

ge für korrekt. Zu allen anderen Punkten wollte sich das Unternehmen derzeit nicht äußern.

Sollte die Bafin Verstöße feststellen, wäre das kein Kavaliersdelikt. Dann drohen empfindliche Strafen, Schadensersatzklagen betroffener Aktionäre und möglicherweise auch weitere Ermittlungen der Staatsanwaltschaft.

Auch an der Politik wird die Pleite der KTG Agrar nicht spurlos vorüberziehen. Die NGOs, die schon früh vor dem Großgrundbesitzer gewarnt haben, fordern von Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt (CSU) eine Änderung der Subventionspolitik und eine Landvergabepolitik, die ortsansässige Bauern bevorzugt. Schon seit geraumer Zeit müssen immer mehr Kleinbauern aufgeben, deren Ländereien von Finanzinvestoren gekauft werden.

„Wir brauchen keine Renditejäger, sondern eine regional verfußte Landwirtschaft, die Wertschöpfung in den Regionen leistet“, sagt Greenpeace-Agrarexperte Martin Hofstetter. Georg Janßen von der Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft moniert, dass viele der bundes- und ländereigenen Flächen an Hofreiter verpachtet wurden statt an kleinere Landwirte. Das Geld branchenfremder Investoren habe das Land mittlerweile so teuer gemacht, dass ein normaler Bauer im Bieterwettbewerb nicht mehr mithalten kann.

Für Reinhild Benning, Landwirtschafts-expertin von Germanwatch, ist es ein Unding, dass mithilfe von Subventionen der Strukturwandel in der Landwirtschaft zugunsten immer größerer Agrarkonzerne gefördert wird. Die EU-Fördergelder werden immer noch je Hektar gezahlt, was bedeutet: Die Großen kriegen mehr. Knapp 11,5 Millionen Euro jährlich müsste KTG erhalten haben, hat sie errechnet.

Dem hätte die Bundesregierung längst entgegenwirken können. Die letzte EU-Agrarreform lässt den Mitgliedsländern große Spielräume für die Förderung. 22 der 28 haben die Möglichkeit für Umverteilungen genutzt und eine Obergrenze für Direktzahlungen festgelegt – Deutschland nicht. „So eine Kappung brauchen wir hier auch“, sagt Benning. Zudem könnte Schmidt mit sofortiger Wirkung die Zuschussung der ersten 46 Hektar erhöhen, was den kleineren Betrieben zugutekommen und dem Höfesterben entgegenwirken würde. „Die Bundesregierung trägt mit der ungerechten Verteilung der Direktzahlungen – ohne Obergrenze, ohne Verankerung der Empfänger an eine bestimmte Region und ohne Umweltauflagen – zu diesem Landgrabbing in Deutschland bei. Dass KTG Agrar die Möglichkeit hat, Steuergelder zu verbrennen, liegt in der Verantwortung von Landwirtschaftsminister Schmidt.“

Frank Dohmen, Michaela Schießl

„Wie zu Hause“

Tourismus Airbnb-Mitgründer Nathan Blecharczyk über den rasanten Aufstieg und den Konflikt mit vielen Städten

Blecharczyk gründete 2008 zusammen mit Brian Chesky und Joe Gebbia die Übernachtungsplattform Airbnb. Der 33-Jährige studierte Computerwissenschaften an der Eliteuni Harvard und vermietet bis heute einen Teil seiner Wohnung in San Francisco, um mitzukriegen, wie sich Kunden von Airbnb fühlen.

SPIEGEL: Mr Blecharczyk, Airbnb begann vor acht Jahren als Start-up, das online Übernachtungsmöglichkeiten in Privatwohnungen vermittelt. Jetzt wollen Sie den Tourismus neu erfinden. Was genau meinen Sie damit?

Blecharczyk: Wir haben gerade die Marke von 100 Millionen Übernachtungen geknackt. Das ist eine Größenordnung, bei der man definitiv von einer neuen Art des Reisens sprechen kann: Touristen besuchen ihre Reiseziele nicht nur, sondern leben für kurze Zeit dort, wo sie übernachten. Außerdem können normale Menschen das Reisen jetzt zu einem Geschäft für sich machen. Damit demokratisieren wir den Tourismus.

