

Airbnb: Eine klassische formale Organisation?

Simon Pohl*

010001110111011001

100010100010100110

001011020001100100

Fachgebiet Digitalisierung der Arbeitswelt

Zitiervorschlag:

Pohl, Simon (2023) Airbnb: Eine klassische formale Organisation? Working Paper “Fachgebiet Digitalisierung der Arbeitswelt”, Nr. 6, Technische Universität Berlin: Berlin.

* Notiz: Autor: Simon C. Pohl: TU Berlin, s.pohl@tu-berlin.de

Abstract

Obwohl die Plattformökonomie in den vergangenen zehn Jahren breite wissenschaftliche Aufmerksamkeit erhalten hat, bleiben die Organisationen, die Plattform betreiben, häufig unterbeleuchtet. Der Plattformarchitektur-Ansatz (Kirchner 2021; Ametowobla & Kirchner 2022) geht davon aus, dass sich diese Organisationen nach dem Muster einer kompletten, formalen Organisation (Ahrne & Brunson 2011) ausprägen. Diese These wird in der vorliegenden Arbeit am Beispiel von Airbnb, Inc. geprüft. Die Ergebnisse zeigen, dass Airbnb, Inc. als komplette, formale Organisation beschrieben werden kann. Dabei wird allerdings deutlich, dass Airbnb, Inc. gezielt Aspekte von Institutionen, Normen und Netzwerken hybridisiert und damit zentrale Abgrenzungen des „decided order“-Ansatzes zu dominanten soziologischen Organisationskonzepten in Frage stellt. Dies wirft neue Fragen auf, wie Plattformorganisationen interne Abläufe und Beziehungen zu ihrer Umwelt über die Ausgestaltung von Werteordnungen gestalten. Damit trägt diese Arbeit zu einem besseren Verständnis der Organisation von Airbnb, Inc. bei und setzt Impulse für die Weiterentwicklung des „decided-order“-Ansatzes im Rahmen des Plattformarchitekturmodells.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	2
2. Plattformarchitektur und Organisation.....	3
3. Methoden.....	7
4. Der Fall Airbnb.....	8
5. Diskussion: Die spezifische Organisiertheit von Airbnb, Inc.	11
6. Fazit	14
7. Literaturverzeichnis.....	15

1. Einleitung

In den vergangenen 15 Jahren hat mit digitalen Plattformen ein neuer ökonomischer Akteurstypus einen häufig als unaufhaltbar wahrgenommenen Siegeszug angetreten. 2021 befanden sich unter den 10 weltweit am höchsten bewerteten Unternehmen sieben, die allgemein der Plattformökonomie zugerechnet werden (Statista 2022). Unter dem Begriff der (digitalen) Plattform wird dabei ein extrem heterogener Phänomenbereich subsumiert, der von sozialen Medien über digitale Marktplätze, Finanzierungsplattformen und Arbeitsvermittler:innen bis zur Bereitstellung technischer Infrastrukturen in nahezu allen gesellschaftlichen Teilbereichen seine Blüten treibt.

Der Diskurs darüber, wie dieses Feld beschrieben werden kann, ist dabei ähnlich fragmentiert wie die Beobachtungen selbst (Ametowobla 2020; Reuver et al. 2018). Seit einigen Jahren werden vermehrt Anstrengungen unternommen, integrative Perspektiven zu entwickeln, die es erlauben, unterschiedliche Plattfortmtypen zu vergleichen und zueinander ins Verhältnis zu setzen. Ein Zugang aus der Innovationsforschung ist es, "Plattform" als Architekturmuster zu verstehen. In dieser Perspektive sind Plattformen als System definiert, bestehend aus einem Kern, Schnittstellen und peripheren Elementen (Baldwin und Woodard 2009). Der Ansatz der Plattformarchitektur fokussierte ursprünglich vor allem technische Plattformen, beispielsweise in der Industrie oder Informationsverarbeitung, und analoge Organisationen wie etwa Einkaufszentren. In jüngster Zeit hat sich jedoch ein zunehmendes Interesse an der Übertragbarkeit dieses Konzepts auf die digitalen Pendanten der sogenannten Plattformökonomie (Kenney und Zysman 2020) herausgebildet. Dabei liegt der Fokus vor allem auf der Frage, welche technischen und sozialen Beziehungen die Architekturmuster zulassen und wie sich diese gegenseitig bedingen (Ametowobla 2020; Dolata und Schrape 2022).

Kirchner (2020) und (Ametowobla und Kirchner 2022) verbinden zur Beschreibung des sozio-technischen Systems "Plattformorganisation" den Plattformarchitekturansatz mit der Gegenüberstellung der kompletten und partiellen Organisation, wie sie von Ahrne und Brunsson (2011) entwickelt wurden. Dabei liegt, wie bei einem Großteil der Forschung zur Plattformökonomie, der Fokus vornehmlich auf der (Markt-)Ordnung, die sich über das Zusammenspiel von Schnittstellen und peripheren Elementen konstituiert. Der Organisation im Kern der digitalen Plattformen wird dabei lediglich zugestanden, dass es sich um eine formale, komplette Organisation handelt (Kirchner 2020; Ametowobla und Kirchner 2022).

Über die konkrete Ausgestaltung und mögliche strukturelle Eigenheiten, aber auch Isomorphismen (DiMaggio und Powell 1983) ist in der Literatur jedoch wenig bekannt. Der Fokus der bisherigen Forschung liegt stattdessen vornehmlich auf den Aktivitäten der Kernorganisation in Bezug auf die periphere Ordnung der Plattform und die Ausgestaltung der Schnittstellen. Wie sich die speziellen Anforderungen des Plattformarchitekturmusters auf die grundlegende Konstitution der Kernorganisation auswirken, bleibt bisher allerdings weitestgehend im Dunkeln. Eine zentrale, aber in der noch jungen Literatur zur Plattformarchitektur bisher kaum berücksichtigte Plattform ist Airbnb. Um diese Leerstellen zu bedienen, soll in der vorliegenden Arbeit versucht werden, die folgende Forschungsfrage zu beantworten:

Wie ist das Unternehmen im Kern der Plattformarchitektur Airbnbs organisiert?

Zu diesem Zweck wird das Konzept der kompletten Organisation in Anschluss an Ahrne und Brunsson (2011) auf den Fall angewendet. Dazu wurden die bestehende Literatur zum Fall, Veröffentlichungen des Unternehmens und beteiligter Akteur:innen sowie Medienberichte mittels einer Version der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2015), der inhaltlichen Strukturierung, geordnet und ausgewertet. Damit folgt die Arbeit den Prinzipien der "Single Case Study as Critical Case" (Yin 2003, 41) und verfolgt also ein falsifikatorisches Interesse gegenüber den theoretischen Vorannahmen des Plattformarchitekturmodells.²

Die restliche Arbeit gliedert sich wie folgt: In einem ersten Schritt wird das angenommene Verhältnis zwischen Plattformarchitektur-Perspektive und den Konzepten der kompletten und partiellen Organisation geklärt. Anschließend wird die Heuristik zur Bestimmung der Organisationsform nach Ahrne und Brunsson (2011) auf den Fall Airbnb Inc. als Kernorganisation der Airbnb-Plattform angewendet. In der Diskussion wird die Forschungsfrage vor dem Hintergrund der Ergebnisse erörtert und die Nützlichkeit des theoretischen Ansatzes evaluiert. Im letzten Kapitel wird ein abschließendes Resümee gezogen.

2. Plattformarchitektur und Organisation

2.1 Plattformarchitektur

Was Plattformen von anderen Architekturmustern unterscheidet, ist die variierende Stabilität der einzelnen Komponenten. Die Plattformarchitektur zeichnet sich durch stabile Komponenten im Kern der Plattform aus. Über Schnittstellen werden diesem Kern variable Komponenten angegliedert, die die Peripherie der Plattform bilden. Dieses Muster gewährleistet eine hohe Anpassungsfähigkeit bei verhältnismäßig geringen Kosten, da zunächst mit der Peripherie nur Teile des Systems unter Adaptionsdruck geraten und gegebenenfalls ausgetauscht oder verändert werden müssen. Gleichzeitig kann das System nahezu beliebig erweitert werden, solange die Passung der Schnittstellen beachtet wird (Baldwin und Woodard 2009). Diese Perspektive ermöglicht es, Plattformen in digitaler und analoger Ausprägung (Online-Plattformen, Shopping Malls, technische Plattformen etc.)³ als sozio-technisches Strukturmuster zu analysieren und so vergleichbar zu machen (Ametowobla 2020; Kirchner 2020; Ametowobla und Kirchner 2022).

