en vervolgens zullen uit dit kader hypothesen afgeleid worden. Vervolgens zullen er, met behulp van de data van Inside Airbnb, hypothesen getoetst worden. Aan de hand van de resultaten zal er een conclusie worden getrokken. Ten slotte zal in de discussie eventuele tekortkomingen van dit onderzoek besproken worden en zullen er suggesties gegeven worden voor vervolgonderzoek en beleidsbepalingen.

THEORETISCH KADER

De afgelopen jaren is het begrip ‘deeleconomie’ niet meer weg te denken uit onze consumptiemaatschappij. In de deeleconomie wordt voornamelijk gebruik gemaakt van online platforms, die gebaseerd zijn op het fenomeen dat consumenten hun onbenutte consumptiegoederen en diensten op lokale schaal delen, eventueel tegen betaling (Crabbé, 2017; Meelen en Frenken, 2014; Frenken e.a., 2015). Volgens deze definitie gaat het dus om goederen of diensten die gedeeld kunnen worden met andere consumenten. Deze goederen en diensten zouden zodoende het gebruik bevorderen en beter worden benut (Botsman & Rogers, 2010). Binnen de deeleconomie wordt ook vaak gesproken over het concept ‘peer-to-peer’, waarbij verschillende online platforms mensen in contact brengen met als doel hun goederen en services te delen, te verspreiden en te hergebruiken (Mathews, 2014). Daarnaast zouden deze online platforms de circulaire economie vergroten, milieuproblemen tegengaan en economische ongelijkheid verkleinen (Mathews, 2014). Dit theoretisch kader probeert te verklaren in welke gevallen huurders de keuze maken een accommodatie te boeken en of er sprake is van bevooroordeelde keuzes.

Vertrouwen

Vertrouwen is een belangrijk begrip binnen de deeleconomie (Bureau, 2015). Gebruikers van zowel de aanbod- als de vraagkant kunnen negatieve gevolgen ervaren wanneer een van de partijen opportunistisch handelt (Ter Huurne et al., 2017). In het geval van Airbnb kunnen huurders aan de ene kant risico ervaren door bij een onbekende te verblijven. Huurders weten in principe niet met wie zij te maken hebben en weten daarbij ook niet of de accommodatie biedt wat zij ervan verwachtten. Aan de andere kant bestaat er voor de verhuurders een gevaar dat er niet zorgvuldig met de accommodatie wordt omgegaan (Ter Huurne et al., 2017). Vertrouwen wordt in de literatuur gedefinieerd als: “De bereidheid van een van de partijen om zich kwetsbaar op te stellen op basis van de veronderstelling en

verwachting dat de ander een bepaalde actie zal uitvoeren die belangrijk is voor de aanbieder, ongeacht de mogelijkheid om elkaar te controleren” (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995). Deze definitie kan ook toegepast worden op vertrouwen binnen de deeleconomie en specifiek in het voorbeeld Airbnb. Deze vertrouwenssituatie wordt een sociaal dilemma genoemd. Wanneer beide partijen elkaar vertrouwen, zal dat resulteren in de best mogelijke uitkomsten voor beide partijen. Wanneer er geen vertrouwen plaatsvindt of een van de twee partijen misbruik maakt van het vertrouwen, zal dat resulteren in de slechtst mogelijke uitkomst voor een van de partijen of beide partijen (Buskens & Raub, 2002). In dit onderzoek zullen we dieper ingaan op de mechanismen die tot vertrouwen leiden. Wat zorgt ervoor dat we tijdens een transactie op Airbnb de verhuurder vertrouwen?

In het onderzoek van Riegelsberger et al. (2005) wordt een situatie geschetst waarin een consument/huurder (de trustor) en een aanbieder/verhuurder (de trustee) voor het eerst in contact komen via het platform. Vervolgens wordt er gekeken naar variabelen die het vertrouwen van de consument eventueel kunnen beïnvloeden. De auteur geeft aan dat de consument beïnvloed kan worden door de context en intrinsieke eigenschappen van de trustee. Bovendien kunnen beide eigenschappen ook zorgen voor beloningen en straffen en zodoende een aanbieder dwingen tot betrouwbaar gedrag (Riegelsberger et al., 2005). Deze situatie wordt ook wel het vertrouwensprobleem genoemd, waarin partijen op Airbnb beschikken over asymmetrische informatie (Ba & Zhang, 1999). Dit onderzoek richt zich voornamelijk op de asymmetrische informatie over de verhuurder en de accommodatie die wordt verhuurd. Vertrouwen kan moeilijk zijn om op te bouwen binnen platformen van de deeleconomie, waar men te maken heeft met asymmetrische informatie over de kwaliteit van het product (Zervas et al., 2015). In het onderzoek van George Akerlof (1970) wordt een situatie geschetst waarin duidelijk wordt gemaakt wat de gevolgen zijn van asymmetrische informatie. Hij gebruikt daarbij een simpele metafoor van de markt waarbij kopers van slechte tweedehandse auto's geen informatie bezitten over de kwaliteit van een tweedehandse auto. De verkoper daarentegen heeft deze informatie wel en zal proberen een zo hoog mogelijke prijs te vragen. Volgens de auteur zou dit voorkomen kunnen worden wanneer er gebruik wordt gemaakt van tussenpersonen, die wel over deze informatie beschikken en de kwaliteit en prijs van dit product kunnen bevestigen. Huurders kunnen op Airbnb risico lopen een slecht of vies appartement te huren en zullen daarom gebruik gaan maken van de informatie die beschikbaar is op het platform. De keuze voor het boeken van een Airbnb accommodatie kan ook gebaseerd worden op foto's en de naam van de verhuurder.

