

USE-IT
TOURIST INFO FOR YOUNG PEOPLE

JONGERENTOERISME

STAKEHOLDER 5 - GRATIS LOGIES

Deze studie is een realisatie van USE-IT, in het kader van haar samenwerkingsakkoord met Toerisme Vlaanderen.

Auteur: dr. K.J. Dams

(c) USE-IT 2008.

De stakeholderanalyse is deel drie van een breed onderzoek door USE-IT naar jongerentoeurisme. Het eerste deel was Budgetreisgidsen over Vlaanderen (maart 2006); het tweede deel was Profiel Van De Jonge Reiziger, Robotfoto (2e, geupdate versie in april 2007).

De stakeholder-analyse bestaat uit 5 delen:

Hostels

Buitenlandse Overheden

Vervoersbedrijven

Belangenorganisaties

Gratis logies

Het is een bijdrage tot het opstellen van een Actieplan Internationaal individueel jongerentoeurisme in de Vlaamse kunststeden en Brussel door Toerisme Vlaanderen, bedoeld om meer jonge reizigers aan te trekken.

INDEX

VOORAF	4
1. HOSPITALITY CLUB	10
1.1. GESCHIEDENIS	10
1.2. MISSIE	11
1.3. WERKING	12
1.4. LEIDING/BASIS	13
1.5. INKOMSTEN	14
2. COUCHSURFING	15
2.1. GESCHIEDENIS	15
2.2. MISSIE	16
2.3. WERKING	19
2.4. LEIDING/BASIS	19
2.5. INKOMSTEN	20
3. ANDEREN	21
3.1. BE WELCOME	21
3.2. BELODGED.COM	21
3.3. SERVAS	22
4. GEBRUIKERS	24
5. CONCLUSIES & AANBEVELINGEN	27
MET DANK AAN	29

VOORAF

Buitenlandse bezoekers in het land die gratis overnachten: in toeristisch onderzoek en beleid worden ze meestal over het hoofd gezien. In België is hét criterium om als toerist te worden geregistreerd door de FOD Algemene Directie Statistiek: minstens éénmaal betalend overnachten in een als zodanig erkende logiesverstrekende instantie: een hotel, een hostel, een vakantieoord, een bed & breakfast... Wie dat niet doet, glipt het land onopgemerkt in en uit; niets is bekend over zijn of haar gedrag, profiel, economische impact...

Deze telmethode stamt uit een tijd toen toeristische industrie en hotelindustrie nog golden als quasi synoniem. Vandaag zijn er echter redenen om een andere definitie te hanteren van wat een toerist is:

- Internationaal wordt een **nieuwe berekenmethode van toeristische uitgaven** de norm, namelijk **Tourism Satellite Account**, kortweg **TSA**. TSA is een model om de economische impact van toerisme meer exact te berekenen, door ook rekening te houden met bestedingen van reizigers buiten de toeristische kernsectoren: hotels, restaurants, attracties. De bedoeling is: “ (to) define the whole economy linked to tourism, and not just its more evident components.”¹ TSA is aanvaard als norm door de UNWTO (United Nations World Tourism Organisation) en door Eurostat – de statistische dienst van de Europese Unie.
- Er zijn **aanduidingen dat niet betalende logies in opmars** zijn. Een eerste indicatie zijn de hoge cijfers die studies aangeven voor het zogenaamde **VFR-toerisme – Visiting Friends & Relatives**. Voor jongerentoeerisme specifiek is deze groep, volgens een studie uit 2003, goed voor 41% van het totale aantal overnachtingen.² Een tweede indicatie is de grote groei, geleidelijk sinds een aantal jaren, en zeer sterk in 2008, van internet hospitality-exchange netwerken – kortweg **HospEx-netwerken**.

Een onderzoek doen naar VFR-toerisme zou hier te ver leiden. Daarom focust dit rapport op de meer zichtbare Hospitality Exchange-netwerken, die eigenlijk het midden houden tussen VFR-toerisme en betalende logies.

¹ European Implementation Manual on TSA, 10
² Richards & Wilson, New Horizons, p. 16

Wat zijn hospitality exchange-netwerken? Hospitality exchange netwerken hebben dit gemeen met andere sociale netwerksites (MySpace, FaceBook, NetLog...) dat gebruikers er een profiel op kunnen plaatsen, er berichten op kunnen uitwisselen en kunnen discussiëren op forums. Het verschil zit hier: op Hospitality Exchange-netwerken wordt verlangd – en bij sommige is het verplicht – dat men reizigers in zijn huis gratis een overnachtingsmogelijkheid aanbiedt: een bed als het kan, maar een zetel volstaat. De hospitality exchange netwerken stellen zichzelf ook een missie die toerisme overstijgt, en die kort kan worden omschreven als het bevorderen van internationaal begrip.

Qua aantal leden steken twee hospitality exchange sites er bovenuit: **Hospitality Club** (begonnen in 2000) en **Couchsurfing** (begonnen in 2004) met in augustus 2008 respectievelijk ongeveer 330.000 en 690.000 leden. Nog belangrijk, daarnaast is **Global Freeloaders** (begonnen in 2000) met ongeveer 60.000 leden. Een bijzondere plaats in het veld wordt ingenomen door **Servas**: begonnen in 1949, is Servas het oudste netwerk, al is het met naar schatting 20.000 leden veel kleiner dan de anderen.

Hospitality exchange netwerken, zo zal deze studie aantonen, bevinden zich anno 2008 in een experimenteel stadium én op een kruispunt. Er is niet één “bedrijfsmodel”, en ook de aspiraties van de verschillende netwerken lopen uiteen. Sommige netwerken zijn helemaal gebaseerd op vrijwilligerswerk, anderen gaan over tot (gedeeltelijke) professionalisering. Sommige willen 100% “community-based” te zijn – dat wil zeggen een soort van democratie vormen tussen alle leden; bij de twee grootsten is er echter top-down leiderschap. In 2007 meldde zich ook een commerciële speler op het terrein: een Zwitsers bedrijf gespecialiseerd in “web 2.0. dialoog-marketing” probeert sindsdien een eigen hospitality exchange-netwerk op te bouwen.