Digitale Plattformen, und dabei insbesondere die profitorientierten Spielarten, werden so als distinkte organisationale Form identifizierbar (Dolata und Schrape 2022), die sich gleichzeitig durch ein hohes Maß an Variabilität auszeichnet (Schüßler et al. 2021). Stabile Plattformarchitekturen im digitalen

² Zur Falsifikation von Theorien vgl. ausführlich auch Popper (2002).

³ Dabei dürfte sich ein Kontinuum unterschiedlich digitalisierter Plattformarchitekturen ausmachen lassen, beispielsweise wenn Shopping Malls gewisse technische Elemente, Organisationsaspekte oder Schnittstellen digitalisieren. Ein Beispiel wären digitale Terminbuchungssysteme, die während der Covid-Pandemie teilweise zur Regulierung des Zugangs im realweltlichen Raum genutzt wurden und so ein derartig hybridisiertes System konstituierten.

Raum folgen einem idealtypischen Muster, das Kirchner (2020) als Plattformorganisation bezeichnet. Plattformorganisationen kombinieren technisch definierte Schnittstellen mit einer auf technischen und sozialen Regeln basierenden Ordnung. Dabei sind die Organisator:innen dieser Ordnung im Kern verortet, die Nutzer:innen bilden die Peripheriekomponenten und beide sind über eine App oder Webseite als Schnittstelle verbunden.

Grundlage hierfür sind durch die Digitalisierung ermöglichte Mechanismen fester und loser Kopplung. Die Mechanismen fester Kopplung beziehen sich auf die Bindung sozialer Prozesse an digitale Technologien in Organisationen. Kirchner (2020) differenziert dabei zwischen *Verdatung*, *Vernetzung* und *Automatisierung*. Mit *Verdatung* wird der Bedeutungsgewinn der Produktion und des Sammelns von Daten für die Abläufe in Organisationen bezeichnet. Diese zunächst nur lokal vorliegenden, heterogenen Daten werden durch *Vernetzung*, etwa über das Internet, zusammengeführt, und die verdateten organisationalen Prozesse werden fest mit Netzwerkformen gekoppelt. *Automatisierung* bezeichnet die Durchdringung von Organisationen mit automatisierter Datenverarbeitung und Entscheidungsprozessen durch Algorithmen und künstliche Intelligenz, die auf den Mechanismen der Verdatung und Vernetzung basieren. Diese Mechanismen erlauben es der Organisation im Kern der Plattformarchitektur, über die Schnittstellen Aktivitäten in der Peripherie zu ermöglichen, zu überwachen und zu beeinflussen.

Die Schaffung einer Peripherieebene wird ermöglicht, indem Prozesse, die in klassischen Organisationen fest an diese gekoppelt waren, durch lose gekoppelte Äquivalente ersetzt werden. Kirchner und Beyer (2016) identifizieren mit *Delokalisierung*, *Delegation* und *Marktorganisation* auch an dieser Stelle drei Mechanismen. Die *Delokalisierung* bezeichnet die Lösung von Unternehmen von realweltlichen Orten. Anstatt alle Informationen und Arbeitsprozesse "unter einem Dach" zu haben, erlauben digitale Technologien den Zugriff auf relevante Informationen und Interaktionspartner in Echtzeit. Wie Kirchner (2020) festhält, führt dies jedoch nicht zwangsläufig zu einer völligen Virtualisierung, sondern schafft zunächst nur ein neues Verhältnis von Organisationen und flexiblen Orten. Delokalisierung mittels digitaler Technologien ermöglicht es also, Wertschöpfungsprozesse räumlich zu verteilen und dennoch zentral in der Organisation zusammenzuführen. Damit verbunden ist der zweite Prozess: *Delegation*. Delegation bezeichnet die Lösung der festen Kopplung zwischen Organisationen und Ressourcen, dabei vor allem Arbeitskraft. Die Digitalisierung erleichtert es, Aufgaben als definierte Arbeitspakete an unternehmensexterne Auftragnehmer:innen weiterzugeben und die Ergebnisse anschließend wieder in die Abläufe innerhalb der Organisation zu integrieren. Als dritten Aspekt nennen Kirchner und Beyer (2016) die *Marktorganisation*. Einige Organisationen kombinieren Delokalisation und Delegation und paaren sie mit einer Marktorganisation. Derartige Plattformen erfüllen dann eine intermediäre Funktion. Sie stellen einen mehrseitigen Markt dar, der zwischen Angebots- und Nachfrageseite vermittelt (vgl. auch Rochet und Tirole 2003; Langley und Leyshon 2017). Um auch andere Plattformen, die nicht der Organisation von Märkten dienen, zu erfassen, reformuliert Kirchner (2020) die Idee der Marktorganisation weitgreifender als *Intermediation*. Digitale Marktplätze lassen sich so durch den Fokus auf diese Marktbeziehung vom breiteren Feld digitaler Plattformorganisationen und Plattformen allgemein trennen und als eigenständiger Subtypus definieren.

Wenngleich die Plattformarchitektur und die sie bedingenden Mechanismen loser und fester Kopplung einen Zugriff auf die digitalen Plattformen als systematisiertes Verhältnis zwischen Plattformorganisator:innen und Nutzer:innen erlaubt, ergibt sich aus ihr keine ausgereifte theoretische Position zur Beschreibung der sozialen Dimension der Plattformen. Dies soll im Folgenden mit Rückgriff auf das Konzept der "decided order" Ahrne und Brunsson (2011) gelingen.

2.1.1 Die entschiedene Ordnung

Die soziale Form der Plattform lässt sich im Anschluss an Ahrne und Brunsson (2011) als partielle Organisation beschreiben (Kirchner 2019; Kirchner und Schüßler 2019; Kirchner 2020; Ametowobla und Kirchner 2022). Statt Organisation strikt anhand einer bestimmten formalen oder legalen Struktur, wie Türk (1990) es nennt, als "Organisat" aufzufassen, rückt der Ansatz der kompletten und partiellen Organisationen die Organisiertheit und das Organisieren in den Vordergrund (Ahrne et al. 2016). Organisation ist demnach in erster Linie das Ergebnis von Entscheidungen. Diese Eigenschaft erlaubt die Abgrenzung zu emergenten Ordnungen wie Institutionen oder Netzwerken, die, sei es durch Interaktion, Routinisierung oder die Naturalisierung ursprünglich organisationaler Elemente, "einfach passieren" (eigene Übersetzung, Ahrne und Brunsson 2011, S. 90). Entscheidung wird dabei im Anschluss an Luhmann als spezifische Form der Kommunikation verstanden, die sich durch ihre offensichtliche Kontingenz auszeichnet. Eine Entscheidung hätte immer auch anders ausfallen können. Während dadurch einerseits Unsicherheit entsteht, da Entscheidungen auf dieser Basis fundamental anfechtbar sind, führen sie andererseits zu einer immensen Komplexitätsreduktion. Die Entscheidung für eine spezifische Ordnung bietet die Grundlage für alle weiteren Prozesse innerhalb von Organisationen, weil sie Handeln begrenzen und in bestimmte Bahnen lenken. Luhmannianischer ausgedrückt: Entscheidungen ermöglichen Anschlussentscheidungen (Ahrne et al. 2016).

Ahrne und Brunsson (2011) identifizieren fünf organisationale Elemente, über die Entscheidungen getroffen werden müssen. Dabei handelt es sich um *Mitgliedschaft*, *Hierarchie*, *Regeln*, *Überwachung* und *Sanktion*. Die Entscheidung über *Mitgliedschaft* regelt, wer einer Organisation in welcher Form beitreten kann. Mitgliedschaft wird als Identität verstanden, die mit bestimmten Rechten und Pflichten verbunden ist. So erfüllen beispielsweise Lehrer:innen eine andere Rolle als Schüler:innen. Entscheidungen über *Hierarchien* regeln, wie Entscheidungen innerhalb einer Organisation getroffen werden, das heißt, wie innerhalb der Organisation Macht konstituiert ist. Weiterhin werden in Organisationen Entscheidungen über die Ausgestaltung formaler und meistens objektivierter *Regeln* getroffen, mittels derer das Verhalten der Mitglieder:innen gesteuert werden soll. Die Einhaltung dieser Regeln oder anderer Anordnungen sowie operative Aspekte werden durch Mechanismen der *Überwachung* überprüft und evaluiert. Darauf aufbauend werden Entscheidungen über positive und negative *Sanktionen* getroffen, die sich vor allem auf die Form der Mitgliedschaft und die damit einhergehenden Rechte und Pflichten beziehen (auch Ahrne und Brunsson 2019; Ahrne et al. 2016).