Discriminatie

Het verklaren van verschillen tussen het aantal boekingen van een accommodatie kan gerelateerd zijn aan sociale ongelijkheid. Discriminatie-theorieën stellen dat er sprake is van een ongelijke behandeling van mensen die deel uitmaken van een etnische minderheid in vergelijking met mensen die behoren tot de etnische meerderheid in een land (Van Tubergen, Maas & Flap, 2004). Het Sociaal en Cultureel Planbureau heeft in 2014 een rapport uitgebracht dat de ervaren discriminatie in Nederland onderzocht. Ongeveer een kwart van de Nederlanders ervaarde discriminatie in de twaalf maanden voor het onderzoek (Andriessen et al., 2014). In dit onderzoek was ook te zien dat de grootste groep mensen gediscrimineerd wordt op basis van etnische herkomst en huidskleur. Uit verschillende onderzoeken is gebleken dat achterstanden op verschillende maatschappelijke disciplines het gevolg zijn van discriminatie van migranten en hun nakomelingen (Andriessen et al., 2012; Nievers & Andriessen, 2010). Nievers & Andriessen (2010) toonden aan dat mensen met een Arabisch klinkende achternaam verkleinde kansen hebben in een sollicitatieproces. Ook binnen uitzendbureaus wordt aan mensen met een migratieachtergrond minder vaak werk aangeboden dan werkzoekenden zonder migratieachtergrond met hetzelfde cv (Andriessen et al., 2012). Nederlanders met een Marokkaanse, Turkse, Surinaamse of Antilliaanse achtergrond behoren tot de grootste groepen niet-westerse migranten in de Nederlandse samenleving (Andriessen et al., 2012).

Discriminerend gedrag kan voortkomen uit een negatieve houding tegen mensen die deel uitmaken van een etnische minderheid, stereotypes, of vooroordelen (Pager en Shepherd, 2008). In de sociologie wordt discriminatie vaak verklaard in een perspectief van inter-groepconflicten van verschillende etniciteiten (Andriessen et al., 2012). Discriminatie kan hierbij ontstaan omdat verschillende groepen met elkaar gaan concurreren om schaarse middelen en/of zich bedreigd voelen op een symbolische manier (Crocker, Major & Steele, 1998). Discriminatie jegens een andere groep tijdens het boeken van een Airbnb accommodatie kan zich voordoen in het feit dat mensen graag een accommodatie willen boeken of verhuren van en aan iemand waar hij/zij zich mee identificeert. Zo zouden mensen zonder migratieachtergrond sneller kiezen voor een accommodatie met een verhuurder die op de huurder lijkt.

Dit lijkt hand in hand te gaan met sommige opvattingen binnen de sociale psychologie. Discriminatie, stereotypering en vooroordelen worden gezien als een uitkomst van sociale categorisatie (Andriessen et al., 2012). Mensen hebben de neiging om zichzelf in een sociale categorie te plaatsen om het leven minder complex te maken (Allport, 1954). Dit kan ook

negatieve uitkomsten hebben. Verschillen tussen categorieën lijken groter te zijn en individuen binnen een categorie lijken veel met elkaar gemeen te hebben. Deze perceptie zorgt voor vooroordelen en in het ergste geval voor discriminatie. Stereotypering kan ervoor zorgen dat mensen een bepaalde perceptie van een andere groep hebben en daardoor kiezen voor een accommodatie op Airbnb met een verhuurder die binnen hun sociale categorie past.

De keuzes van een huurder worden beïnvloed door het product en haar eigenschappen, zoals de grootte van het appartement, prijs en de locatie, maar ook door de eigenschappen van de verhuurder van de accommodatie, zoals reputatie en fysieke verschijning (Ert et al., 2016). Volgens het onderzoek van Ert et al. (2016) is het effect van de eigenschappen van het 'product' groter, maar is er daadwerkelijk ook een effect gevonden van de reactie van consumenten op de fysieke verschijningen van verhuurders. Dit zou te maken hebben met het creëren van vertrouwen in de verhuurder. De auteurs hebben hiervoor een conceptueel framework gemaakt, dat laat zien dat vertrouwen in een accommodatie en de uiteindelijke boeking op twee manieren gepaard gaat. Allereerst zou non-visuele informatie over de verhuurder zijn reputatie bepalen. Dit zou kunnen via reviews die mensen achteraf schrijven over hun verblijf in de accommodatie, maar ook de persoonsbeschrijvingen en beschrijving van de accommodatie geeft de huurder informatie. Daarnaast zou visuele informatie een rol spelen in de beslissing of de huurder de verhuurder vertrouwt.

In het onderzoek van Edelman & Luca (2014) is al gebleken dat er sprake is van discriminatie op Airbnb in de Verenigde Staten. Hierbij geven de auteurs mogelijke verklaringen voor discriminatie, waarbij '*taste-based discrimination*' en '*statistical discrimination*' naar voren kwamen. '*Taste-based discrimination*' is discriminatie waarbij de huurder een persoonlijke afkeer ervaart tegen de etnische groep van de verhuurder. Discriminatie kan ook tot uiting komen wanneer huurders bepaalde assumpties maken over de kwaliteit van de accommodatie. Deze zouden in de ogen van een huurder slechter zijn voor een bepaalde etniciteit van de verhuurder. Dit wordt ook wel '*Statistical discrimination*' genoemd. Mensen linken etniciteit aan bepaalde kenmerken die lastig te observeren zijn. Een voorbeeld hiervan is betrouwbaarheid. De betrouwbaarheid van een persoon is lastig in te schatten, wat resulteert in het ontwikkelen van bepaalde opvattingen over de gemiddelde betrouwbaarheid van mensen met een andere etnische achtergrond. Om een oordeel te vellen over de betrouwbaarheid van mensen helpt informatie over etniciteit.

In een vervolgonderzoek van Edelman et al. (2017) werd gekeken naar de verschillende mogelijke mechanismen van discriminatie. Hierbij werden verschillende namen gebruikt bij het boeken van een accommodatie. Dit experiment resulteerde nogmaals in een bevestiging van de aanwezigheid van discriminatie. Mensen met een naam die voor ‘witte’ mensen typerend was, werden vaker door Airbnb verhuurders geaccepteerd dan mensen met een ‘zwarte’ naam. Een andere uitkomst van het onderzoek was dat discriminatie verminderd werd nadat mensen in contact kwamen met een ‘zwart’ persoon. Wanneer een accommodatie wordt geboekt door een ‘zwarte’ persoon en daar een positieve ervaring mee heeft gehad, zal deze persoon sneller een ‘zwarte’ huurder accepteren (Edelman et al., 2017).

De gegevens van bovenstaande onderzoeken kunnen op Nederlands niveau ook verschillen verklaren. Zo zou een niet-Westerse naam van verhuurders van accommodaties op Airbnb gepaard gaan met minder gevoel van betrouwbaarheid en kunnen er negatieve assumpties gelinkt zijn aan bepaalde etnische bevolkingsgroepen. Het bovenstaande heeft tot de volgende hypothese geleid:

Hypothese 1: Verhuurders van accommodaties op Airbnb met een niet-Westerse naam zullen minder vaak geboekt worden dan verhuurders op Airbnb met een Westerse naam.