Dit rapport biedt een algemeen overzicht van de hospitality exchange netwerken. **Een voorafgaand deel** gaat in op de voorgeschiedenis van de netwerken, van de stichting in 1949 van Servas Open Doors tot de start van de Internet netwerken in 2000. De **volgende twee delen** behandelen de twee grootste netwerken, Hospitality Club en Couchsurfing, voor wat betreft hun geschiedenis, hun missie, hun werking, de verhouding tussen leiding en basis, en de inkomsten. In **deel vier** worden kort enkele kleinere netwerken besproken, en **deel vijf** behandelt, eveneens kort, cijfers inzake gebruik van de netwerken, of liever het gebrek aan cijfers.

VOOR- GESCHIEDENIS 1949-2000

1949. Bob Luitweiler (1918-2008), een Amerikaanse pacifist en dienstweigeraar, sticht op reis doorheen Europa in Denemarken de vereniging Peacebuilders, waarvan de naam in 1952 werd veranderd in Servas Open Doors. (naar het Esperanto voor 'wij dienen': 'ni servas').³

Luitweiler was een man gevormd door **drie volgens hemzelf fortuinlijke omstandigheden**:

- **Toen hij zeventien was, zetten zijn ouders hem op straat.** Ze hadden hem opgevoed tot zelfstandigheid, en wel in die mate, zei hij zelf, dat ze hem niet meer aankonden. Daardoor ging hij *on the road* – volgens hem meer leerzaam dan het gezinsleven.
- **Luitweiler had dyslexie**; daarom was zijn poging tot studie van sociologie geen succes. Luitweiler verliet de universiteit en koos opnieuw voor een zwervend bestaan – zo reisde hij een tijdje mee met carnavalsartiesten. Deze “Vagabond College” was volgens Luitweiler veel leerzamer dan de universiteit.
- Als pacifist en een dienstweigeraar tijdens W.O. II, bracht Luitweiler **twee jaar in de gevangenis** door. Dit was “a great experience”, zei hij nadien: een door de regering betaalde cursus criminologie, met de onderwerpen in een bed ernaast. Boeiende gesprekken met fascinerende persoonlijkheden, het smeden van vriendschappen voor het leven met andere gewetensbezwaarden en ook nog de gelegenheid om Esperanto te

³ De reden voor die naamswijziging was dat elk initiatief met 'peace' in de titel in deze McCarthy-tijden werd bekeken als pro-Soviet. Zie <http://64.233.183.104/search?q=cache:aFOyQJQp2SwJ:www.servas.org/siexco/images/2/2e/SINews2005p09.pdf+servas+peacebuilders&hl=en&ct=clnk&cd=1&client=safari>

leren. Daarnaast voerde hij actie tegen de rassensegregatie in de eetzaal.

“I was given the opportunity to live among and become friends with the outcasts of society. They were sons of poor immigrants, destitute plantation workers from Puerto Rico, slum-bred African Americans, Kentucky mountain moon shiners and a few well-schooled con artists.”⁴

Na de oorlog ging Luitweiler reizen doorheen Europa en stichtte hij dus Peacebuilders – het huidige Servas Open Doors. Zoals zijn dienstweigering was dit initiatief ingegeven door zijn pacifistische overtuiging. Meer concreet brachten twee triggers hem ertoe:

- Een Duitse jongedame vertelde hem in een kamp nabij Stockholm dat Duitsers, ten gevolge van overheidsmaatregelen om buitenlandse deviezen in het land te houden met het oog op de economische wederopbouw na W.O. II, niet meer dan vijf Amerikaanse dollar mochten meenemen op een buitenlandse trip. Dat was ook in 1949 een zodanig klein bedrag, dat het buitenlandse reizen voor Duitsers effectief onmogelijk maakte. Voor Luitweiler een probleem: hoe moesten de Duitsers leren hoe democratie werkt, als ze nergens kunnen gaan zien hoe het kan?
- Een jonge Amerikaan, die de zomermaanden had doorgebracht met een studentenuitwisselingsprogramma bij een Zweeds gezin, sprak Luitweiler over het “rampzalig beleid van de Socialistische regering van Zweden.” De jongen, zo meende Luitweiler, was duidelijk geïndoctrineerd door “reactionaire Zweden”⁵; zelf was Luitweiler een groot bewonderaar van het Zweedse sociaal-progressieve model. Luitweiler besloot dat het mogelijk moest zijn elders te verblijven dan bij de traditionele gastheren en -vrouwen voor studentenuitwisselingsprogramma’s, namelijk de hogere klasse, bij wie men volgens Luitweiler niet echt veel kon opsteken.

Bij Servas ging het dus vooral om educatie, niet voor de elite maar voor het volk – dat blijkt ook uit het model waar Luitweiler zijn inspiratie putte, namelijk **de Zweedse volkshogescholen**. Deze waren bedoeld voor boerenkinderen die niet naar de middelbare school gingen. De volkshogescholen werden alleen gehouden in de winter, als de jongens niet nodig waren op het veld. Luitweiler

4 Bob Luitweiler, “The Seeds of Servas. Opening Doors For Peace. A personal recollection of the earliest days of Servas”. San Fransico, 1999, p. 7.

5 Uit een interview uit 2007, gepost op YouTube: SERVAS: A light in the dark – or just another way to travel cheaply? A thought-provoking interview with Bob Luitweiler. Zie <http://www.youtube.com/watch?v=c16gZRQYtKM>

las erover, raakte gefascineerd, leerde Deens met een paar vinylplaten, nam de boot naar Denemarken en schreef zich in in een Volkshogeschool.

De Volkshogeschool, aldus Luitweiler, maakte veel boeren bewust van hun situatie binnen de maatschappij en vooral ook bewust van alternatieven, en hun mogelijke rol binnen een verandering. Vele van de afgestudeerden van de volkshogescholen, gingen vervolgens een rol spelen binnen de coöperatieve beweging. SERVAS moest bij hetzelfde publiek (de ‘lagere klasse’ volgens de door Luitweiler verfoeide sociologie) een gelijkaardige werking hebben: ze bewust maken van de toestand in de wereld én hoe die kon veranderen, door hun actief ingrijpen.