Ausgehend von diesen Elementen wird zwischen kompletten, formalen und partiellen Organisationen unterschieden. In kompletten Organisationen liegen im Hinblick auf alle diese Aspekte Entscheidungen vor, während in partiellen Organisationen nur Teile präsent sind (Ahrne und Brunsson 2011). Ahrne und Brunsson (2019) weisen darauf hin, dass eine komplette Organisation nicht automatisch auch eine

formale Organisation ist. So können etwa Märkte über alle Elemente verfügen, sind insofern also komplett, weisen aber dennoch eine andere Form als Organisationen auf. Umgekehrt können formale Organisationen bestimmte Elemente nur in schwacher Form ausprägen oder ganz davon absehen, sie durchzusetzen. Dies wird in der Literatur zu digitalen Plattformen bspw. durch Davis (2015) gespiegelt, der eine Entwicklungslinie unterschiedlicher Organisationaler Formen ausmacht, die mit der „modern Corporation“, die weitestgehend der Vorstellung einer klassischen formalen Organisation entspricht, über einen flexibilisierten „Nexus-Of-Contracts“ zur sich als „Web Page Enterprise“ ausprägenden Plattformarchitektur führt. In diesem Spannungsverhältnis zwischen formaler, kompletter und partieller Organisation liegen typischerweise auch die Plattformorganisationen.

Digitale Plattformorganisationen und insbesondere digitale Marktplätze folgen einer typischen Konfiguration der organisationalen Elemente. Während, so die Annahme, die formale Organisation im Kern der Plattform dem Typus der kompletten und formalen Organisation folgt, prägt sich die Peripherie, Kirchner und Schüßler (2020) zufolge, nach dem Muster einer partiellen Organisation aus.

Mitgliedschaft nimmt hier die Form der Account-Mitgliedschaft an. Voraussetzung ist das Akzeptieren der allgemeinen Regeln des Marktplatzes sowie ein variierendes Maß an personenbezogenen Daten zur Verifizierung der Identität. Auf digitalen Marktplätzen unterscheiden sich die Mitgliedschaften von Verkäufer:innen und Käufer:innen häufig, wobei erstere in der Regel umfangreichere Anforderungen erfüllen müssen (Kirchner und Schüßler, 2019, S. 141).

Regeln prägen sich auf zwei Arten aus. Formale, etwa in Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) verschriftlichte Regeln, legen fest, welche Güter, Dienstleistungen, Interaktionen und Verhaltensweisen auf der digitalen Plattform oder dem digitalen Marktplatz zulässig sind. Bestimmte Regeln werden jedoch auch in die Technik der Plattform eingeschrieben. Plattformen nutzen Algorithmen, die sich im Kern der Plattform befinden, um Interaktionen auf und mit der Plattform zu steuern. Über die Benutzeroberfläche der Webseite oder Apps wird die Handlungsfähigkeit der Nutzer:innen eingeschränkt, und es werden nur antizipierte Verhaltensweisen zugelassen (Kirchner und Schüßler, 2019, S. 142f).

Die *Überwachung* erfolgt auf digitalen Plattformen und Marktplätzen ebenfalls technologiebasiert. Tatsächlich basiert die gesamte Plattform auf Überwachungsmechanismen, und die gesamte technische Infrastruktur ist darauf ausgerichtet, Daten zu erzeugen und zu verarbeiten, die von der Kernorganisation zur Auswertung der Nutzer:innenaktivitäten oder für geschäftliche Zwecke verwendet werden (Langley und Leyshon, 2017). Dies wird durch umfangreiche Bewertungssysteme ergänzt, die auf den Eingaben der Nutzer:innen beruhen und in vielen Fällen öffentlich einsehbar sind. Diese Systeme dienen der Qualitätssicherung und dem Aufbau von Vertrauen (Kirchner und Schüßler, 2019, S. 143f; auch Kirchner und Beyer, 2016).

Diese Formen der Überwachung haben direkten Einfluss auf die *Sanktionsmechanismen*. Bei Verstößen gegen Regeln oder schlechten Bewertungen besteht die Gefahr einer sofortigen Beendigung der Mitgliedschaft oder einer Einschränkung bestimmter Nutzungsrechte. Hingegen kann erwünschtes Verhalten mit dem Erwerb eines höheren Status, besseren Teilnahmebedingungen oder in einigen Fällen auch materiellen Belohnungen honoriert werden (Griesbach et al., 2019). Bei digitalen

Marktplätzen treten zusätzlich sanktionierende Marktmechanismen hinzu, die ebenfalls auf Bewertungen basieren. Gute Bewertungen und von der Plattform vergebene Auszeichnungen führen in der Regel zu höherem Umsatz und/oder besseren Preisen, während schlechte Bewertungen sich negativ auf den Markterfolg auswirken können (Kirchner und Schüßler, 2019, S. 144f).

Letztendlich besteht eine *hierarchische Beziehung* zwischen der formalen Organisation im Kern der Plattform und den Nutzer:innen in der Peripherie, die auch durch die technische Infrastruktur gestützt wird. Entscheidungen über die Prozesse auf der Plattform werden in der Regel ohne Beteiligung der Nutzer:innen getroffen (Kirchner und Schüßler, 2019, S. 145f). In vielen Fällen, insbesondere bei digitalen Marktplätzen, wird die Zusammenarbeit zwischen den Nutzer:innen aktiv unterbunden und somit die Bildung von Gegenmacht verhindert (Ametowobla, 2020).

Wie Ametowobla und Kirchner (2022) an den Beispielen Uber, Twitter und Wikipedia nachweisen können, prägen Plattformorganisationen vielfältige entschiedene Ordnungen aus, die sich vor allem in Hinblick auf das Ausmaß und die Ausgestaltung der Organisiertheit der Peripherie unterscheiden. Allerdings finden sich auch in Bezug auf den Kern der Plattform Unterschiede. So sind die Organisationen im Kern der Plattformen Uber und Twitter als komplette formale Organisationen beschreibbar. Wikipedia weist hingegen ein deutlich komplexeres Konstrukt auf. Einerseits sind Züge einer Metaorganisation (vgl. Ahrne et al., 2016) erkennbar, andererseits auch Aspekte, die sich als partielle formale Organisation charakterisieren ließen.

Durch die Kombination des Plattformarchitekturmodells mit den Organisationsformen nach Ahrne und Brunsson (2011) wird also deutlich, dass Plattformen das Ergebnis eines Entscheidungsprozesses sind. Organisationen mit einer ihnen eigenen entschiedenen Ordnung nutzen digitale Technologien, um Prozesse, die zuvor fest innerhalb der Organisation gekoppelt waren, an lose gekoppelte Elemente in der Peripherie auszulagern. Indem über technische Schnittstellen und Regelwerke Rahmenbedingungen für das Verhalten von Nutzer:innen geschaffen werden, entsteht zudem in der Peripherieebene der Plattform eine separat zu betrachtende entschiedene Ordnung. In der Literatur wird angenommen, dass die entschiedene Ordnung im Kern der Plattform dem Muster der kompletten formalen Organisation folgt, während die Ordnung in der Peripherie eine partielle Organisation ist. Erste Analysen weisen jedoch darauf hin, dass Plattformorganisationen mit unterschiedlichen Zielsetzungen auch unterschiedliche entschiedene Ordnungen im Kern der Plattformarchitektur aufweisen. Diesen Indizien soll in den folgenden Kapiteln empirisch nachgegangen werden.

3. Methoden

Zur Klärung der Forschungsfrage folgt diese Arbeit dem Fallstudiendesign "Single Case Study as the Critical Case" (Yin 2003, S. 41). Ziel ist demnach die deduktive Prüfung und induktive Ausdifferenzierung der Hypothese, dass sich im Kern der Plattform Airbnb eine vollständige formale Organisation befindet. Zu diesem Zweck wurden über Online-Recherchen eine große Bandbreite an Quellen zusammengetragen. Um möglichst nah an die tatsächlichen Entscheidungen zu kommen, wurde, wo möglich, auf Materialien der Unternehmenskommunikation wie Pressemitteilungen und Satzungen sowie öffentlich zugängliche Äußerungen der zentralen Entscheidungsträger

zurückgegriffen. Wo diese Datenquellen nicht verfügbar sind, wurde der Datenkorpus durch Online-Erfahrungsberichte von Beschäftigten, Zeitungsberichte und relevante wissenschaftliche Veröffentlichungen ergänzt. Das analytische Vorgehen folgt dabei den Empfehlungen Mayrings für die inhaltliche Strukturierung (2015, 103f). Dazu wurden die fünf organisationalen Elemente nach Ahrne und Brunsson (2011) als Heuristik verwendet, um relevante Aspekte der Quellen herauszuarbeiten und zu systematisieren.