Reputatie

Naast profielfoto's en namen van de verhuurders maken huurders en verhuurders ook gebruik van een reputatiesysteem op Airbnb. Op deze manier probeert Airbnb vertrouwen te creëren (Airbnb, 2014). Een reputatiesysteem binnen Airbnb houdt in dat huurders en verhuurders door middel van een ‘*star rating system*’ elkaar en de accommodatie kunnen beoordelen. Bij het beoordelen van een accommodatie worden verschillende punten beoordeeld zoals algemene ervaring, netheid, nauwkeurigheid, waarde, communicatie, aankomst en locatie (Airbnb, 2016b). Door middel van het ratingsysteem en reviews die mensen achterlaten, zijn de deelnemers afhankelijk van hun online reputatie. Ratings en reviews kunnen potentiële huurders inzicht geven of een verhuurder te vertrouwen is of niet. Dit is gebaseerd op de reviews die zijn geschreven en wordt aangevuld met informatie door een persoon die de accommodatie in het verleden geboekt heeft met zijn eigen ervaringen over de accommodatie. Deze vorm van reputatie kan invloed hebben op de keuze of de deelnemers een transactie met elkaar aangaan (Buskens & Raub, 2002). Reviews zijn binnen dit systeem een significante factor voor het gedrag van consumenten (Zervas et al., 2015).

Het is belangrijk om te kijken hoe reputatie ontstaat. In het onderzoek van Buskens en Raub (2002) zijn twee mechanismen belangrijk: *learning* en *control*. *Learning* en *control* hebben namelijk invloed op het vertrouwen dat mensen in elkaar hebben. Dit is gebaseerd op twee levels, een transactie tussen twee mensen, een dyade transactie, of binnen een netwerk (Buskens & Raub, 2002). Er ontstaan hier 4 verschillende effecten op het verkrijgen van vertrouwen. Het hebben van controle van de huurder speelt mee in het vertrouwen van de tegenpartij. Vaak voelen verhuurders korte termijn prikkels om bijvoorbeeld misbruik te maken van de huurders, maar heeft dat op lange termijn negatieve invloed op de reputatie van de verhuurder.

Het effect van *control* binnen een dyade transactie wordt ontwikkeld door eventuele sancties van de huurder wanneer het vertrouwen gebroken wordt (Buskens & Raub, 2002). Deze controle zou ervoor zorgen dat verhuurders het vertrouwen van de huurders niet willen schaden om eventuele sancties te vermijden. Binnen een netwerk gaat het om sancties van derde partijen die misbruik kunnen tegengaan. Het beleid van Airbnb geeft veelal aan hun verhuurders te controleren op de accommodaties en zorgt ervoor dat iedere transactie gecontroleerd wordt tot de betaling. Mensen die een boeking willen doen via Airbnb krijgen door dit gegeven meer vertrouwen in de verhuurders en zouden door deze controle eerder kunnen boeken.

Door middel van *learning* binnen een dyade zou vertrouwen opgewekt worden door persoonlijke ervaringen met de andere partij (Buskens & Raub, 2002). Een huurder op Airbnb zou een accommodatie in het verleden geboekt kunnen hebben en een prettige ervaring hebben gehad met een verhuurder. De huurder heeft van deze situatie geleerd en zal niet meer twijfelen om deze accommodatie nogmaals te boeken in de toekomst. Een positieve ervaring bij het huren van een positief ervaren accommodatie kan leiden tot het meer vertrouwen van de verhuurder en de kans op het boeken van de accommodatie kunnen vergroten. Binnen een netwerk zijn derde partijen erg belangrijk, in dit geval vormen de andere huurders een netwerk. Andere personen binnen het Airbnb netwerk hebben hun ervaringen gedeeld via reviews en kunnen eventuele nieuwe huurders meer informatie bieden. Deze reviews zijn zichtbaar voor eventuele nieuwe boekers en op basis van deze informatie kan een huurder de keuze maken om ook over te gaan op boeken (Dellarocas, 2010).

Het reputatiesysteem van Airbnb heeft een respons van 70%. Dat wil zeggen, van alle boekingen op Airbnb laat 70% van de mensen een review achter (Fradkin, Grewal & Holtz,

2017; Quattrone et al., 2016). Daarnaast zou een reputatiesysteem een oplossing zijn in het vertrouwen van een transactie tussen twee onbekende deelnemers (Ter Huurne et al., 2017).

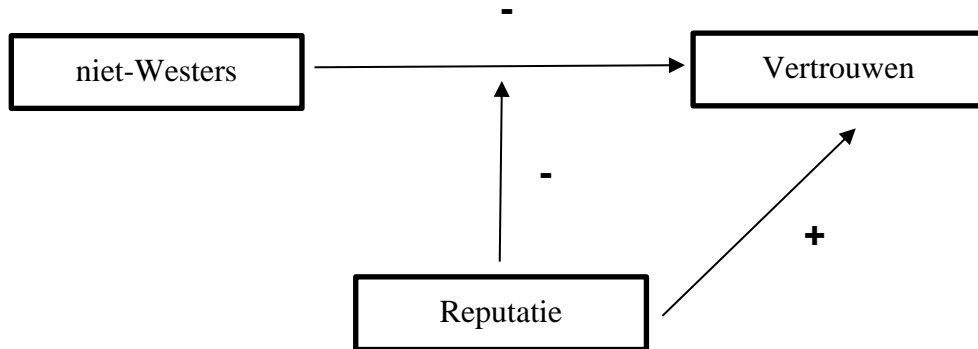
Toch zit er een kanttekening aan het reputatiesysteem van Airbnb. In meerdere onderzoeken werd duidelijk dat bijna 95% van de Airbnb-accommodaties een gemiddelde door gebruikers gegenereerde beoordeling van 4,5 of 5 sterren (het maximum) biedt; vrijwel geen accommodaties hebben minder dan 3,5 sterren (Taubner & Glaser, 2018; Zervas et al., 2015). Dit zou kunnen betekenen dat het onderzoek op het effect van reputatie op vertrouwen scheve uitkomsten kan hebben. In dezelfde onderzoeken werd ook duidelijk dat accommodaties met een slechte reviews vaak het platform verlaten. Daarom is gekozen om in dit onderzoek te kijken naar het aantal reviews dat een persoon ontvangt en of deze invloed hebben op het vertrouwen. Dit heeft tot de volgende hypothese geleid:

Hypothese 2: Hoe meer reviews een verhuurder van een accommodatie op Airbnb ontvangt, des te vaker deze accommodatie geboekt wordt, des te groter het vertrouwen in de verhuurder van een accommodatie is.