Daarom zou elke reis een studiereis moeten zijn. Luitweiler zelf reisde om te leren. Op tocht doorheen Duitsland, bijvoorbeeld, reflecteerde hij op de diepere gronden achter Nazi-Duitsland, in het Pruisische autoritarisme. Teneinde zijn leermeester en voorbeeld Ghandi beter te begrijpen, trok hij doorheen Indië. Gefascineerd door het Kibboets-systeem van landbouw-coöperatieven, trok hij naar Israël. Dit was een teleurstelling: wat vanop afstand een idyllische woon-werkgemeenschap leek, bleek van nabij beschouwd aanzienlijk minder aantrekkelijk, vooral omdat de oude Europese scheiding onder de Joden (Sefardisch, Aschkenazy) er niet werd doorbroken. In Turkije stelde Luitweiler vast dat ze in dit land al eeuwen lang een systeem hadden van gratis logies: in dorpen was er altijd een kamer vrij, beheerd door het dorpshoofd.

Overal waar hij kwam, sprak Luitweiler met iedereen: ambachtslui, boeren en kinderen, in een poging de lokale gewoonten te bestuderen:

*“As I learned to listen with empathy, the most humble persons from the distant corners of the world became my mentors, pulling me into unthought of chambers of thoughts and insights”; dit was zijn “pilgrimage into the soul of humanity”.*⁶

Hoe werkt Servas? Wie wil logeren bij Servas-gastheren/vrouwen, moet zich inschrijven bij de vereniging – best minstens vier weken op voorhand. De kandidaten worden geëvalueerd door de plaatselijke Servas-coördinator door middel van een persoonlijk gesprek, en indien aanvaard, krijgt hij of zij, na betaling van het lidmaatschapsgeld, een “letter of introduction” (goed voor één jaar) en een lijst van gastheren/vrouwen in de landen die men bezoekt. Deze

⁶ Bob Luitweiler, “The seeds of Servas. Opening doors to peace. A personal recollection of the Earliest days of Servas.”, p. 4.

lijst kost 85 US\$.⁷ Een aantal weken op voorhand wordt de reiziger geacht de dagen van zijn verblijf aan te geven; maximaal mag hij drie dagen (d.w.z. twee nachten) blijven. Op het einde van de trip wordt van de Servas-reiziger verwacht dat hij contact opneemt met zijn plaatselijke Servas coördinator, om de lijst van gastheren/vrouwen te updaten.

In de tweede helft van de twintigste eeuw stichtten anderen vergelijkbare organisaties. Het algemene kenmerk ervan was dat ze niet open voor allen waren, maar waren bedoeld voor mensen die één bepaald kenmerk deelden, zoals een hobby (bijvoorbeeld fietsen), een geslacht (het vrouwelijke) of een gemeenschappelijk belangstellingspunt (zoals Esperanto).

Al deze netwerken kenden dezelfde problemen: het drukken van gastenlijsten, hoe die te verspreiden, hoe geld in te zamelen. Daardoor bleven ze noodgedwongen kleinschalig. Vergelijk het met de hostels, pre-internet: ook daar raakten logistieke problemen niet opgelost. Dat veranderde daar vanaf 1999 met Hostelworld; hier veranderde het vanaf 2000, wanneer de eerste twee online-hospitality netwerken begonnen: het van oorsprong Duitse **Hospitality Club** en het van oorsprong Australische **Global Freeloaders**.

Hospitality Club kwam voort uit de off-line hospitality exchange-wereld. Stichter Veit Kuhne was al sinds 1996 actief binnen SIGHT, het hospitality exchange netwerk van MENSA, de vereniging van mensen met een hoog IQ. Vanaf 1997 had Kuhne een vergelijkbare werking opgezet binnen de internationale studentenvereniging AFS (zie www.afs.org). In 2000 beseftte hij dat het Internet dienst kon doen als een algemeen hospitality exchange-netwerk, met vrije toegang: Hospitality Club.

Het zat in de lucht: in december 2000, een paar maanden na de start van Hospitality Club, begon de Australiër Adam Staines het vergelijkbare netwerk Global Freeloaders. Toenaderingspogingen vanwege Hospitality Club om samen te smelten leverden niets op.

7

Cijfers uit New York Times, 9 juli 2006: Susan Stellin, "Hospitality Exchange Services: Do Go To Strangers (and they'll come to you)."

1. HOSPITALITY CLUB



Veit Kuhne

1.1. GESCHIEDENIS

In 2000, bij de stichting van Hospitality Club, stelde Veit Kuhne (°Leipzig, 1978) zichzelf een missie: Hospitality Club uitbouwen tot een netwerk van 1 miljoen leden. Aanvankelijk wilde hij dit streefdoel bereiken in drie jaar tijd. Zo hard liep het niet: in het eerste jaar wierf Hospitality Club 750 leden; het volgende jaar liep het aantal nieuwe leden terug tot 600...⁸ Vervolgens begon het wél te vloten – al zit Kuhne voorlopig nog slechts aan 1/3 van zijn voorziene ledental, terwijl hij intussen in dat opzicht is voorbijgestoken door Couchsurfing, dat midden 2008 twee keer zoveel leden telt.

En dat steekt. Hospitality Club was het eerste internet hospitality exchange netwerk, en was graag het enige gebleven. Toen een paar maanden na Hospitality Club het Australische Global FreeLoaders eraan begon, wilde Hospitality Club deze concurrent opslokken. Vandaag stelt Hospitality Club met spijt vast dat er steeds meer Hospitality Exchange netwerken opduiken – het is ook niet heel erg moeilijk, in 2008, om een database annex forum op het net te zetten:

8

<http://www.hospitalityclub.org/hospitalityclub/aboutned.htm>

*“While it is great that the idea of hospitality exchange is spreading, **we believe that it is best to have one global network** to keep abusers out, bundle volunteer resources and save time for all members. We tried to cooperate with most other sites, but it is often very difficult for founders to give up their baby instead of doing a one-man-show. **We want to make sure that all the members on the other sites eventually find their way to the HC.**”⁹*

Daarom worden de vrijwilligers aangespoord om profielen aan te maken op de andere sites, teneinde hun leden door te sluizen naar Hospitality Club.