4. Der Fall Airbnb

4.1 Mitgliedschaft

Mitgliedschaft ist sowohl über vertraglich geregelte Langzeitarbeitsverhältnisse als auch über die kurzfristige Anbindung auf freiberuflicher Basis geregelt (Airbnb 2021b). Eine zweite Form der Mitgliedschaft ergibt sich über Eigentum am Unternehmen. Wie ein Großteil der Fallbeispiele der Plattformökonomie ist auch Airbnb zunächst durch Risikokapital finanziert worden. Risikokapitalgeber:innen verfolgen ein Modell, bei dem sie frühzeitig in Unternehmen investieren, denen ein großes Wachstumspotenzial zugeschrieben wird. Dies erlaubt es, für relativ geringe Investitionen vergleichsweise große Anteile des Unternehmens zu besitzen und dadurch im Erfolgsfall immense Gewinne zu erzielen. Gleichzeitig besteht ein großes Risiko, dass das Unternehmen nicht profitabel wird und die Investition langfristig verloren geht. Um dieses Risiko zu minimieren, geht das Investment häufig mit gewissen Rechten in den Entscheidungsprozessen des Unternehmens einher, sodass Investor:innen als Vorstandsmitglieder oder in beratender Position fungieren und auf diese Art Teil des Unternehmens werden (Zider 1998).

Seit dem Börsengang von Airbnb im Jahr 2020 kommen zudem Shareholder:innen hinzu, die über ihre finanzielle Beteiligung am Unternehmen mitunter auch Entscheidungsrechte erhalten (Airbnb 2020a). Die mit den Anteilen einhergehenden Rechte unterscheiden sich je nach Art der Anteile. Beim Börsengang wurden insgesamt vier Arten von Aktien angeboten. Class A Aktien sind mit einer Stimme pro Anteil versehen, Class B Aktien mit 20 Stimmen pro Anteil, Class C und Class H Aktien haben hingegen kein Stimmrecht (Airbnb 2020i). Class B Aktien und Vorzugsoptionen auf diese wurden beim Börsengang vor allem für die drei Gründer sowie zentrale Risikokapitalgeber:innen ausgestellt (SEC 2022). Class B Aktien werden entweder beim Verkauf, nach einer 80% Mehrheitsentscheidung der Inhaber:innen der verbliebenen Class B Aktien oder 20 Jahre nach der ersten Aktienaussgabe in Class A Aktien umgewandelt (Airbnb 2020i). Hier kann jedoch nicht von einer vollen Mitgliedschaft die Rede sein, da gewisse Aspekte der Organisation nicht angewandt werden können oder sich unter veränderten Vorzeichen ausprägen. Siehe hierzu auch unten die Diskussion im Rahmen des Organisationsaspekts Überwachung.

Die Mitgliedschaft in der Organisation im Kern der Airbnb-Plattform realisiert sich demnach in einem Spektrum von Zugehörigkeitsformen mit unterschiedlich fester Kopplung. Grundlegend ist dabei eine Mitgliedschaft über Beschäftigungs- oder Eigentumsverhältnisse möglich. Die Mitgliedschaft über Beschäftigungsverhältnisse wird primär über fest gekoppelte, dauerhafte Arbeitsverträge oder lose gekoppelte Freelancing-Aufträge realisiert. Das Maß der Kopplung bei einer Mitgliedschaft über

Eigentumsverhältnisse ergibt sich aus der unterschiedlichen Stimmberechtigung der verschiedenen Aktienarten, wobei Risikokapitalgeber:innen und Gründern langfristig wirksame Privilegien zugestanden wurde.

4.2 Hierarchie

Airbnb verfolgt einen Mittelweg zwischen strikt hierarchischen und holokratischen Mustern (Russell 2017; Oe und Le Thuy 2020). Wichtige Entscheidungen werden zentralisiert getroffen und das Unternehmen ist in Abteilungen organisiert, die den Aufbau und die Angebotsstruktur der Plattform widerspiegeln. Gleichzeitig werden neue Produkte und Prozesse in Projektstrukturen entwickelt, in denen Beschäftigte aus allen Abteilungen zusammenarbeiten und die mit einem großen Maß an Entscheidungsautonomie ausgestattet sind (Feix 2021). In Bezug auf Hierarchien folgt Airbnb Inc. demnach keinem eindeutigen Muster, sondern nutzt mehrere Strategien, um unterschiedlichen Anforderungen gerecht zu werden.

4.3 Regeln

Über die unternehmensinternen Regeln und Richtlinien in Bezug auf konkrete Arbeitsprozesse ist wenig bekannt. Die öffentlich zugänglichen Regelwerke sowie die Unternehmenssatzung regeln in erster Linie Prozesse der Unternehmensführung und die Rahmenbedingungen des Aktieneigentums am Unternehmen. Eine Ausnahme stellen die Vorgaben zu Bestechung und Korruption dar, die sich auf alle aktiven Mitglieder:innen der Organisation beziehen. Diese Richtlinien orientieren sich an den legalen Vorgaben in den Ländern, in denen Airbnb aktiv ist. Organisationsmitglieder:innen sind verpflichtet, eine Schulung zu Bestechung und Korruption zu besuchen, Fehlverhalten zu melden und Verhaltensweisen zu unterlassen, die nicht unternehmensseitig genehmigt wurden und Tatbestände der Bestechung oder Korruption erfüllen könnten (Airbnb 2020b).

Airbnbs Unternehmensführung legt eine besondere Betonung auf die Bedeutung von Unternehmenskultur (Chesky 2014a). So werden im Einstellungsprozess neben der Prüfung der Qualifikation zusätzliche Interviews geführt, in denen Kernwerte und die Identifikation mit dem Unternehmen sowie der Plattform thematisiert werden (Fox 2015). Die zugrundeliegenden Normen werden prominent auf der Karriere-Webseite des Unternehmens platziert (Airbnb 2021b). Dabei handelt es sich um:

- “1. Champion the Mission: We’re united with our community to create a world where anyone can belong anywhere*
- 2. Be a Host: We’re caring, open, and encouraging to everyone we work with*
- 3. Embrace the Adventure: We’re driven by curiosity, optimism, and the belief that every person can grow*
- 4. Be a Cereal Entrepreneur: We’re determined and creative in transforming our bold ambitions into reality”*

Anhand dieser Kriterien ist auch der Ethikkodex des Unternehmens formuliert (Chesky et al. 2020). Während klassische Unternehmen Verhaltensregeln für gewöhnlich nutzen, um Arbeitsprozesse zu standardisieren oder informelles Wissen zu fixieren (Nelson und Winter 1982), werden sie im Falle Airbnbs deutlich tiefgreifender als generalisierte Lebenseinstellung und Identität gerahmt. Airbnb fokussiert explizit Motive wie Gemeinschaft, soziale Verantwortung und Inklusion. Strukturell wird dieser Anspruch in insgesamt 12 unternehmensinternen Arbeitsgruppen gespiegelt, die sich für die Belange marginalisierter Gruppen einsetzen (Airbnb 2022c). Nach außen manifestiert sich das Unternehmensethos in einer Vielzahl von Initiativen, sei es in Brian Cheskys Plädoyers für die "Shared City" (Chesky 2014b) und das Stakeholder-orientierte Unternehmen des 21. Jahrhunderts (Chesky 2018; auch Airbnb 2020h; Freeman et al. 2007), dem Katastrophenhilfeprogramm des Unternehmens (Airbnb 2022b) oder Entwicklungsprogrammen wie der Airbnb Africa Academy (Airbnb 2022a). Die werteorientierte Ordnung wird zudem im Arbeitsalltag durch regelmäßig ausgeführte und ritualisierte Teambuildingaktivitäten gestützt und habituell vertieft (Rachitsky 2019).