Interactie

Toch lijkt Airbnb van mening te zijn dat hun online platform discriminatie juist minimaliseert (Airbnb, z.d.). Online platforms, zoals Airbnb, zouden het perfecte middel kunnen zijn om etnische effecten tegen te gaan. Als huurder hebben we informatie van een verhuurder dat verder gaat dan hun naam of foto. Airbnb geeft namelijk ook informatie weg door middel van reviews die mensen kunnen achterlaten en de algemene rating die de verhuurder heeft. Reviews en ratings van de verhuurder zouden een afzwakkend effect kunnen hebben op discriminatie op Airbnb. Dit zou betekenen dat huurders relevantere en specifiekere informatie over de betrouwbaarheid van verhuurder hebben en zullen zij minder geneigd zijn om te oordelen over de foto of een naam van de verhuurder. In Figuur 1 is deze moderatie in een model weergegeven. Echter, uit voorgaande onderzoeken is gebleken dat het niet zeker is wat additionele informatie doet met etnische discriminatie (Ahmed, Andersson & Hammarstedt, 2010; Nunley, Owens & Howard, 2011). Dit heeft tot de volgende hypothese geleid:

Hypothese 3: Verhuurders op Airbnb met meer reviews en een niet-Westerse achtergrond ondervinden meer vertrouwen en daarbij meer boekingen dan verhuurders met minder reviews en een niet-Westerse achtergrond.



Figuur 1. Het effect van niet-Westerse verhuurders op vertrouwen met een modererend effect van reputatie

DATA EN METHODEN

Data

Om het effect van etniciteit en reputatiesystemen op het vertrouwen in de verhuurder op Airbnb te testen, wordt in dit onderzoek gebruik gemaakt van Inside Airbnb (<http://insideairbnb.com>) data. Inside Airbnb is een onafhankelijke organisatie die informatie over Airbnb accommodaties verstrekt over grote steden in de hele wereld. In dit onderzoek wordt alleen gebruik gemaakt van de data van Amsterdam die op 31 januari 2019 zijn verzameld. De dataset bevat alle beschikbare informatie over de verhuurders en de listings die op Airbnb staat, verhuurders die voor die tijd het platform hebben verlaten staan niet in de dataset. Deze dataset bevat niet alle informatie, zo weten we alleen de naam van de verhuurder en de data waarop reviews geschreven zijn. We weten niet precies welke etniciteit de verhuurder heeft en hoe vaak accommodaties geboekt zijn.

Variabelen

Aantal boekingen

De afhankelijke variabele ‘aantal boekingen’ kan worden gemeten door het aantal reviews die een verhuurder heeft ontvangen in 2018. Ook over deze variabele is geen complete openheid van informatie vanuit Airbnb. Het aantal reviews zou een schatting kunnen geven voor het aantal boekingen die zijn gedaan op Airbnb. Airbnb geeft aan dat 70% van de huurders een review achterlaten na het hebben geboekt van de accommodatie. Dit gegeven zal worden gebruikt om het aantal boekingen in 2018 te schatten. Dit betekent dat het aantal reviews met 1.43 te vermenigvuldigen ($1/0.70$), een belangrijke aanname is dat alle verhuurders in dezelfde mate reviews ontvangen. Op deze manier worden reviews omgerekend naar aantal boekingen, om zo het vertrouwen te conceptualiseren.

Etniciteit

Etniciteit is de onafhankelijke variabele in dit onderzoek. Hier wordt rekening gehouden met iedereen die beschikt over een Nederlandse, Westerse, Marokkaanse, Turkse, Caribische en niet-Westerse achtergrond. Deze verschillende bevolkingsgroepen zullen in dit onderzoek in twee groepen gecategoriseerd worden, namelijk mensen met een Westerse achtergrond en mensen met een niet-Westerse achtergrond. De data van Airbnb Inside beschikken geen variabele ‘etniciteit’, maar deze is aangemaakt op basis van de naam van de verhuurder van de accommodatie. Deze variabele is aangemaakt door gebruik te maken van gegevens van de Gemeentelijke Basisadministratie. De data van de Gemeentelijke

Basisadministratie bevatten informatie over hoeveel Nederlanders met een bepaalde naam ouders hebben die bijvoorbeeld in Nederland en andere landen geboren zijn. Aan de hand van deze informatie is berekend welk percentage van mensen met een bepaalde naam een bepaalde achtergrond of etniciteit heeft. Aan de hand van deze informatie kan er gekeken worden naar hoe groot de kans is dat een verhuurder tot een bepaalde etniciteit behoort. Deze variabele neemt voor de groep ‘Westerse achtergrond’ mensen met een Nederlandse en niet-westerse achtergrond mee en ‘niet-Westerse achtergrond’ mensen met een Turkse, Marokkaanse, Caribische en niet-Westerse migratieachtergrond mee. In dit onderzoek hanteren we een marge van >50% om een persoon te categoriseren of een persoon tot een westerse of niet-westerse achtergrond behoort. Dit betekent dat namen een bepaald percentage aan zijn naam heeft gekoppeld, dit percentage ligt tussen de 0% en 100%. Wanneer de naam van een participant 50% of hoger gefractureerd is, valt diegene in die categorie. Dit zorgt er wel voor dat bepaalde informatie foutief zal zijn, omdat de geschatte etniciteit anders is dan de werkelijke etniciteit van een verhuurder. Een persoon met een Marokkaanse achtergrond, maar Nederlandse naam zal onder de categorie ‘Westers’ vallen.