1.2. MISSIE

De bedoeling van Hospitality Club is niet winst maken. Het is ook niet echt besparen op logies. Het doel is: “to increase intercultural understanding and strengthen peace.” Goedkoop reizen is niet waar het om gaat, wel het ontmoeten van mensen. Een probleem daarbij, aldus het HC-team, is dat

“most people first plan to go to the big cities. In the club, we try to bring people together, no matter where they live, and we try to channel people towards smaller places and toward people.”

Daarbij, aldus Kuhne,

“is het wel leuk als iemand uit Frankrijk op bezoek gaat bij iemand uit de Verenigde Staten. Maar wat ik altijd al wou doen, is mensen uit meer ‘moeilijke’ plaatsen, zoals Noord-Ierland, Servië, Bosnië en Palestina, in contact brengen met mensen van daarbuiten. Eenmaal je iemand kent in landen als Irak of Afghanistan, eenmaal je vrienden hebt uit het kamp van ‘de vijand’, dan begrijp je dat dit mensen zijn zoals jezelf, en wordt het moeilijker hen te demoniseren.”¹⁰

In de toekomst wil Hospitality Club meer de richting uit van een “peace project”. Kuhne wil projecten opzetten ten einde de relatie te verbeteren tussen Indië en Pakistan, in de Balkan, het Baskenland, de relaties tussen de Arabische en Westerse wereld in het algemeen en tussen Israëli’s en Palestijnen in het bijzonder.

9 <http://secure.hospitalityclub.org/hc/volunteerinfo.php>

10 Uit een interview met Veit Kuhne in Christian Science Monitor (28/02/2006). Zie <http://www.csmonitor.com/2006/0228/p20s01-wome.html>. Eigen vertaling.

Tegelijkertijd, echter, wil Hospitality Club van hospitality exchange een standaard toeristische praktijk maken: **“We are determined to make hospitality exchange a mainstream travel activity.”**¹¹ Met het oog daarop sluiten ze partnerships en coöperaties af met organisaties overal ter wereld.

1.3. WERKING

Bij het begin van Hospitality Club maakten de stichters, aldus Veit Kuhne een studie van al bestaande netwerken, om vervolgens een combinatie te maken van de beste methoden. Namelijk de volgende:

- Elk lid wordt geverifieerd: een team van vrijwilligers controleert het nummer van paspoort & identiteitskaart. Deze procedure is gratis.
- Het contact tussen gastheer/vrouw en potentiële gasten verloopt via de website; d.w.z.: het email-adres blijft verborgen.
- Gast en gastheer regelen zelf verblijf en kosten. De overnachting zelf moet weliswaar gratis zijn, maar over telefoonkosten, eten en andere zaken kan worden onderhandeld.
- Gastheren/vrouwen worden aangemoedigd om het paspoortnummer van de gast te checken – en op de website te registreren dat ze dit hebben gedaan.
- Het is niet mogelijk om twee profielen aan te maken.
- Het is niet mogelijk te veranderen van gebruikersnaam.
- Het is niet mogelijk zich uit te schrijven als lid en zich weer in te schrijven onder een andere naam – om zo bijvoorbeeld na slechte commentaren te herbeginnen van nul af aan.
- Alle correspondentie tussen leden wordt door vrijwilligers gescand op ongepaste boodschappen en op spam. Berichten worden bewaard gedurende twaalf maanden.

Deze veiligheidsmaatregelen kunnen de werking van Hospitality Club wel aanzienlijk vertragen. De registratie via het internet kan “enkele dagen tot enkele weken duren” omdat vrijwilligers het paspoortnummer moeten checken. Door de spam-check kan het soms uren tot dagen duren vooraleer een bericht

¹¹ www.info.hospitalityclub.org/about.htm

de mailbox van de bestemming bereikt. Leden kunnen hun mail echter wél meteen checken via hun gebruikersprofiel op www.hospitalityclub.com.

1.4. LEIDING/BASIS

De leiding van Hospitality Club wordt sinds 2000 waargenomen door stichter Veit Kuhne die na zijn studies bedrijfsbeheer begon aan een carrière als lifter, logé en vredesactivist. Kuhn leeft zijn principes en is steeds *on the road*; van waar dan ook ter wereld runt hij de website, hierin bijgestaan door een handvol getrouwen (de “super volunteers”) en enkele honderden “gewone” vrijwilligers. De super-volunteers zijn:

- Kjell Kuhne (1979) – broer van;
- Pierre-Charles Marais (1983); (tevens actief bij BeWelcome);
- Jean-Yves Hegrón (1964);
- Gerrit Otte (1977).

Het leiderschap bij Hospitality Club is uitgesproken top-down. De website is geregistreerd op Kuhne’s naam; achter Hospitality Club zit geen formele vereniging, met vormen van inspraak van leden, raden van bestuur enzomeer:

“The club is explicitly not organized in some form of ‘democracy’, with complex voting procedures or ‘HC politicians’. Democracy is a wonderful concept for the organisation of countries, but to run an internet platform like the club, quick decision making and good administration is needed. If you are interested in a democratic hospitality network with elected representatives and a global conference, we recommend you to join Servas.”

De Forum Rules stipuleren voorts dat de strategie van Hospitality Club als vereniging niet besproken wordt op de publieke forums: wie hieromtrent een probleem heeft, wordt gevraagd een privé-mail sturen naar één van de vrijwilligers.

De gewone vrijwilligers hebben volgende taken:

- **MEDIA-TAKEN:** contacten leggen met media om interesse te genereren in Hospitality Club; berichten over en links naar HC zetten op verwante fora; bewerken van mailing lists.
- **I.T.-TAKEN:** het beheren van de server, HTML-webmaster
- **GRAFISCHE TAKEN:** layout, webdesign.
- **INTERNE COMMUNICATIE:** spam checken, mail-list modereren,
- **EXTERNE COMMUNICATIE**
- **SECURITY:** het beschermen van data.
- **CONFLICT-BEMIDDELING** wanneer problemen opduiken tussen gasten en gastheren/vrouwen. Dit gebeurt voornamelijk via e-mail.
- **CONTENT:** op de HC-website staan 'reisgidsen'; vrijwilligers vullen deze met informatie en ontwikkelen trajecten.
- **PARTNERSHIPS:** Dit kan bijvoorbeeld gaan om besprekingen met een jongeren-organisatie die een congres organiseert, en die via HC aan logies kunnen geraken – op voorwaarde: dat iedereen zich lid maakt.

