



**Eberswalde University  
for Sustainable  
Development**

## **Abstract of the Master thesis:**

**Couchsurfing as a socializing instrument.**

**A case study on the Berlin Couchsurfing community**

**Presented by  
Mariia Isupova  
17211161**

**First supervisor: Prof. Dr. Claudia Brözel  
Second supervisor: Robert Rogers, MMH**

**Berlin, 04.10.2019**

## Abstract

Couchsurfing (CS) is a global home-sharing platform. As well as being a part of the economy and adding enormous value by providing people with a way of saving money on accommodation, CS is also a social instrument, which contributes to travel and social relationships in different ways. Jennifer Billock, the CEO of CS, does not view CS as an accommodation platform; she views it as a social network and it is the idea that forms the basis of this study.

The relationship between a host and a surfer and the home-sharing function of CS have already been examined by researchers, so this study looks at the other part of CS: its social events and the “hangouts” feature. The work uses the example of the Berlin CS community, one of the most developed in Europe. It examines CS as a socializing instrument within the Berlin CS community, focusing on the social components of CS events and “hangouts”. It looks at the impact of these social components on different members of the community, including organizers of CS social events, travellers and expats. Therefore the main question of this work is: what is the impact of CS as a socializing instrument on different members of the Berlin CS community?

Qualitative content analysis was chosen due to the sociological type of research with psychological elements, which could not be adequately measured by means of quantitative research. Some of the important theoretical sources are: “Openness and legitimacy building in the sharing economy: an exploratory case study about Couchsurfing” (Marton et al. 2017); “Couchsurfing: belonging and trust in a globally cooperative online social network” (Rosen et al. 2011); “Couchsurfing: performing the travel style through hospitality exchange” (Chen 2018).

Based on the conducted research, the possible impact of CS as a socializing instrument on different types of users can be described as follows: social events are the main offline tool of building the community, where most of the regular users keep in touch. Organizers of these events play a key role; they build the community and have a chance to greatly extend their social circle and the range of activities involving other people, but on their own terms. They have an opportunity to turn an event into a commercial product and to use CS as a marketing tool. CS as a socializing instrument greatly affects travellers as it gives them an opportunity to improve their travelling experience by meeting like-minded people, getting advice about the city or doing joint activities and the opportunity to “never be alone” even if they prefer solo travelling and do not want to stay with a host. However, the most involved group of the community is Berlin expats since they are the most regular visitors of events, the core of the community and the most frequent users of “hangouts”. For them CS can be

a convenient way of social integration in Berlin, developing communication skills, and getting to know the city. They have an opportunity to exchange information, find friends and fulfil the "need of belonging" to a certain social group. The study also includes several related findings. These include practical examples of the commercialisation of CS and a noticeable dissociation of the community, due to commercialisation and the replacement of social events with "hangouts". It also finds that while there has been a partial replacement of the CS home-sharing function with fee-based platforms such as Airbnb, the CS platform still has many advantages, including the possibility of joint activities in travelling and in social life, and the contribution of CS as a socializing instrument to elimination of prejudices about nationalities and the "fear of the unknown".

To sum up, the goal of the study: To determine the impact of CS as a social network on the members of the Berlin CS community has been reached and the main and auxiliary questions have been answered. The results exceeded the original goal of the study due to a variety of related findings.

## Deutsche Zusammenfassung

Couchsurfing (CS) ist eine globale "Home-Sharing" Plattform. CS ist nicht nur ein Teil der Wirtschaft, sondern auch ein soziales Instrument, das auf unterschiedliche Weise zu Reisen und sozialen Beziehungen beiträgt. Jennifer Billock, die CEO von CS, betrachtet CS nicht als Plattform für die Unterbringung. Sie sieht es als soziales Netzwerk und das ist die Ausgangsüberlegung, die die Grundlage dieser Studie bildet.