Ähnlich wie bei der Mitgliedschaft und den Entscheidungen zu Hierarchien findet sich auch zu den Unternehmensregeln eine Bandbreite unterschiedlicher Ausgestaltungsformen. Einerseits verfügt das Unternehmen über strikte Regeln in Bezug auf die Unternehmensführung, den Aufbau als Aktiengesellschaft und strafrechtlich relevantes Verhalten. Andererseits wird dieses Regelwerk durch eine informellere Werteordnung ergänzt, die jedoch weitreichende Einflüsse auf die alltägliche Praxis im Unternehmen entfaltet.

4.4 Überwachung

Neben den sich aus der Hierarchie und den Regeln ergebenden Überwachungsmechanismen (Berichtspflicht, direkte Kontrolle durch Vorgesetzte etc.) unterhält Airbnb diverse Vorstandsausschüsse, die mit der Überwachung der Entwicklungen in der Gesamtorganisation betraut sind (Airbnb 2020i, 2020f, 2020c, 2020d, 2020e). In diesem Zusammenhang sind zwei Aspekte besonders hervorzuheben. Einerseits zeigt sich auch an dieser Stelle der Einfluss der Werteorientierung des Unternehmens auf die konkrete Ausgestaltung der organisationalen Struktur. Airbnb verfügt über einen Vorstandsausschuss, der sich exklusiv mit den Belangen von Stakeholder:innen und Auswirkungen von Unternehmensaktivitäten auf diese auseinandersetzt. Dazu wird eine Reihe von Metriken bemüht, die sowohl die unternehmensinternen als auch die Bedingungen außerhalb der Grenzen der Organisation quantifizieren. Dabei handelt es sich vor allem um Aspekte, die die Shareholder:innen betreffen, wie beispielsweise Finanzdaten und Informationen zur Geschäftsentwicklung in der Plattformperipherie, den Umweltfolgen, aber auch Kennziffern zur Diversität der Beschäftigten und Umfragedaten bezüglich ihres Zugehörigkeitsgefühls und den subjektiven Erfolgsperspektiven innerhalb des Unternehmens (Airbnb 2021a, 2020h).

Ein zweiter Aspekt betrifft die Zusammensetzung des Vorstandes und der Ausschüsse. Drei der neun Vorstandsmitglieder treten als direkte Vertreter:innen wichtiger Risikokapitalgeber:innen auf (Sequoia Capital Operations LLC, General Catalyst, Andreessen Horowitz). Zwei weitere formal unabhängige Vorständ:innen waren zuvor in führenden Positionen für Unternehmen tätig, bei denen Sequoia Capital zentrale frühzeitige Investor:innen waren (Apple, Block). Auffällig ist dabei, dass mit Ausnahme

des Stakeholder:innen-Ausschusses alle Vorstandsausschüsse von den Vertreter:innen der Risikokapitalgeber:innen dominiert werden, die somit großen Einfluss auf die strategischen Entscheidungen Airbnbs ausüben können, da sich hier etwa das Vorschlagsrecht für den CEO-Posten oder die Vergütung der Unternehmensleitung konzentrieren (Airbnb 2022d). Dies steht in engem Zusammenhang mit den Regeln des Nasdaq-Aktienindex, in dem Airbnb gelistet ist. Diese sehen vor, dass in diesen drei Ausschüssen mindestens zwei unabhängige Vorstände vertreten sind. Nicht unabhängige Ausschussmitglieder sind hingegen nur in Ausnahmefällen gestattet. Auf diese Weise sollen die Interessen der Anleger:innen gewahrt werden (Nasdaq Listing Center 2022).

Damit prägt sich auch die Überwachung in vielfältiger Weise aus. Entscheidungen zur Überwachung gründen dabei sowohl auf Entscheidungen zur Hierarchie, den Regeln als auch auf Vorgaben anderer Organisationen, mit denen Airbnb als Aktiengesellschaft verbunden ist.

4.5 Sanktionen

Über die internen Sanktionsmechanismen Airbnbs, sowohl positiver als auch negativer Natur, ist relativ wenig bekannt. Mitarbeiter:innen berichten auf der Arbeitsplatzbewertungsplattform Glassdoor von Bonusprogrammen, mittels derer erfolgreiche Beschäftigte zusätzlich belohnt werden (Glassdoor 2022b). Wie ein:e Mitarbeiter:in berichtet, bestehen institutionalisierte Sanktionsmechanismen wie Fortbildungs- und Umschulungsprogramme, die in Reaktion auf schlechte Leistungen eingesetzt werden können. In vielen Fällen werden diese jedoch zugunsten einer unmittelbaren Entlassung übergangen (Glassdoor 2014). Hinzu kommen Berichte über informelle Sanktionsmechanismen. Es finden sich mehrfach Hinweise auf "Ingroup Favoritism" (vgl. Zuo et al. 2018). So würden externe Auftragnehmer:innen weniger respektiert und ausgeschlossen (Glassdoor 2022a), und bei Beförderungen werde verstärkt Wert auf die Zugehörigkeit zu bestimmten Cliquen gelegt, anstatt auf die tatsächliche Leistung (Glassdoor 2013, 2015).

Die Sanktionen ergeben sich somit aus den Entscheidungen zu anderen Organisationsmerkmalen, scheinen jedoch den auf Glassdoor veröffentlichten anekdotischen Berichten zufolge von normativen und informellen Elementen durchzogen zu sein, die sich auf emergente Ordnungsaspekte zurückführen lassen.

5. Diskussion: Die spezifische Organisiertheit von Airbnb, Inc.

5.1 Airbnb, Inc.: Nicht nur eine modern Corporation

In einem ersten Schritt lässt sich also die Ausgangshypothese bestätigen. Airbnb Inc. als Kernorganisation folgt dem Muster einer kompletten formalen Organisation. Das Unternehmen weist eine entschiedene Ordnung auf, die alle organisationalen Elemente umfasst.

Gleichzeitig finden sich jedoch zahlreiche Hinweise darauf, dass die Organisation nicht dem klassisch-idealtypischen Muster einer formalen Organisation im Sinne der modernen Corporation folgt. Vielmehr lässt sich eine Mischung der von Davis (2015) identifizierten Inkarnationen des modernen Unternehmens ausmachen (vgl. auch Kirchner und Schüßler 2020). Dies zeigt sich besonders prägnant

in Bezug auf die Aspekte der Hierarchie und Mitgliedschaft. Airbnb hybridisiert die Karrierepfade und klar hierarchisierten Verantwortungsbereiche des modernen Unternehmens einerseits mit Aspekten des "nikefizierten" Unternehmens, mit dem zugehörigen Beschäftigungsmuster der Jobs, also zeitlich begrenzter vertraglicher Anbindung an das Unternehmen einerseits, und den eher netzwerkartigen Strukturen in Projekten, die quer zur Unternehmenshierarchie liegen, andererseits.

Diese Hybridisierung unterschiedlicher Organisationsformen drückt sich auch in der Mitgliedschaft über das Eigentum aus. Die Staffelung der Stimmrechte zwischen Class A und Class B Aktien folgt einem Muster, das Davis (2015) zufolge zwar vereinzelt auch in den klassischeren Unternehmensformen auftritt, sich aber seit der Dotcom-Blase und dem neuen Start-Up-Boom als Standard durchzusetzen beginnt. Dieses Vorgehen erlaubt es den Gründern und Risikokapitalgeber:innen effektiv die Kontrolle über Airbnb Inc. zu behalten und gleichzeitig Zugang zu den Vorteilen der Teilnahme am Aktienmarkt, insbesondere den vereinfachten Zugang zu frischem Kapital, zu erlangen. Weiterhin zeigt sich, dass durch den Börsengang organisationale Entscheidungen an die Regeln des Nasdaq-Aktienindex gekoppelt wurden. Somit wirkt sich diese entschiedene Ordnung auch auf die organisationale Ausgestaltung von Airbnb, Inc., insbesondere in Bezug auf die Bereiche Regeln und Überwachung, sowie in der Konsequenz auch auf die Bereiche Hierarchie und Mitgliedschaft, aus. Durch den Gang an die Börse wird also Entscheidungsmacht in bestimmten Bereichen abgegeben. Die Zusammensetzung der Ausschüsse des Aufsichtsrates könnte ein Hinweis darauf sein, dass über die Stimmanteile die Macht- und Einflussverhältnisse zwischen den Gründern und zentralen Risikokapitalgeber:innen abgesichert und gegebenenfalls reorganisiert wurden. Über die Beteiligungsbedingungen während der Finanzierungsrunden ist allerdings nichts bekannt, sodass zu letzterem Punkt keine gesicherten Aussagen getroffen werden können.