1.5. INKOMSTEN

Hospitality Club heeft alleen vrijwilligers en geen betaalde personeelsleden. Om andere kosten (zoals webhosting) te betalen haalt de organisatie geld uit reclame-inkomsten. Om gebruikers niet te zeer te hinderen met irrelevante advertenties en aanbiedingen, maakt HC daarvoor gebruik van Google AdSense: 'slimme' advertenties aangepast aan de inhoud van de pagina.

2. COUCHSURFING



Casey Fenton Sébastien Giau Le Tuan Leonardo Bassani da Silveira

2.1. GESCHIEDENIS

Begonnen in 2004 – vier jaar na Hospitality Club, is Couchsurfing in 2008 het grootste Hospitality Exchange-netwerk geworden. Stichter Casey Fenton, zoon van hippie-ouders, opgegroeid in een schuur in Arizona, wou, in een vorig leven als online-entrepreneur, er eens tussenuit voor het weekend en vloog naar IJsland. Hij kende niemand in Reykjavik en had geen zin om te overnachten in een hotel, dus nam hij een lijst van 1500 studenten en stuurde ze elk een gepersonaliseerde mail: “Hi Bjorn”. Hij raakte in contact met IJslanders die hem een slaapplek bezorgden en hem rondgidsten. De ervaring beviel hem: waarom nog reizen op een andere manier?

Het lanceren van CouchSurfing, echter, duurde nog even: Fenton was te druk bezig met een ander project, namelijk een website voor freelance programmeurs om aan werk te geraken. Couchsurfing werd uiteindelijk gelanceerd in januari 2004. In juni 2006 crashte de website. In een dramatische mail aan alle leden kondigde Fenton het definitieve einde aan van Couchsurfing.¹² (Hij dacht aanvankelijk dat alle data, ook de back-ups, definitief verloren was).¹³ Maar de Couchsurfing community aanvaardde het verdwijnen van de website niet. Mails

12
13

Mail te lezen hier: <http://www.techcrunch.com/2006/06/29/couchsurfing-deletes-itself-shuts-down/>

Voor een technische uiteenzetting hieromtrent door Casey Fenton, zie: http://www.couchsurfing.com/crash_page.html

stroomden binnen:

“Overwhelmingly, people said two things:

- 1. couchsurfing is about more than the couches; it has saved my life and can make the world better*
- 2. I want to help bring it back and participate in the projects' future.”*

De originele CouchSurfing website was helemaal het werk van Fenton alleen. De tweede, post-crash versie – “C.S. 2.0” – genoemd was het werk van een gemeenschap:

*“The recovery and rebuilding effort began, with enthusiasm and passion. Help arrived in all directions: food drops, fly ins, donations and hugs. The CSC (NVDR: **Couch Surfing Collective, een bijeenkomst van vrijwilligers – zie verder**) became a bustling work headquarters with members showing up out of the blue to get down to business.”*

Met vereende kracht werd de website terug op poten gezet, nu als “a volunteer-centred, community-based enterprise”.

2.2. MISSIE

Dit is het mission statement van CouchSurfing:

“CouchSurfing seeks to internationally network people and places, create educational exchanges, raise collective consciousness, spread tolerance and facilitate cultural understanding.

As a community we strive to do our individual and collective parts to make the world a better place, and we believe that the surfing of couches is a means to accomplish this goal.

CouchSurfing is not about the furniture, not just about finding free accommodations around the world; it's about making connections worldwide. We make the world a better place by opening our homes, our hearts, and our lives. We open our minds and welcome the knowledge that cultural exchange makes available. We create deep and meaningful connections that cross oceans, continents and cultures. CouchSurfing

wants to change not only the way we travel, but how we relate to the world!”¹⁴

De idealen die CouchSurfing nastreeft, zijn dus ongeveer dezelfde als die van Hospitality Club of van Servas. Het verschil zit hem deels in de stijl, deels in de persoonlijke filosofie.

CouchSurfing heeft een heel andere appeal dan Hospitality Club. Couchsurfers zijn heel andere types. Casey Fenton & zijn “leadership team” zijn paraglidetandem-instructeurs, surfers, product designers... uit Argentinië en Californië, die tappen uit een bepaalde Amerikaanse romantiek rondom reizen en zelfrealisatie: beatnik-schrijver **Jack Kerouac** (1922-1969), vooral bekend van *On the road*, is een steeds terugkerende referentie.

Waarom reist Fenton? Hij begon ermee na een romantische breuk. Het werd vervolgens een spirituele ontdekkingsreis, in de wereld rondom hem en in de wereld binnenin hem:

“Initially traveling was a means to distract my mind and heart, but as I grew and learned, travel became a way for me to discover the gigantic world around me, and the even bigger world within me.”¹⁵

Een heel ander streven, hier, dan de studie-reis naar culturele gebruiken en socio-economische organisatievormen, zoals Bob Luitweiler van Servas ze promootte. Op zijn CouchSurfing-profiel omschrijft Fenton het type mensen van wie hij houdt met een citaat van Jack Kerouac, uit *On The Road*:

“...the only people for me are the mad ones, the ones who are mad to live, mad to talk, mad to be saved, desirous of everything at the same time, the ones who never yawn or say a commonplace thing, but burn, burn, burn like fabulous yellow roman candles exploding like spiders across the stars and in the middle you see the blue centerlight pop and everybody goes ‘Awww!’” Those are the people I enjoy.”