SPIEGEL: Alle Start-ups aus dem Silicon Valley wollen mit ihrem Geschäftsmodell an-

geblich die Welt verbessern. Das klingt nach PR-Masche. Warum sollten wir Ihnen das abnehmen?

Blecharczyk: Wenn man einmal mit Airbnb übernachtet hat, spürt man schnell, dass es etwas ganz anderes ist, als im Hotel abzusteigen. Unser Ziel war von Anfang an, eine Welt zu schaffen, in der man sich als Reisender überall zugehörig fühlt. Das haben wir uns nicht erst jetzt ausgedacht.

SPIEGEL: Der Aufstieg von Airbnb war rasant, jetzt stoßen Sie allerdings an die Grenzen des Wachstums ...

Blecharczyk: Nein, ganz im Gegenteil, wir expandieren in viele Richtungen. Wir schauen gerade sehr stark nach China, da sind wir gegenüber dem Vorjahr um 50 Prozent gewachsen. Auch Indien bietet große Möglichkeiten. Das Land ist so besonders und mithilfe von Einheimischen viel leichter zu entdecken. Wir beobachten dort, dass sich vor allem Rentner als Gastgeber versuchen.

SPIEGEL: Das überrascht. Wir hätten eher erwartet, dass junge Leute mit einer digitalen Übernachtungsplattform experimentieren und sich wildfremde Leute ins Haus holen.



Unternehmer Blecharczyk (r.), Vermieter auf Kuba: Den Tourismus demokratisieren

Blecharczyk: Wir haben immer mehr Anbieter über sechzig, denn die haben sowohl den Platz auch als die Zeit. Da hat sich einiges verändert, seitdem wir drei Jungs angefangen haben, in unserer WG Schlafmöglichkeiten auf Luftmatratzen zu vermieten, weil uns die Kohle ausgegangen war. Auch Geschäftsreisende nutzen immer häufiger Airbnb. Wir haben dafür inzwischen ein eigenes Programm aufgesetzt, und viele Firmen haben unser Angebot als Hotelalternative in ihre Buchungssoftware integriert.

SPIEGEL: Wenn Sie wirklich den gesamten Tourismus verändern wollen, muss Airbnb aber mehr als Übernachtungen vermitteln.
Blecharczyk: Das stimmt, und da wird mit der Zeit noch einiges rund um das Reisen kommen! Klar ist, dass die Gastgeber viel mehr anbieten können, um ein Reiseziel wirklich intensiv erlebbar zu machen.
SPIEGEL: Einerseits bieten Sie immer professionellere Dienstleistungen an. Andererseits will Airbnb eine gemeinschaftliche Plattform im Geist der Shared Economy sein. Wie passt das zusammen?

Blecharczyk: Wenn man den Mainstream erobert, muss man seine Angebotspalette erweitern. Aber wir bleiben trotzdem unseren Werten treu. Vor allem, dass sich Reisende wie zu Hause fühlen sollen. Und wir lassen die Finger von Wachstumsmöglichkeiten, die mit unserer Mission nicht zu vereinbaren sind. Deswegen sieht man auf Airbnb keine Hotelangebote.

SPIEGEL: Airbnb ist längst für die meisten Gastgeber vor allem ein Geschäft. Laut den von Ihnen veröffentlichten Daten vermietet der typische Gastgeber in den USA seine Wohnung oder sein Haus für 66 Tage im Jahr.

Blecharczyk: Airbnb bietet ein flexibles Modell, das viel von Kreativschaffenden genutzt wird, die keine starren Arbeitszeiten haben. Der Erste, der seine Wohnung bei uns einen ganzen Monat vermietete, war ein Musiker, der auf Tour war. Wohnraum steht so oft ungenutzt leer, weil die Leute auf Geschäftsreisen oder im Urlaub sind.

SPIEGEL: Es gibt aber auch professionelle Anbieter, die gleich mehrere Wohnungen nur noch auf Airbnb vermieten und damit ihren Lebensunterhalt verdienen.

Blecharczyk: Es handelt sich um eine Minderheit. Die meisten vermieten die Wohnungen, in denen sie leben. Außerdem gibt es dieses Geschäftsmodell im Tourismus schon lange, vor allem in beliebten Reisezielen.