Reputatie

De onafhankelijke variabele reputatie kan worden gemeten aan het aantal reviews die een verhuurder heeft ontvangen voor 2018. Dit onderzoek vraagt zich af of het aantal reviews dat een verhuurder ontvangen heeft, het aantal boekingen in de toekomst kan beïnvloeden. In dit geval wordt er gekeken naar het aantal reviews voor 2018 en het aantal boekingen in 2018. Omdat de data die Airbnb vrijgeeft vrij gelimiteerd is, kunnen we in dit onderzoek niet zien welke reviews zij ontvangen. Reviews geven eventuele nieuwe huurders inzicht over de algehele ervaring, locatie, waarde en communicatie van een accommodatie. Ook kunnen er verschillen ratings gegeven worden, deze schaal gaat van 1 tot 5 sterren. Zoals eerder benoemd, kan de hoogte van een rating niet worden gegeven en weten we niet of een review positief of negatief is. Wat wel bekend is dat vrijwel alle reviews die achtergelaten worden positief zijn (Teubner et al. 2017; Zervas et al. 2015). In dit onderzoek wordt er gekeken naar het aantal reviews dat een verhuurder heeft ontvangen voor 2018. Bij deze variabele nemen we aan dat het aantal reviews een beeld geeft over de reputatie van een verhuurder. Hierbij nemen we aan dat het hebben van meer reviews betekent dat een verhuurder een betere reputatie heeft.

Controlevariabelen

Om de invloed op het aantal boekingen en het vertrouwen te meten, zal er gecontroleerd worden met meerdere variabelen die eventueel invloed hierop kunnen hebben. Dit zal gedaan worden met de prijs van de accommodatie ('price') en de sekse van de verhuurder ('gender').

De controlevariabele 'prijs' is omgezet in een continue variabele, waarbij enkele outliers verwijderd zijn. Dit ging om de accommodaties met de prijs €0,-; €8000,- en €8500,-. Na het verwijderen van de outliers, was de distributie van deze variabelen erg breed (€8,- tot €5000,-). Daarom is ervoor gekozen deze variabele met een logaritme van 10 aan te passen. Dit resulteerde in een meer evenwichtige verdeling van de variabele. Prijs is als controlevariabele gekozen, omdat dat een van de belangrijkste beweegredenen kan zijn voor mensen om een accommodatie te boeken of niet.

De tweede controlevariabele is 'geslacht'. De variabele geslacht is omgezet in een dummy-variabele die is onderverdeeld in man en vrouw (vrouw = 1). Deze variabele is gehercodeerd naar een dichotome variabele, waarbij 0%-49.9% gecategoriseerd wordt als 'man' en 50%-100% gecategoriseerd wordt als 'vrouw'. Er is voor de variabele 'geslacht' gekozen, omdat in enkele onderzoeken aangegeven wordt dat het geslacht van de verhuurder invloed kan hebben op het boeken van een accommodatie (Ert et al., 2016). Vrouwen zouden in vele gevallen vaker worden vertrouwd, bij het bekijken van het profiel van de verhuurder. Het is daarom belangrijk om het geslacht van de verhuurder mee te nemen als controlevariabele in dit onderzoek.

Methoden

Om de hypothesen te toetsen zal gebruik worden gemaakt van een meervoudige lineaire regressieanalyse. Bij de eerste toetsing is vertrouwen de afhankelijke variabele en etniciteit de onafhankelijke variabele. De modellen waarin het vertrouwen als afhankelijke variabele wordt gemeten, worden stap voor stap opgebouwd. Het eerste model toetst het effect van etniciteit op het aantal boekingen. Deze toets zal de etnische verschillen in het aantal boekingen weergeven met toegevoegd de controlevariabelen, zoals de prijs van de accommodatie en het geslacht van de verhuurder. Vervolgens zal een model getoetst worden waarin alleen reputatie de onafhankelijke variabele is en het aantal boekingen de afhankelijke variabele. In het laatste model wordt er gekeken of er sprake is van een interactie-effect. Hierbij wordt onderzocht of

het toevoegen van een interactievariabele of het mogelijke effect van etniciteit verandert wanneer een verhuurder meer reviews heeft.

RESULTATEN

In tabel 1 worden de beschrijvende statistieken van de variabelen weergegeven. Met betrekking tot de selectie van de dataset waren een aantal respondenten (verhuurders) niet geschikt om mee te nemen in dit onderzoek. Deze respondenten hadden bijvoorbeeld missings voor de variabele etniciteit. Tabel 1 laat de groep respondenten zien die overblijft na het selecteren van de verhuurders op Airbnb die op alle variabelen een geldige waarde hebben. De variabele etniciteit valt gelijk op. Zo is te zien dat het gemiddelde aantal westerse mensen uitermate hoog is in vergelijking met de niet-westerse groep. Er is gekozen om deze variabele te operationaliseren naar dummies (Westers/niet-Westers), het labelen van een bepaalde etniciteit bij een fractie van 50% of hoger. Verder zijn er geen bijzondere observaties gedaan. Na het toevoegen van alle variabelen, komt het totale aantal Airbnb verhuurders (respondenten) dat meegenomen zal worden in de analyse neer op 14349 personen.

Tabel 1.
Beschrijvende statistieken

	Min	Max	Gemiddelde	S.D
Etniciteit (0=niet-westers/ 1=westers)	0	1	0.98	0.12
Reputatie (Reviews voor 2018)	0	510	13.85	35.00
Vertrouwen (Aantal reviews in 2018)	0	228,80	8.04	17.70
Prijs	8	5000	151.19	112.66
Prijs logaritme	0.90	3.70	2.12	0.21
Geslacht (0=man/1=vrouw)	0	1	0.47	0.50

Noot: N= 14349

Om de invloed van etniciteit en reputatie op het vertrouwen te onderzoeken, is gebruik gemaakt van meerdere regressieanalyses. In Tabel 2 zijn de regressieanalyses weergegeven waarbij het vertrouwen en daarbij het aantal boekingen de afhankelijke variabele is. Deze tabel

is stapsgewijs opgebouwd, waarbij elke onafhankelijke variabelen apart van elkaar zijn getoetst, gevolgd door een regressie met een interactie-effect.

Allereerst is er getoetst of accommodaties van verhuurders met een niet-Westerse achtergrond minder vaak geboekt worden ten opzichte van personen met een westerse achtergrond. In Model I wordt dit effect van etniciteit op het aantal boekingen getoetst en wordt er gecontroleerd door de prijs en sekse van een verhuurder. Na het runnen van de regressie, lijkt er geen sprake te zijn in het verschil in boekingen tussen westerse en niet-westerse personen ($b=1.208$, $t=.971$, $p=.331$). Ongeveer 1.4% van de variëteit in vertrouwen kan verklaard worden aan de hand van Model I ($R^2 = .014$, $F\text{-change} = 65.889$, $p=.331$). Hypothese 1 stelt dat *verhuurders van accommodaties op Airbnb met een niet-Westerse naam zullen minder vaak geboekt worden dan verhuurders op Airbnb met een Westerse naam*, wordt in de dataset niet aangenomen. Uit regressiemodel I blijkt dat er geen sprake is van een effect van etniciteit op het aantal boekingen nadat de controlevariabelen zijn toegevoegd, dit gegeven zorgt ervoor dat hypothese 1 niet wordt bevestigd.