Dat er bij CouchSurfing meer dan een klein beetje een streak is van mystieke vagabondage stijl Kerouac, merkten ook de Canadese journalisten Peter Alsop en Siobhan O’Connor toen ze de Montreal Collective bezochten in 2006. Hipsters van rondom de wereld sliepen op banken en op de grond in aangrenzende appartementen en luisterden naar de inzichten van hun spirituele leider, Casey

¹⁴ <http://www.couchsurfing.com/mission.html>

¹⁵ <http://www.couchsurfing.com/founders-casey.html>

Fenton. Eén van de aanwezigen, Alex Goodman (23) lichtte zijn engagement binnen Couchsurfing toe. Het ging niet om een socio-economische studiereis, of het aanleren van budgetbeheer. Het ging om “levenswijsheid”:

“If I were 16 and in search of answers to how to live my life, I wouldn't go to a rabbi or a priest or a Buddhist monk. I'd try to find a way to systematically evaluate the experiences of everyone around me, to see what has worked and what hasn't, what makes for a good, happy, worthwhile life and what doesn't. Information technology and the emergence of social networks are making this possible.”¹⁶

Casey Fenton wil het aanwezige potentieel in Couchsurfing actualiseren en heeft plannen voor een Couchsurfing University: een laag binnen het netwerk die zal toestaan om een trip te plannen, niet omwille van de bestemming, maar om iets te leren: “a skill, a craft, or, more vaguely, life wisdom”.

Alsop en O'Connor legden de link naar **The Great Rucksack Revolution** – een visioen van Jack Kerouac uit zijn boek *The Dharma Bums* (1958):

“(...) a world full of rucksack wanderers, Dharma Bums refusing to subscribe to the general demand that they consume production and therefore have to work for the privilege of consuming, all that crap they didn't really want anyway such as refrigerators, TV sets, cars, ...all of them imprisoned in a system of work, produce, consume, work, produce, consume, I see a vision of a great rucksack revolution thousands or even millions of young Americans wandering around with rucksacks, going up to mountains to pray, making children laugh and old men glad, making young girls happy and old girls happier, all of 'em Zen Lunatics who go about writing poems that happen to appear in their heads for no reason and also by being kind and also by strange unexpected acts keep giving visions of eternal freedom to everybody and to all living creatures.

¹⁶ http://www.goodmagazine.com/section/Features/Sleeping_with_Strangers. Een jaar later bleek het overigens niet zo goed te gaan met zijn project, getuige deze post op zijn eigen website: “I've become a misanthrope as of late, that is, I've been experiencing general feelings of distaste for the people I've met recently.” (<http://www.alexevasion.com/taxonomy/term/35>)

2.3. WERKING

- Lidmaatschap is gratis, maar wordt niet gecheckt. Wie “verified member” wil worden, betaalt daarvoor een eenmalig bedrag van 25 US\$ “to increase security and keep the project running.” Slechts 5,2% van de leden (18/08/2008) is geverifieerd.
- Er zijn echter ook gratis veiligheidsmaatregelen. Eén ervan is “vouching” – borg staan. Men kan zich garant stellen voor de goede trouw van een nieuw lid, indien men zelf dergelijke borgstelling heeft van drie andere leden.
- Men kan ook aanduiden van wie men vriend is, en in welke mate.
- Alle mails worden bewaard.
- Het systeem draait grotendeels op referenties – positief, negatief, neutraal – van hosts, guests en vrienden.

2.4. LEIDING/BASIS

Couchsurfing bundelt zijn vrijwilligerswerking in langdurige bijeenkomsten, wereldwijd, die bekend staan als “the collective”. Enkele tientallen vrijwilligers verzamelen dan voor enkele maanden en werken aan de website, in ruil voor gratis logies, drank en eten. Collectives begonnen in juni 2006 in Montreal, en werden vervolgens gehouden in Wenen, Nieuw Zeeland, Rotterdam, Thailand en Alaska. De eerste collectives duurden een maand; de meest recente twee duurden vier maanden, en sloten op elkaar aan.

Fenton kiest per collective mensen uit voor specifieke jobs. Jobomschrijvingen zijn:

- **DAGELIJKS BEHEER:** een collective manager houdt toezicht op het verloop van de collective.
- **TECHNOLOGIE:** System-administrator, ontwikkelaars.
- **EXPERT TEAMS:** op vlak van design, events, &c.

Deelnemers aan “the collective” zijn de “super-vrijwilligers” van CouchSurfing. De verhouding tussen basis en leiding raakte echter troebel in de loop van 2007, toen binnen de groep van super-vrijwilligers een soort van “opstand” tegen “dictator” Casey Fenton ontstond. De groep “piraten” lanceerde een website (www.opencouchsurfing.org) om meer openheid te krijgen in de

organisatiestructuur.

De groep verwijt Fenton wanbeheer, nepotisme, valse beloften en (sommigen) regelrecht corruptie. De groep voelt zich verraden, en dat heeft alles te maken met:

“impressionist given to and agreements made with people who signed on to do full-time volunteer work for what they thought was a noble cause, for a community built specifically on the value of freely giving without expecting a financial reward, and who literally saved CS from termination.”

De strijd wordt uitgevochten op alle niveaus – zo was er bijvoorbeeld eind 2007, begin 2008 strijd in Antwerpen over de vraag wie de stedelijke CS ambassadeur mocht zijn.

Na enkele maanden, aldus de dissidenten, beseften ze dat Casey Fenton de macht nooit uit handen zou geven. Van dan af steunden ze alternatieven voor CouchSurfing, met name BeWelcome.¹⁷

2.5. INKOMSTEN

De voornaamste – waarschijnlijk enige – bron van inkomsten van CouchSurfing – komt uit verificaties. Fenton publiceert de financiën van CouchSurfing op het web: http://www.couchsurfing.com/organization_finances.html.

17

In het kader van dit rapport is het weinig zinvol diep in te gaan op deze strijd. Beschuldigingen – en soms verdedigingen, maar niet door Fenton zelf – kan men lezen op www.opencouchsurfing.org/blog.)