In jedem Fall verdeutlicht dieser Zusammenhang jedoch, dass bei Airbnb Inc. Entscheidungen nicht ausschließlich auf intraorganisationale Vorgänge reduziert werden können, sondern auch die organisationale Einbettung in größere (Investitions-)Netzwerke und Metaorganisationen beachtet werden muss. Dieser Umstand verweist auch auf die potenzielle Bedeutung von Institutionen und Normen für Entscheidungen über die Ordnung des Unternehmens. Angesichts des Einflusses externer Faktoren auf die entschiedene Ordnung innerhalb des Unternehmens stellt sich somit die Frage, ob die insbesondere von Ahrne et al. (2016) betonte Abkehr vom Neo-Institutionalismus in dieser Radikalität angebracht ist oder ob nicht die wechselseitige Befruchtung beider Perspektiven weiter vorangetrieben werden sollte.

Dies gilt nicht zuletzt vor dem Hintergrund der, neben der gerade besprochenen ausgeprägten Hybridisierung von Unternehmensmodellen und deren Auswirkungen, zweiten Auffälligkeit des Falles Airbnb Inc. Die formalisierte Werteordnung im Bereich der Regeln verdeutlicht, dass ein komplexes Verhältnis zwischen Regeln, Normen und Institutionen vorliegt, welches die idealtypische Trennung, wie Ahrne und Brunsson (2011) sie zwischen entschiedenen und emergenten Ordnungen vornehmen, systematisch unterläuft und hybridisiert. Für ein besseres Verständnis dieses Umstandes erscheint eine tiefergehende Analyse der Funktion der Werteordnung innerhalb des Unternehmens notwendig. Der Regelkomplex und die auf diesem basierenden Einstellungspraktiken weisen eine gewisse Nähe zum Konzept der intentionalen Gemeinschaften auf (vgl. Sargent 1994, 2010). Ähnlich diesen ist das

verbindende Element, welches Erfolg und Stabilität gewährleistet, die Fundierung in einer geteilten Werteordnung. In seiner noch stärker am Neo-Institutionalismus orientierten Diskussion zum Zusammenhang von Entscheidung, Handeln und Irrationalität präsentiert Brunsson (1982) einen fruchtbaren theoretischen Ansatzpunkt zur Erklärung dieses Umstandes. Er macht einen fundamentalen Unterschied zwischen Entscheidung als Wahl (Decision) und Entscheidung als Handlungsgrundlage (Choice) aus. Während Decision vor allem ein rationalisierender Prozess ist, wenngleich er nicht im vollen Sinne rational ist, zeichnet sich Choice durch eine Handlungsverbindlichkeit aus, für die das der Decision zugrundeliegende Kalkül grundsätzlich hinderlich ist. Stattdessen schlägt er den Begriff der Ideologie als Referenzrahmen für Choice vor. Ideologie differenziert er in drei unterschiedliche Spielarten. Subjektive Ideologien sind demnach die individuellen kognitiven Strukturen, wahrgenommene Ideologien bezeichnen in einer intersubjektiven Perspektive die anderen zugeschriebenen kognitiven Strukturen, während objektive Ideologien die von allen Mitgliedern einer Organisation geteilten Ideen umfassen. Letztere sieht er als die gemeinsame Grundlage für Diskussion und Handeln. Die regelhafte Werteordnung Airbnbs lässt sich so als eine dauerhaft objektivierbare objektive Ideologie fassen. Einerseits wird bereits im Einstellungsprozess sichergestellt, dass eine Passung zwischen subjektiver und objektiver Ideologie gegeben ist, wodurch Konfliktpotentiale von vornherein neutralisiert werden. Andererseits erlauben die Formalisierung und Objektivierung der Werte eine fortlaufende Reproduktion und Homogenisierung. Hierdurch lässt sich sicherstellen, dass die wahrgenommenen Ideologien sich mit der subjektiven und objektiven Ideologie weitestgehend decken, wodurch der Kommunikationsaufwand insbesondere zur Konsensherstellung minimiert wird.

5.2 Airbnb, Inc. als sozialem:r Akteur:in

Ausgehend von kritischen Reflexionen der zunehmenden Verbreitung und Nutzung von "Corporate Social Responsibility" (vgl. Crane et al. 2009, insbesondere Hanlon 2009 und Kuhn und Deetz 2009) stellt sich aber auch die Frage danach, wie Airbnb die dargestellte Werteorientierung politisch instrumentalisiert. Die Airbnb Africa Academy fiel bspw. mit einer Kooperationsvereinbarung zwischen dem Unternehmen und der Verwaltung Kapstadts zusammen (vgl. Henama und Apleni 2020; Airbnb 2017). Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass Airbnb die Unternehmensethik als Soft-Power-Instrument einsetzt, um die eigene Marktposition auszuweiten und demokratische Prozesse zu unterlaufen. Die politischen Ambitionen des Unternehmens prägen sich dabei in unterschiedlichen Arenen aus.

Ein zentrales Interesse liegt darin, die regulierende Umwelt im eigenen Sinne zu beeinflussen.⁵ Dies zeigt sich etwa an den Bemühungen, ein vereinheitlichtes Registrierungssystem für Gastgeber:innen in Großbritannien zu etablieren (Airbnb und Novelli 2021). Gepaart wird dies mit Positionierungen in Bezug auf grundsätzlichere gesellschaftliche Fragen, beispielsweise in Reaktion auf das Einreiseverbot

⁵ An dieser Stelle wird von regulierender Umwelt gesprochen, da sich die Aktivitäten der Plattform nicht auf die Einflussnahme auf konkrete Regulierung reduzieren lässt, sondern auch den weiteren kulturellen und ökonomischen Kontext miteinbezieht.

für bestimmte muslimisch dominierte Länder unter der Regierung Trump im Jahr 2017 (Benner 2017) und nach der Ausweitung der Maßnahme 2020 (Airbnb 2020g).⁶ Beide Male wurde die Positionierung des Unternehmens an der Werteordnung orientiert und unter dem Unternehmensmotto der Zugehörigkeit eingerahmt. Für die Durchsetzung der politischen Interessen greift das Unternehmen häufig auf Gastgeber:innen als Ressource zurück, deren Organisation in sogenannten "Host-" oder "Home Sharing Clubs" das Unternehmen aktiv fördert und die es teilweise als Forum für den Austausch mit politischen Entscheidungsträger:innen nutzt (Stabrowski 2022; Boon et al. 2019; Yates 2021). Damit ähnelt es in seinem Vorgehen anderen Unternehmen der Plattformökonomie wie Uber oder Lyft, die bei mehreren Gelegenheiten ebenfalls ihre Nutzer:innenbasis für das eigene politische Interesse mobilisiert haben (Tepper 2015; Doctorow 2021). Wo die politische Aktivität des klassischen modernen Unternehmens vornehmlich in Lobbyismus, Finanzierung und klassischen PR-Kampagnen zum Ausdruck kommt (Nyberg 2021), zeigen sich in der Konstitution und in den politischen Aktivitäten Airbnbs die Grundzüge einer tiefgreifend politisierten Unternehmensform. Wie die Diskurse um den politischen Einfluss sozialer Medien (beispielsweise Pybus 2019) zeigen, zeitigen digitale Plattformen und ihre Verfügung über Daten und Informationswege ungeheure Machtpotenziale. Beispielsweise können die Plattformorganisator:innen ihre Nutzer:innenbasis häufig effektiv mobilisieren und dadurch unabhängig erscheinende demokratische Legitimität für ihre Positionen erzeugen. Die Werteordnung dient so sowohl intern wie auch nach außen als Mittel, um Einfluss auf die institutionellen Rahmenbedingungen zu nehmen.

Vor diesem Hintergrund erscheinen systematische Vergleiche verschiedener Plattformorganisationen angebracht, um herauszufinden, ob die bei Airbnb sichtbar werdende Politisierung und Werteorientierung ein isomorphes Merkmal der Plattformökonomie im Allgemeinen ist, ob es kennzeichnend für eine bestimmte Gruppe von Plattformorganisationen ist oder ob es sich bei dem hier betrachteten Fallbeispiel nicht doch um den sprichwörtlichen "odd one out" handelt.