In Model II wordt onderzocht of het aantal reviews voor 2018 invloed heeft op het het aantal boekingen in een Airbnb accommodatie, waarbij de variabelen 'prijs' en 'sekse' mee zijn genomen als controlevariabelen. Er blijkt een positieve significante relatie te bestaan tussen het aantal reviews voor 2018 en het boeken van een accommodatie op Airbnb. Ongeveer 45.3% van de variëteit in vertrouwen kan verklaard worden aan de hand van Model II ($R^2 = .453$, $F\text{-change} = 4075.131$, $p<.001$). Zoals verwacht, leidt het hebben van meer reviews voor 2018 tot meer boekingen in 2018 ($b= .341$; $t= 108.871$; $p<.001$). In het model wordt duidelijk dat na elke geschreven review het aantal boekingen stijgt met 0.341. In principe betekent dit dat per drie geschreven reviews een accommodatie een boeking erbij kan verwachten. Zelfs na het toevoegen van de controlevariabelen 'prijs' en 'sekse' is er bewijs gevonden voor een positief significant effect op het vertrouwen. Dit bevestigt dus de tweede hypothese: *Hoe meer reviews een verhuurder van een accommodatie op Airbnb ontvangt, des te vaker deze accommodatie geboekt wordt, des te groter het vertrouwen in de verhuurder van een accommodatie is.*

In Model III is er gekeken naar de invloed van etniciteit op het aantal boekingen en of dit effect verandert of hetzelfde blijft wanneer een verhuurder meer reviews ontvangt. Ongeveer 45.7% van de variëteit in het aantal boekingen kan verklaard worden aan de hand van Model III ($R^2 = .457$, $F\text{-change} = 2415.691$, $p<.001$). Wanneer we kijken naar het interactie-effect van etniciteit en het aantal reviews voor 2018, zien we dat er geen significant

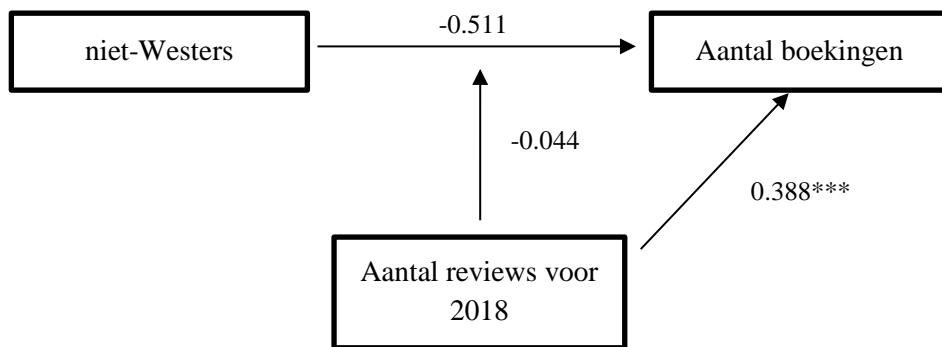
effect is. Er zijn dus geen aanwijzingen dat het effect van reviews voor 2018 verschilt tussen westerse en niet-westerse mensen ($b = -.044$; $t = -1.081$; $p = .280$). Er is dus geen empirisch bewijs dat hypothese 3 *Verhuurders op Airbnb met meer reviews en een niet-Westerse achtergrond ondervinden meer vertrouwen en daarbij meer boekingen dan verhuurders met minder reviews en een niet-Westerse achtergrond*, aangenomen kan worden. In Figuur 2 is deze moderatie visueel weergegeven.

Tabel 2.

Regressiemodel van het effect van etniciteit en reputatie op vertrouwen

	Model I		Model II		Model III	
	B	SE	B	SE	B	SE
Constante	27.882***	1.894	12.800***	1.115	13.226***	1.459
Etniciteit	1.208	1.244			-0.511	0.997
Westers (referentiegroep)						
Niet-Western						
Reviews			0.341***	0.003	0.388***	0.040
Interactie Etniciteit/Reviews					-0.044	0.041
Prijs per nacht	-9.742***	0.702	-4.380***	0.517	-4.364***	0.523
Geslacht (0=man / 1=vrouw)	-0.776**	0.295	-0.466*	0.216	-0.421	0.219
R²		0.014		0.453		0.457

* = $P < .05$; ** = $P < .01$; *** = $P < .001$. Noot: N = 14349



Figuur 2. Moderatie model

CONCLUSIE

In dit onderzoek is getracht antwoord te geven op de vraag: *‘In hoeverre ontvangen verhuurders op Airbnb met een niet-Westerse achtergrond minder boekingen dan verhuurders met een Westerse achtergrond en in hoeverre heeft reputatie invloed op dit effect?’*. Met behulp van de data van InsideAirbnb is in deze studie de invloed van etniciteit en reputatie op het vertrouwen in verhuurders onderzocht. Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden zijn drie hypothesen opgesteld.

Allereerst is onderzocht of verhuurders met een niet-Westerse achtergrond minder snel geboekt worden dan verhuurders met een Westerse achtergrond. Volgens verschillende discriminatie theorieën zouden mensen accommodaties boeken op basis van *‘taste-based discrimination’* en *‘statistical discrimination’*. Hierbij hebben mensen al bepaalde (negatieve) verwachtingen van een groep en zouden ze daarom sneller accommodaties van bepaalde Westerse verhuurders boeken. Ook geven een aantal auteurs in de literatuur aan dat mensen vaak een voorkeur hebben voor mensen die op hen lijken. Deze gegevens leidden tot de eerste hypothese dat verhuurders met een niet-Westerse achtergrond minder snel geboekt zullen worden. Uit de resultaten naar de invloed van etniciteit op vertrouwen in Airbnb verhuurders is gebleken dat daar geen empirisch bewijs voor is. Dit betekent dat er geen verschil bestaat tussen verhuurders met een Westerse achtergrond en verhuurders met een niet-Westerse achtergrond. Dit gegeven wijkt af van voorgaande theorieën en onderzoeken over discriminatie. Een reden daarvoor kan de relatief kleine groep niet-Westerse verhuurders (205 personen) zijn. Andere theorieën en onderzoeken gaven al aan dat potentiële huurders waarde hechten aan intrinsieke eigenschappen en reviews van een accommodatie dan het uiterlijk van de verhuurders (Buskens & Raub, 2002; Riegelsberger et al., 2005; Zervas et al., 2015). Dit zou het geval kunnen zijn voor de situatie in bij het boeken van een accommodatie in Amsterdam.