Meer over de slag om Antwerpen leest men hier: http://www.couchsurfing.com/group_read.html?gid=167&post=621332

3. ANDEREN

3.1. BE WELCOME

BeWelcome is, in vergelijking met de anderen, een zeer kleine organisatie (ongeveer 3000 leden) die echter vermeldenswaard is omwille van haar organisatiestructuur. Be Welcome is volledig non-profit en een community project – alle beslissingen worden in onderling overleg genomen. Erachter zit een non-profit organisatie met maatschappelijke zetel in Rennes (Frankrijk): **BeVolunteer**. Qua organisatiestructuur lijkt BeWelcome dus op Servas, dat ook een ledendemocratie huldigt, in tegenstelling tot Hospitality Club (niet eens een bestaande organisatie, gewoon een website geregistreerd op naam van Veit Kuhne) of CouchSurfing (weliswaar herboren als community-project, maar niet langdurig). Een aantal in CouchSurfing teleurgestelde vrijwilligers is nu actief binnen BeWelcome.

Voor meer info: www.bewelcome.org.

3.2. BELODGED.COM

Facebook, Netlog... Sociale netwerken op internet hebben zich sinds twee, drie jaar ontwikkeld tot commerciële projecten met groot succes. Mark Zuckerberg heeft met FaceBook op vier jaar tijd een vermogen verworven van naar schatting anderhalf miljard US\$. Dit vestigt vanzelfsprekend de aandacht van de bedrijfswereld op sociale netwerk websites, daarbij ook de Hospitality Exchange-netwerken.

In 2007 lanceerde een bedrijf de website BeLodged – een commerciële onderneming vermomd als een community project:

“Just so you know: YOU are the belodged.com world and you fill it with life. With discussions, votes and the like you can participate in the member area of belodged.com...”

De look & feel is “jong” en lijkt artificieel:



18

Belodged kom is opgezet door de Zwitserse naamloze vennootschap **PanUnique** uit Zürich. PanUnique specialiseert zich in “pro-actieve dialoog-marketing via Web 2.0.” Twee mensen zijn er mee bezig: Frank-Stefan Heinz en Sebastian Clüver. Het runnen van een écht hospitality netwerk is niet de bedoeling. Met contact tussen gast en gastheer/vrouw (identiteitscontrole, conflictoplossingen...) laat BeLodged zich niet in. De bedoeling van BeLodged is om te dienen als billboard voor bedrijven. Voorlopig zonder veel succes: BeLodged heeft slechts een aantal duizend leden, in een sector waarin wordt gerekend met miljoenen.

3.3. SERVAS

Servas bestaat anno 2008 nog steeds, maar als we stichter Bob Luitweiler mogen geloven, in een interview gegeven in 2007, een jaar voor zijn dood, zal dat misschien niet lang meer duren. Het oorspronkelijk doel van Servas was (cfr. supra) dat jonge reizigers uit de volksklasse op verschillende plaatsen ter wereld zouden gaan kijken hoe mensen omgingen met sociale problemen. Echter, wat bleek, volgens Luitweiler in 2007: vele reizigers hadden over dit soort van zaken maar nauwelijks nagedacht. Het waren daarom geen slechte mensen, aldus de Servas-stichter; alleen ze waren niet wat hij noemt “awakened to life”. Het gevolg hiervan was dat vele gastheren en -vrouwen – zelf vaak diep bewogen door sociale en andere kwesties – werden overbelast door wat ze beschouwden

als “oppervlakkige” gasten en zich terugtrokken. Luitweiler in 2007:

“I feel that Servas has degenerated into a program for bourgeois middle class society... and not very concerned with the basic social problems that are causing war.”¹⁹

Binnen SERVAS, aldus Luitweiler, heeft zich een bureaucratie ontwikkeld met veel formulieren, in te vullen door reizigers, en een top van de organisatie die rond de wereld reist, op kosten van de bijdragen van reizigers. Servas, zo stelde Luitweiler vast, is veranderd in het tegendeel van wat hij had gewild dat het zou worden.

Als Servas niet terugkeert naar zijn basisfilosofie, aldus Luitweiler, dan heeft Servas geen toekomst. Vandaag (2007) is Servas “an old people organisation” en als het gaat om gratis logeren alleen, daar zijn de anderen (HC, CS) veel beter in: ze zijn sneller, groter, beter georganiseerd, er is veel minder bureaucratie, ze zijn veel beter uitgebouwd op elektronisch vlak, wat Servas verzuimd heeft te doen, ten gevolge van zijn “conservative membership”. Als Servas niets unieks te bieden heeft, is het er volgens de stichter binnenkort mee gedaan: “they’re (de andere netwerken) just gonna push Servas out the backdoor”.

Wat is het unieke dat Servas te bieden heeft – of zou moeten bieden? Dat is voor Luitweiler het belang van studie in de condities die oorlog veroorzaken. De andere netwerken leggen allemaal de nadruk op het belang van ontmoetingen, bruggen bouwen, enzovoorts. Dat is voor Luitweiler ruimschoots onvoldoende. Immers, zegt hij, tijdens de Amerikaanse Burgeroorlog kenden de vijandelijke partijen elkaar niet alleen: het waren kennissen, vrienden, neven, broers. En toch roeiden ze elkaar rücksichtsloss uit. Dus meer is nodig dan “ontmoetingen” alleen...

19

Uit een interview uit 2007, gepost op Youtube: SERVAS: A light in the dark – or just another way to travel cheaply? A thought-provoking interview with Bob Luitweiler. Zie <http://www.youtube.com/watch?v=c16gZRQYtKM>