6. Fazit

Die vorliegende Arbeit widmete sich der Frage nach der organisationalen Konstitution der Kernorganisation der Airbnb-Plattform. Es konnte gezeigt werden, dass es sich gemäß den Annahmen in der Literatur um eine komplette formale Organisation handelt. Gleichzeitig verweist die Analyse der hier berücksichtigten Quellen auf einige Besonderheiten, die einen Ausgangspunkt für theoretische und empirische Vertiefungen darstellen. So deutet die spezifische Konstitution der organisationalen Elemente im Anschluss an Ahrne und Brunsson (2011) darauf hin, dass Airbnb Inc. ähnlich anderen in der Literatur besprochenen Beispielen verschiedene idealtypische Unternehmensformen vermischt. Weiterhin legen die Ergebnisse nahe, den Forschungsansatz zu kompletten und partiellen Organisationen stärker mit dem Neo-Institutionalismus zu integrieren, um die sich abzeichnenden Veränderungen in der Unternehmensorganisation, die sich aus den konkreten Anforderungen der Plattformökonomie ergeben, angemessen beschreiben, erklären und einordnen zu können.

⁶ Dabei muss allerdings auch angemerkt werden, dass auch hierdurch die operationalen Kerninteressen des Unternehmens beeinträchtigt wurde.

7. Literaturverzeichnis

- Ahrne, Göran, und Nils Brunsson. 2011. Organization outside organizations: the significance of partial organization. *Organization* 18:83–104.
- Ahrne, Göran, und Nils Brunsson. 2019. Organization Unbound. In *Organization outside Organizations*, Hrsg. Göran Ahrne und Nils Brunsson, 3-36: Cambridge University Press.
- Ahrne, Göran, Nils Brunsson und David Seidl. 2016. Resurrecting organization by going beyond organizations. *European Management Journal* 34:93–101.
- Airbnb. 2017. Airbnb signs first city collaboration agreement in Africa with Cape Town. <https://news.airbnb.com/airbnb-signs-first-city-collaboration-agreement-in-africa-with-cape-town/> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Airbnb. 2020a. Amended and Restated Bylaws of Airbnb, Inc. (a Delaware corporation). https://s26.q4cdn.com/656283129/files/doc_downloads/governance_doc_updated/Bylaws.pdf (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Airbnb. 2020b. Anti-Bribery-and-Corruption-Policy-unlinked. https://s26.q4cdn.com/656283129/files/doc_downloads/governance_doc_updated/Anti-Bribery-and-Corruption-Policy-unlinked.pdf (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Airbnb. 2020c. Audit, Risk and Compliance Committee Charter. https://s26.q4cdn.com/656283129/files/doc_downloads/governance_doc_updated/Audit-Risk-and-Compliance-Committee-Charter.pdf (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Airbnb. 2020d. Leadership Development, Belonging and Compensation Committee Charter. https://s26.q4cdn.com/656283129/files/doc_downloads/governance_doc_updated/Leadership-Development-Belonging-and-Compensation-Committee-Charter.pdf (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Airbnb. 2020e. Nominating and Corporate Governance Committee Charter. https://s26.q4cdn.com/656283129/files/doc_downloads/governance_doc_updated/Nominating-and-Corporate-Governance-Committee-Charter.pdf (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Airbnb. 2020f. Stakeholder Committee Charter. https://s26.q4cdn.com/656283129/files/doc_downloads/governance_doc_updated/Stakeholder-Committee-Charter.pdf (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Airbnb. 2020g. Airbnb Responds to Expansion of Travel Ban. Airbnb. <https://news.airbnb.com/airbnb-responds-to-expansion-of-travel-ban/> (Zugegriffen: 8. Juni 2023)
- Airbnb. 2020h. An Update on Our Work to Serve All Stakeholders. Airbnb. <https://news.airbnb.com/serving-all-stakeholders/> (Zugegriffen: 8. Juni 2023)
- Airbnb. 2020i. S-1. REGISTRATION STATEMENT UNDER THE SECURITIES ACT OF 1933. <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1559720/000119312520294801/d81668ds1.htm> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Airbnb. 2021a. An Update on Environmental, Social, and Governance (ESG) at Airbnb. [https://s26.q4cdn.com/656283129/files/doc_downloads/governance_doc_updated/Airbnb-ESG-Factsheet-\(Final\).pdf](https://s26.q4cdn.com/656283129/files/doc_downloads/governance_doc_updated/Airbnb-ESG-Factsheet-(Final).pdf) (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Airbnb. 2021b. Careers at Airbnb. <https://careers.airbnb.com/> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Airbnb. 2022a. Airbnb Africa Academy: The Programme. https://www.airbnb.de/d/airbnbafricaacademyprogramme?_set_beve_on_new_domain=1641734374_NjVmZDVhM2FmYjk2 (Zugegriffen: 2. Mai 2022).
- Airbnb. 2022b. Berechtigung für die Inanspruchnahmen von Notunterkünften über Airbnb.org. https://www.airbnb.de/help/article/1950/berechtigung-f%C3%BCr-die-inanspruchnahmen-von-notunterk%C3%BCnften-%C3%BCber-airbnborg?_set_beve_on_new_domain=1641734374_NjVmZDVhM2FmYjk2 (Zugegriffen: 2. Mai 2022).
- Airbnb. 2022c. Sich Airbnb zugehörig fühlen. <https://www.airbnb.de/diversity/belonging> (Zugegriffen: 2. Mai 2022).
- Airbnb. 2022d. Investor Relations | Airbnb | Governance. <https://investors.airbnb.com/governance/default.aspx#governance> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Airbnb, und Marina Novelli. 2021. Short-term Lets Registration White Paper. https://news.airbnb.com/wp-content/uploads/sites/4/2021/06/UK_RegistrationWhitepaper_2021.pdf (Zugegriffen: 8. Juni 2023)
- Ametowobla, Dzifa. 2020. Die Plattformarchitektur als Strukturmuster: Ein Plattformbegriff für die soziologische Debatte. TUTS - Working Papers 3-2020. Berlin: Berlin: Technische Universität Berlin, Fak. VI Planen, Bauen, Umwelt.

- Ametowobla, Dzifa, und Stefan Kirchner. 2022. The organization of digital platforms. Working Paper "Fachgebiet Digitalisierung der Arbeitswelt", 04. Berlin: Technische Universität Berlin.
- Baldwin, Carliss Y., und C. J. Woodard. 2009. The Architecture of Platforms: A Unified View. In *Platforms, Markets and Innovation*, Hrsg. Annabelle Gawer: Edward Elgar Publishing.
- Benner, Katie. 2017. In Airbnb's Super Bowl Ad, Implied Criticism of Trump's Travel Ban. *The New York Times*.
- Boon, Wouter P. C., Kristy Spruit und Koen Frenken. 2019. Collective institutional work: the case of Airbnb in Amsterdam, London and New York. *Industry and Innovation* 26:898–919.
- Brunsson, Nils. 1982. The Irrationality of Action and Action Rationality: Decisions, Ideologies and Organizational Actions. *Journal of Management Studies* 19:29–44.
- Chesky, Brian. 2014a. Don't fuck Up the Culture. <https://medium.com/@bchesky/dont-fuck-up-the-culture-597cde9ee9d4> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Chesky, Brian. 2014b. Shared City. <https://medium.com/@bchesky/shared-city-db9746750a3a> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Chesky, Brian. 2018. Open Letter to the Airbnb Community About Building a 21st Century Company. <https://news.airbnb.com/brian-cheskys-open-letter-to-the-airbnb-community-about-building-a-21st-century-company/> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Chesky, Brian, Joe Gebbia und Nathan Blecharczyk. 2020. Airbnb Code of Ethics. https://s26.q4cdn.com/656283129/files/doc_downloads/governance_doc_updated/Code_of_Ethics.pdf (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Crane, Andrew, Dirk Matten, Abigail McWilliams, Jeremy Moon und Donald S. Siegel, Hrsg. 2009. *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Bd. 1: Oxford University Press.
- Davis, Gerald F. 2015. What might replace the modern corporation: Uberization and the web page enterprise. *Seattle UL Rev* 39:501.
- DiMaggio, Paul J., und Walter W. Powell. 1983. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review* 48:147.
- Doctorow, Cory. 2021. The gig economy's dark-money, astroturf "community groups". Medium.
- Dolata, Ulrich, und Jan-Felix Schrape. 2022. Platform Architectures: The Structuration of Platform Companies on the Internet 2022-01.
- Feix, Thorsten. 2021. Airbnb: From Double-Sided Accommodation to Multi-sided Experience Platform? In *Valuing Digital Business Designs and Platforms. Future of Business and Finance*, Hrsg. Thorsten Feix, 225-261. Cham: Springer International Publishing.
- Fox, Jessica. 2015. Airbnb: How Not to Hire Software Engineers. <https://medium.com/@redfoxstudio/airbnb-how-not-to-hire-software-engineers-7d6eb19ca733> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Freeman, R. E., Kirsten Martin und Bidhan Parmar. 2007. Stakeholder Capitalism. *Journal of Business Ethics* 74:303–314.
- Glassdoor. 2013. Airbnb - Angenehm, aber sehr von Connections und Intrigen geprägt. <https://www.glassdoor.de/Bewertungen/Bewertungen-Airbnb-RVW2765350.htm> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Glassdoor. 2014. Airbnb - Trotz einiger großartiger Mitarbeiter eine insgesamt frustrierende Bilanz. (Das hat man davon, wenn man mit hohen Erwartungen an eine Sache herangeht.). <https://www.glassdoor.de/Bewertungen/Bewertungen-Airbnb-RVW4717424.htm> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Glassdoor. 2015. Airbnb - Airbnb, wir kümmern uns mehr um Fremde als um unsere eigenen Mitarbeiter. <https://www.glassdoor.de/Bewertungen/Bewertungen-Airbnb-RVW5914048.htm> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Glassdoor. 2022a. Airbnb - Avoid if a contractor. <https://www.glassdoor.de/Bewertungen/Bewertungen-Airbnb-RVW57746178.htm> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Glassdoor. 2022b. Zusatzleistung für Mitarbeiter bei Airbnb: Performance Bonus | Glassdoor. https://www.glassdoor.de/Zusatzleistungen/Airbnb-Performance-Bonus-Vereinigte-Staaten-von-Amerika-BNFT17_E391850_N1.htm (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Griesbach, Kathleen, Adam Reich, Luke Elliott-Negri und Ruth Milkman. 2019. Algorithmic Control in Platform Food Delivery Work. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World* 5:237802311987004.
- Hanlon, Gerard. 2009. Rethinking Corporate Social Responsibility and the Role of the Firm—On the Denial of Politics. In *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Bd. 1, Hrsg. Andrew Crane, Dirk Matten, Abigail McWilliams, Jeremy Moon und Donald S. Siegel: Oxford University Press.
- Henama, Unathi Sonwabale, und Lwazi Apleni. 2020. Airbnb as a Tourism Supply Chain Champion for Small Businesses. In *Strategies for Promoting Sustainable Hospitality and Tourism Services. Advances in Hospitality*,