Die Beziehung zwischen einem „Host“ und einem „Surfer“ und die Funktion des „Home-Sharing“ von CS wurden bereits von Forschern untersucht. Daher befasst sich diese Studie mit dem anderen Teil von CS: den sozialen Events und der Funktion „Hangouts“. Die Arbeit orientiert sich am Beispiel der Berliner CS Community, einer der am weitesten entwickelten in Europa. Die Studie untersucht CS als soziales Instrument innerhalb der Berliner CS Community und konzentriert sich dabei auf die sozialen Komponenten von CS-Events und „Hangouts“. Es wird die Auswirkung dieser sozialen Komponenten auf verschiedene Mitglieder der Community untersucht, einschließlich Organisatoren sozialer CS-Veranstaltungen, Reisende und Expats. Die Hauptfrage dieser Arbeit lautet daher: Wie wirkt sich CS als Instrument der Sozialisierung auf verschiedene Mitglieder der Berliner CS-Community aus?

Die qualitative Inhaltsanalyse wurde aufgrund der soziologischen Art der Forschung mit psychologischen Elementen gewählt, die mittels quantitativer Forschung nicht ausreichend gemessen werden können. Einige der wichtigsten Quellen sind: "Openness and legitimacy building in the sharing economy: an exploratory case study about Couchsurfing" (Marton et al. 2017); "Couchsurfing: belonging and trust in a globally cooperative online social network" (Rosen et al. 2011); "Couchsurfing: performing the travel style through hospitality exchange" (Chen 2018).

Basierend auf den durchgeführten Untersuchungen kann die mögliche Auswirkung von CS als Instrument der Sozialisierung auf verschiedene Nutzertypen wie folgt beschrieben werden: soziale Events sind das wichtigste Offline-Tool zum Aufbau einer Community, in der die meisten regulären Nutzer in Kontakt bleiben. Die Organisatoren dieser Veranstaltungen spielen eine Schlüsselrolle, sie bilden Community und haben die Chance, ihren sozialen Kreis und das Spektrum der Aktivitäten, an denen andere beteiligt sind, erheblich zu erweitern, jedoch zu ihren eigenen Bedingungen. Sie haben die Möglichkeit, ein Event in ein kommerzielles Produkt zu verwandeln und CS als Marketinginstrument zu nutzen. CS als soziales Instrument wirkt sich stark auf Reisende aus, da es ihnen die Möglichkeit gibt, ihr Reiseerlebnis zu verbessern, indem sie Gleichgesinnte treffen, sich über die Stadt beraten lassen oder gemeinsame Aktivitäten durchführen. Sie haben die Möglichkeit „nie allein zu sein“, auch wenn sie lieber alleine reisen und nicht bei einem

„Host“ bleiben wollen. Die am stärksten beteiligte Gruppe der Community sind jedoch die Berliner Expats, da sie die häufigsten Besucher von Veranstaltungen, den Kern der Community und die häufigsten Nutzer von „Hangouts“ sind. Für sie kann CS eine bequeme Möglichkeit sein, sich in Berlin zu integrieren, Kommunikationsfähigkeiten zu entwickeln und die Stadt kennenzulernen. Sie haben die Möglichkeit, Informationen auszutauschen, Freunde zu finden und das „Bedürfnis nach Zugehörigkeit“ zu einer bestimmten sozialen Gruppe zu erfüllen. Die Studie enthält auch mehrere angeschlossene Ergebnisse. Dazu gehören praktische Beispiele für die Kommerzialisierung von CS und eine spürbare Dissoziation der Community aufgrund der Kommerzialisierung und des Ersatzes sozialer Events durch „Hangouts“. Es wird auch festgestellt, dass die CS-Home-Sharing-Funktion teilweise durch gebührenpflichtige Plattformen wie Airbnb ersetzt wurde. Jedoch bietet die CS-Plattform nach wie vor viele Vorteile, einschließlich der Bedeutung gemeinsamer Aktivitäten auf Reisen im gesellschaftlichen Leben und des Beitrags von CS als sozialisierendes Instrument zur Beseitigung von Vorurteilen gegenüber Nationalitäten und der „Angst vor dem Unbekannten“.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Ziel der Studie, den Einfluss von CS als soziales Netzwerk auf die Mitglieder der Berliner CS-Community zu bestimmen, erreicht und die Haupt- und zusätzliche Fragen beantwortet wurden. Die Ergebnisse übertrafen das ursprüngliche Ziel der Studie aufgrund einer Reihe angeschlossener Ergebnisse.