4. GEBRUIKERS

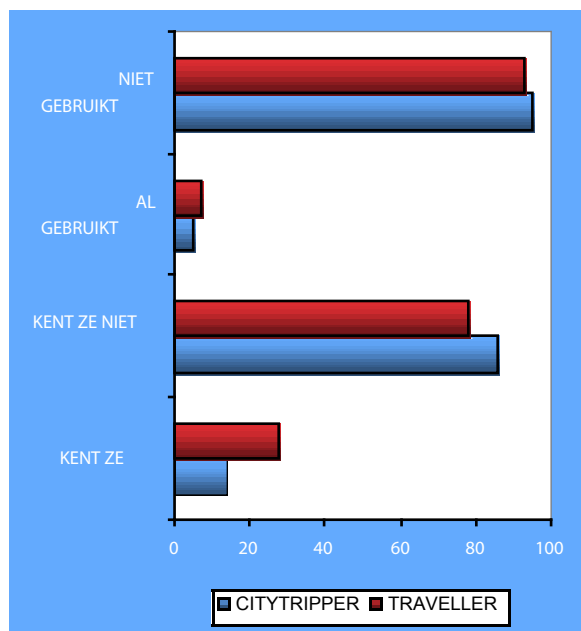
In dit laatste gedeelte verzamelen we een aantal kwantitatieve gegevens over het gebruik van de hospitality exchange websites. Echter: de gegevens zijn niet alleen schaars, maar ook moeilijk interpreteerbaar. Geen enkele onafhankelijke onderzoeksinstantie verzamelt gegevens over gratis logies; alles wat we hebben, zijn de cijfers die de hospitality exchange netwerken zelf ter beschikking stellen. En die roepen een aantal vragen op:

- Hoeveel van de opgegeven leden zijn actieve leden, en hoe actief zijn ze?
- Wat betekenen de ledentallen voor het aantal overnachtingen?

Wat betreft die laatste vraag: naar eigen schatting heeft CouchSurfing tot dusver – dus sinds 2004 – gezorgd voor ongeveer een half miljoen “successful surfs”; dat wil zeggen verblijven – die ook langer dan een nacht kunnen duren, soms veel langer. Waarop die schatting is gebaseerd, is onduidelijk. Hospitality Club geeft geen cijfers over gebruik.

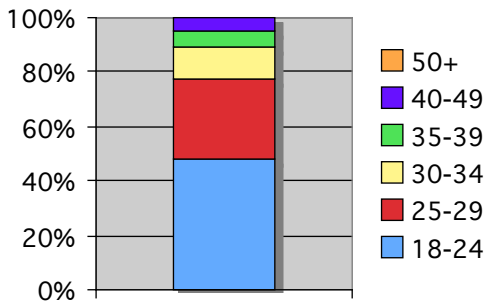
Hoe bekend zijn de netwerken bij reizigers? Uit een enquête van Toerisme Vlaanderen naar jonge reizigers uit 2007 blijkt dat minder dan één op vijf citytrippers ervan had gehoord, tegen ongeveer één op drie backpackers. Het eigenlijke gebruik ervan lag eerder laag:

KENNIS OVER EN GEBRUIK VAN HOSPITALITY NETWERKEN BIJ JONGE REIZIGERS IN VLAANDEREN (2007)²⁰



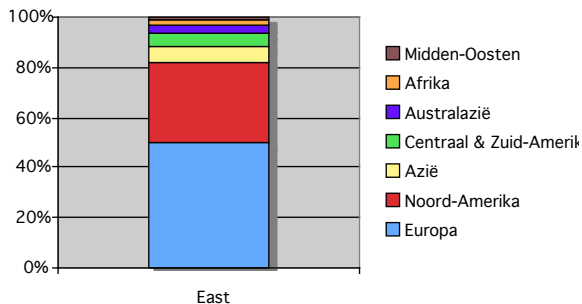
20 BRON: TOERISME VLAANDEREN, Enquête Jonge Reizigers, 2007.

COUCHSURFERS: LEEFTIJSVERDELING LEDEN (IN %) IN BELGIË



Deze cijfers gaan, zoals hierboven gezegd, over wie profielen aanmaakt – niet over eigenlijk gebruik. Niettemin zijn ze interessant als indicatie.

LEDEN VAN COUCHSURFING – VERDELING NAAR NATIONALITEIT



Qua nationaliteit is er een duidelijk overwicht bij Couchsurfing van Europa en de Verenigde Staten, met samen iets meer dan 80% van de leden:

Qua aantal leden: op 19 augustus 2008 had Couchsurfing in België 12.569 leden. Daarmee stond België wereldwijd op de twaalfde plaats, qua absolute ledental per land. Hospitality Club had er (19/08/2008) 6992; waarvan, voor wat betreft de Vlaamse Kunststeden, 2200 in Brussel, 764 in Gent, 425 in Antwerpen, 267 in Leuven, 143 in Brugge en 60 in Mechelen.

5. CONCLUSIES & AANBEVELINGEN

CONCLUSIES

De momenteel bestaande hospitality exchange-netwerken hebben verschillende bedrijfsmodellen:

- een **vrijwilligersorganisatie zonder formele vereniging**, die eigenlijk de eigendom is van één persoon (Hospitality Club), zonder betaalde personeelsleden en met alle inkomsten uit reclame;
- een **vrijwilligersorganisatie met een aantal betaalde personeelsleden**, die alle beslissingen nemen met inkomsten die komen uit “donaties” (eigenlijk de kosten aangerekend bij het verifiëren van leden).
- een **vrijwilligersorganisatie die alle beslissingen neemt in gezamenlijk overleg** en na stemming (BeWelcome);
- een **commercieel project**, bedoeld om web 2.0. reclame van bedrijven verzekeren (BeLodged).

De algemene conclusie luidt dat hospitality exchange-netwerken een integraal en vitaal onderdeel zijn van de geschiedenis van het jongerentoeisme na de tweede wereldoorlog, en van het hedendaagse jongerentoeisme. Zoals bij de hostels, heeft de komst van het Internet veel praktische problemen uit de weg geruimd, en zijn de hospitality exchange sites kunnen groeien.

AANBEVELINGEN

- Inzake (jongeren)toerisme, is het best een breed perspectief aan te nemen. Alles hoort erbij. Ook VFR-toerisme; ook au-pairs, ook work abroad... En ook de hospitality exchange networks.
- Overheden zouden, in beleid en onderzoek, meer aandacht moeten hebben voor gratis logeren: de omvang ervan inschatten, het opnemen in profielen, het actief ondersteunen, ook, en vooral, in zijn educatieve aspiraties.
- De hospitality exchange-websites kunnen eventueel dienen ter promotie van de Vlaamse kunststeden: Hospitality Club, bijvoorbeeld, neemt advertenties op die relevant zijn, via Google AdSense.

MET DANK AAN

Voor commentaren en suggesties:

Tobias De Pessemier (USE-IT)