Daarnaast is hypothese 2 onderzocht. Hierbij is gekeken of het aantal reviews voor 2018 invloed heeft op het aantal boekingen in 2018 (vertrouwen). Deze relatie bleek positief significant te zijn en kan daarom hypothese 2 aangenomen worden. Dit staat in lijn met voorgaande literatuur. Reviews kunnen het vertrouwensprobleem oplossen. Door gebruik te maken van het concept *‘learning’* en *‘control’* kan vertrouwen gecreëerd worden tussen partijen die elkaar in de eerste instantie niet kennen. Uit de resultaten is gebleken dat een verhuurder één extra boeking kan verwachten, wanneer deze drie extra reviews heeft ontvangen.

Hypothese 3 verwachtte dat er verschillen tussen Westerse en niet-Westerse groepen waren in het aantal boekingen (vertrouwen). Reviews zouden hierbij het verschil tussen de twee groepen kunnen verkleinen. De theorie verwachtte daarom ook dat verhuurders met een niet-Westerse achtergrond met reviews vaker geboekt zou worden, dan verhuurders met een niet-Westerse achtergrond zonder of minder reviews. Het effect van reviews was nog steeds significant, maar er bestaat in deze dataset geen verschil tussen etniciteiten.

DISCUSSIE

Dit onderzoek probeert te onderzoeken of etniciteit invloed heeft op het vertrouwen in de verhuurder op Airbnb. In principe wordt er gekeken of er sprake is van discriminatie en of het gebruiken van reviews discriminatie laat afnemen. Echter, heeft dit onderzoek wat limitaties ondervonden.

Allereerst was de gebruikte dataset van InsideAirbnb niet optimaal en compleet. Dit komt door het feit dat Airbnb niet alle informatie over de accommodaties en verhuurders vrijgeeft. De geformuleerde variabelen zijn geoperationaliseerd op basis van de informatie die Airbnb wél vrijgeeft. De variabele *eticiteit* is gebaseerd op schattingen van hoe vaak een naam bij een bepaalde etniciteit voorkomt. Dit kan ervoor zorgen dat een deel van de informatie foutief kan zijn. Omdat we dit baseren op de voornamen, kunnen mensen met een Nederlandse voornaam wel degelijk een andere etniciteit hebben. Echter, weten huurders ook de etniciteit van de verhuurders op Airbnb niet, waardoor huurders in de meeste gevallen dezelfde inschatting kunnen maken. Het operationaliseren van de variabele ‘eticiteit’ kan in dit geval vooroordelen goed in kaart brengen.

Een andere beperking van dit onderzoek is de operationalisatie van de variabele *aantal boekingen*. Dit is gebaseerd op het aantal reviews die iemand heeft ontvangen in 2018. Deze variabele is nogmaals geschat met het idee dat 70% van de huurders op Airbnb een review achterlaat. Dit gegeven zorgt ervoor dat we voor deze variabele niet precies weten hoe vaak een accommodatie precies geboekt is. Ook kan er sprake zijn van verloren data, mensen die geen reviews hebben ontvangen, hebben volgens deze operationalisering ook geen boekingen gehad. Bij het operationaliseren van deze variabele hebben we aangenomen dat alle verhuurders in dezelfde mate reviews hebben ontvangen. Dit kunnen we natuurlijk niet met zekerheid stellen. Op het moment dat bijvoorbeeld vrouwen meer reviews ontvangen dan mannen is dit geen goede manier om de variabele te meten.

Een ander opvallend kenmerk is het aantal van Westerse en niet-Westerse verhuurders. Het aantal van beide groepen zijn namelijk heel verschillend. Deze dataset heeft 14 147 Westerse verhuurders tegenover 205 niet-Westerse verhuurders. Dit gegeven zorgt ervoor dat de kans dat etniciteit überhaupt een rol kan spelen in de keuze om een accommodatie te boeken vanaf het begin al erg klein was. Mogelijke redenen om dit grote verschil te verklaren is de sociale en economische achterstand van mensen met een niet-Westerse achtergrond in de samenleving (Huijnk & Andriessen, 2016). Wanneer het aantal niet-Westerse verhuurders op Airbnb in Amsterdam werkelijk 205 is, moeten onderzoekers zich afvragen waarom niet-Westerse mensen zoveel minder Airbnb accommodaties verhuren. Maken zij minder vaak de keuze om hun huis of appartement te verhuren op Airbnb? Of hebben mensen met een niet-Westerse achtergrond simpelweg geen accommodatie om te verhuren op Airbnb, omdat er geen kapitaal of accommodaties om te verhuren is? Dit zou een interessante vraag kunnen zijn voor vervolgonderzoek.

Ondanks het feit dat etniciteit in de huidige vorm geen invloed heeft op het aantal boekingen, toont deze studie wel aan dat reviews veel invloed hebben op het aantal boekingen en daarbij het vertrouwen in een Airbnb verhuurder. Wanneer dit verder wordt onderzocht en de besproken tekortkomingen worden beperkt, zou het een goed begin zijn om discriminatie op Airbnb te meten en te kijken wat de invloed is van reviews op die relatie. Dit onderzoek levert echter nog te weinig bewijs om een advies hiervoor te formuleren