- Tourism, and the Services Industry, Hrsg. Maximiliano Korstanje, Maximiliano E. Korstanje, Babu George und Alexandru-Mircea Nedelea, 22-38: IGI Global.
- Jeans, David. 2020. Airbnb's Cofounders Have Nearly 44% Voting Control Of Covid-Dented Business, IPO Filing Shows. *Forbes*.
- Kenney, Martin, und John Zysman. 2020. The platform economy: restructuring the space of capitalist accumulation. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 13:55–76.
- Kirchner, Stefan. 2019. Arbeiten in der Plattformökonomie: Grundlagen und Grenzen von „Cloudwork“ und „Gigwork“. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 71:3–25.
- Kirchner, Stefan. 2020. Kommt jetzt die Plattformgesellschaft? Grundlagen, Organisationen und Perspektiven in der digitalen Transformation. Working Paper „Fachgebiet Digitalisierung der 03. Berlin: Technische Universität Berlin.
- Kirchner, Stefan, und Jürgen Beyer. 2016. Die Plattformlogik als digitale Marktordnung. *Zeitschrift für Soziologie* 45:324–339.
- Kirchner, Stefan, und Elke Schüßler. 2019. The organization of digital marketplaces: Unmasking the role of Internet platforms in the sharing economy. In *Organization outside Organizations*, Hrsg. Göran Ahrne und Nils Brunsson, 131-154: Cambridge University Press.
- Kirchner, Stefan, und Elke Schüßler. 2020. Regulating the Sharing Economy: A Field Perspective. In *Theorizing the Sharing Economy: Variety and Trajectories of New Forms of Organizing*. Research in the Sociology of Organizations, Hrsg. Indre Maurer, Johanna Mair und Achim Oberg, 215-236: Emerald Publishing Limited.
- Kuhn, Timothy R., und Stanley Deetz. 2009. Critical Theory and Corporate Social Responsibility: Can/Should We Get Beyond Cynical Reasoning? In *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Bd. 1, Hrsg. Andrew Crane, Dirk Matten, Abigail McWilliams, Jeremy Moon und Donald S. Siegel: Oxford University Press.
- Langley, Paul, und Andrew Leyshon. 2017. Platform capitalism: The intermediation and capitalization of digital economic circulation. *Finance and Society* 3:11–31.
- Mayring, Philipp. 2015. *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 12., überarb. Aufl. Weinheim, Basel: Beltz.
- Nasdaq Listing Center. 2022. Rules | The Nasdaq Stock Market. <https://listingcenter.nasdaq.com/rulebook/nasdaq/rules/Nasdaq%205600%20Series> (Zugegriffen: 8. Juni 2023).
- Nelson, Richard R., und Sidney G. Winter. 1982. *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge, Mass.: Belknap Press of Harvard Univ. Press.
- Nyberg, Daniel. 2021. Corporations, Politics, and Democracy: Corporate political activities as political corruption. *Organization Theory* 2:263178772098261.
- Oe, Hiroko, und Linh Le Thuy. 2020. The innovative organisation of Airbnb: Business model innovation and holacracy structure to enhance innovative business behaviour coping with the impact of the COVID-19. *International Journal of Business Innovation and Research* 1:1.
- Popper, Karl R. 2002. *Logik der Forschung*. 10., verb. und vermehrten Aufl., Jub.-Ausg. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Pybus, Jennifer. 2019. Trump, the First Facebook President: Why Politicians Need Our Data Too. In *Trump's Media War*, Hrsg. Catherine Happer, Andrew Hoskins und William Merrin, 227-240. Cham: Springer International Publishing.
- Rachitsky, Lenny. 2019. What Seven Years at Airbnb Taught Me About Building a Business. *Marker*.
- Reuver, Mark de, Carsten Sørensen und Rahul C. Basole. 2018. The Digital Platform: A Research Agenda. *Journal of Information Technology* 33:124–135.
- Rochet, Jean-Charles, und Jean Tirole. 2003. Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association* 1:990–1029.
- Russel, Reagan. 2017. Airbnb Organizational Complexity. <https://ohgeezreagan.files.wordpress.com/2017/10/organizational-complexity-final.pdf> (Zugegriffen: 08. Juni 2023).
- Sargent, Lyman T. 1994. The Three Faces of Utopianism Revisited. *Utopian Studies* 5:1–37.
- Sargent, Lyman Tower. 2010. *Utopianism. A very short introduction*, Bd. 246. Oxford: Oxford Univ. Press.
- Schüßler, Elke, Will Attwood-Charles, Stefan Kirchner und Juliet B. Schor. 2021. Between mutuality, autonomy and domination: rethinking digital platforms as contested relational structures. *Socio-Economic Review* 19:1217–1243.
- SEC. 2022. Airbnb, Inc. SEC Registration. <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1559720/000119312520294801/d81668ds1.htm> (Zugegriffen: 08. Juni 2023).
- Stabrowski, Filip. 2022. Political organizing and narrative framing in the sharing economy Airbnb host clubs in New York City. *City* 26:142–159.

- Statista. 2022. Biggest companies in the world by market cap 2020 | Statista. <https://www.statista.com/statistics/263264/top-companies-in-the-world-by-market-capitalization/> (Zugegriffen: 2. Mai 2022).
- Tepper, Fitz. 2015. Uber Launches "De Blasio's Uber" Feature In NYC With 25-Minute Wait Times. TechCrunch.
- Türk, Klaus. 1990. Neuere Organisationssoziologie. Ein Studienskript. Wuppertal.
- Yates, Luke. 2021. The airbnb 'Movement' for Deregulation. How Platform-Sponsored Grassroots Lobbying is Changing Politics.
- Yin, Robert K. 2003. Case study research. Design and methods, Bd. 5. 3. ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Zider, Bob. 1998. How venture capital works. Harvard business review 76:131–139.
- Zuo, Youxia, Bing Chen und Yufang Zhao. 2018. The Destructive Effect of Ingroup Competition on Ingroup Favoritism. Frontiers in psychology 9:2207.