LITERATUUR

- Abrahao, B., Parigi, P., Gupta, A., & Cook, K. S. (2017). Reputation offsets trust judgments based on social biases among Airbnb users. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(37), 9848-9853.
- Airbnb. (z.d.). *About us*. Geraadpleegd op 24 februari 2019, van: <https://press.airbnb.com/about-us/>
- Airbnb. (2014). *Building trust with a new review system*. Geraadpleegd op 24 mei 2019, van: <http://blog.airbnb.com/building-trust-new-review-system/>
- Airbnb. (2016a). *De Airbnb Community: Nederland*. Geraadpleegd op 10 maart 2018, van: https://www.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/sites/50/2017/02/De-AirbnbCommunity_Nederland.pdf
- Airbnb. (2016b). *How do star ratings work?*. Geraadpleegd op 24 mei 2019, van: <https://www.airbnb.com/help/article/1257/how-do-star-ratings-work>
- Airbnb. (2017). *How Airbnb works*. Geraadpleegd op 24 februari 2019, van: <https://www.airbnbcitizen.com/how-airbnb-works/>
- Akerlof, G. A. (1978). The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. In *Uncertainty in economics* (pp. 235-251). Academic Press.
- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge, MA: Addison-Wesley.
- Andriessen, I., Nievers, E., Dagevos, J., & Faulk, L. (2012). Ethnic discrimination in the Dutch labor market: Its relationship with job characteristics and multiple group membership. *Work and Occupations*, 39(3), 237-269.
- Ba, S., Whinston, A., & Zhang, H. (1999). Building trust in the electronic market through an economic incentive mechanism. *ICIS 1999 Proceedings*, 19.
- Benkler, R. (2004). Sharing nately: On sharable goods and the emerge of sharing as a modality of economic production, *Yale Law Journal*, vol. 114(2): 273-358.
- Bilgili, Ö., Huddleston, T., & Joki, A. (2015). The dynamics between integration policies and outcomes: A synthesis of the literature. *The Migration Policy Group*.
- Botsman, R., Rogers, R. (2010) *What’s Mine is Yours*. How collaborative consumption is changing the way we live, Collins.
- Bureau, I. E. (2015). Ruim half miljoen huishoudens doen mee aan de deeleconomie. *Opgeroepen op maart, 22, 2016*.
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2018). *Internet; toegang, gebruik en faciliteiten*.

- Geraadpleegd op 12 maart 2019, van:
<https://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=83429NED&D1=2024&D2=3-6&D3=0&D4=0,1&HDR=G3,T,G2&STB=G1&VW=T>
- Crabbé, A. (2017). De duurzame economie van de toekomst: hoe ziet ze eruit en hoe geraken we daar?
- Crocker, J., Major, B., & Steele, C. (1998). Social stigma. In D. Gilbert, S. T. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (pp. 504-553.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Dellarocas, C. (2010). Designing reputation systems for the social web. *Boston U. School of Management Research Paper*, (2010-18).
- Eckhardt, G.M. en F. Bardhi, 2015, The Sharing Economy Isn't About Sharing at All. Geraadpleegd op 25 februari 2019, van: <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all#comment-section>
- Edelman, B. G., & Luca, M. (2014). Digital discrimination: The case of Airbnb. com. *Harvard Business School NOM Unit Working Paper*, (14-054).
- Edelman, B., Luca, M., & Svirsky, D. (2017). Racial discrimination in the sharing economy: Evidence from a field experiment. *American Economic Journal: Applied Economics*, 9(2), 1-22.
- Ert, E., Fleischer, A., & Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, 55, 62-73.
- Fradkin, A., Grewal, E., & Holtz, D. (2017). The determinants of online review informativeness: Evidence from field experiments on Airbnb.
- Huijnk, W., & Andriessen, I. (2016). Integratie in zicht?.
- ter Huurne, M., Ronteltap, A., Corten, R., & Buskens, V. (2017). Antecedents of trust in the sharing economy: A systematic review. *Journal of Consumer Behaviour*, 16(6), 485-498.
- ter Huurne, M. (2018). Vertrouwen en vertrouwd worden in de deeleconomie. *TPEdigitaal*, 13(2), 1-14.
- Kakar, V., Franco, J., Voelz, J., & Wu, J. (2016). Effects of host race information on Airbnb listing prices in San Francisco.
- Keultjes, H. (2018). In 2017 huurden 800.000 mensen bij Amsterdamse Airbnb. Het Parool. Geraadpleegd op 25 februari 2019, van: <https://www.parool.nl/amsterdam/in-2017-huurden-800-000mensen-bij-amsterdamse-airbnb~a4561631/>

- Mayer, R., Davis, J., & Schoorman, F. (1995). An integrative model of organizational trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Mathews, J. (2014). The sharing economy boom is about to bust. Geraadpleegd op 25 februari 2019, van: <http://time.com/2924778/airbnb-uber-sharing-economy/>
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?. *Ecological economics*, 121, 149-159.
- Meelen, T., Frenken, K. (2015) Stop saying Uber is part of the sharing economy. Geraadpleegd op 25 februari 2019, van: <http://www.fastcoexist.com/3040863/stop-saying-uber-is-partof-the-sharing-economy>.
- Meelen, T., Hobrinc, S., Frenken, K. (2014) The influence of spatial context, socio demographic factors and local policy on the geographical diffusion of car-sharing. Mimeo, Copernicus Institute of Sustainable Development, Utrecht University (presented at the 1st International Workshop on the Sharing Economy, Utrecht, 2-3 June 2015)
- Nievers, E., & Andriessen, I. (2010). Discriminatie monitor niet-westerse migranten op de arbeidsmarkt 2010.
- Quattrone, G., Proserpio, D., Quercia, D., Capra, L., Musolesi, M. (2016). Who Benefits from the “Sharing” Economy of Airbnb? In Proceedings of the 25th international conference on world wide web (pp. 1385-1394). International World Wide Web Conferences Steering Committee.
- Sociaal en Cultureel Planbureau. (2016). Hoger opleidingsniveau migranten leidt amper tot betere arbeidsmarktpositie. Geraadpleegd op 25-02-2019, van: www.scp.nl
- Sociaal en Cultureel Planbureau. (2016). Integratie in zicht? Geraadpleegd op 25-02-2019, van: www.scp.nl
- Simon, M. (2018). Flinke groei Airbnb in Nederlandse steden. Geraadpleegd op 25 februari 2019, van: <https://www.missethoreca.nl/hotel/nieuws/2018/03/flinke-groei-airbnb-in-nederlandse-steden>
- Sperling, G. (2015). How Airbnb combats middle class income stagnation
- Teubner, T., & Glaser, F. (2018). Up or out—the dynamics of star rating scores on Airbnb. ECIS 2018 Proceedings, 1-13.
- De Waard, P. (2016). *Amsterdamse Airbnb-hosts verdienen jaarlijks gemiddeld 3.800 euro.*

Geraadpleegd op 24 februari 2019, van:

<https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/amsterdamse-airbnb-hosts-verdiene-jaarlijks-gemiddeld>

Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2015). A first look at online reputation on Airbnb, where every stay is above average. *Where Every Stay is Above Average (January 28, 2015)*.