SPIEGEL: Rund um die Welt stößt Airbnb auf immer mehr Ablehnung. Viele Städte versuchen, die kurzzeitige Vermietung von Wohnungen oder Häusern einzuschränken oder zu regulieren. Wie erklären Sie sich diesen Widerstand?

Blecharczyk: Das ist eine Folge unseres schnellen Wachstums. Lange sind wir igno-

riert oder belächelt worden. Jetzt, da wir eine große Nummer sind, kommen eine Menge Fragen auf. Viele werden beantwortet, wenn man sich die Fakten genau anschaut und offen diskutiert. Allerdings gibt es auch gezielte Desinformation, etwa durch Lobbyverbände der Hotelindustrie.

SPIEGEL: Können Sie die Kritik denn nachvollziehen? In Berlin etwa steigen die Mieten rapide, und es gibt die berechtigte Sorge, dass die Lage durch immer mehr Ferienwohnungen verschlimmert wird.

Blecharczyk: Natürlich verstehe ich es, wenn Menschen angesichts der steigenden Lebenshaltungskosten frustriert sind. Aber wir müssen auch die Fakten betrachten: Es gibt kein Beispiel, dass Wohnkosten durch Airbnb getrieben werden. Die Daten stützen diese Behauptung einfach nicht.

SPIEGEL: Airbnb schmeißt allerdings mit allerlei Zahlen und Fakten um sich, die

„Ein gutes Verhältnis mit den Städten ist zwingend, wenn man langfristig erfolgreich sein will.“

schwer nachzuprüfen sind. Etwa, dass rund 60 000 Deutsche vergangenes Jahr ihre Wohnung bei Airbnb angeboten haben sollen und dass damit allein in Berlin 467 Millionen Euro an zusätzlichem Wirtschaftswachstum generiert worden seien. Das hört sich doch sehr nach PR-Schlacht an.

Blecharczyk: Wir haben eine Größe erreicht, wo wir aussagekräftige Daten erheben können. Als Teil der Tourismusbranche sind wir auch ein Teil der Volkswirtschaft. Wir wollen, dass man das auch in Zahlen sieht.

SPIEGEL: Sie versuchen, die Städte mit Tourismus- und Übernachtungsabgaben zu locken. Trotz der möglichen Millioneneinnahmen bleiben manche Politiker auf Konfrontationskurs. Woran liegt das?

Blecharczyk: Politik ist nicht immer logisch, das haben wir ja nun gerade beim Brexit gesehen. Wir haben mit mehr als 200 Städten Vereinbarungen getroffen, dass wir für sie Steuern einsammeln und weiterleiten. Aber über die gute Zusammenarbeit hört man nicht viel, in den Medien geht es immer nur um dieselben Streitfälle.

SPIEGEL: Weil die eben sehr prominent sind. Vor Kurzem hat etwa der Senat des Staates New York beschlossen, jeden mit einer Geldstrafe zu belegen, der seine Wohnung tages- oder wochenweise auf Plattformen wie Airbnb anbietet.

Blecharczyk: In New York gibt es sehr starke traditionelle Machtstrukturen, also Hotels und Hausbesitzer. Die sind leider keine Fans von Airbnb. Wir versuchen immer klarzumachen, dass es nicht automatisch einen Verlierer in so einer Auseinander-

setzung geben muss, sondern dass alle Gewinner sein können.

SPIEGEL: Andere Vertreter der Shared Economy, etwa der Taxidienst Uber, führen diese Auseinandersetzungen erheblich aggressiver. Airbnb hat bislang auf Zusammenarbeit und Kompromisse gesetzt. Das scheint Sie nicht wirklich weiterzubringen.

Blecharczyk: Wir sind erfolgreich mit unserem partnerschaftlichen Weg. Wir haben zum Beispiel gerade mit Chicago eine Vereinbarung getroffen. Die Leute wollen solche Plattformen, das zeigt doch unser Erfolg. Ein gutes Verhältnis mit den Städten ist zwingend, wenn man langfristig erfolgreich sein will.

SPIEGEL: Trotzdem haben Sie gerade ausgerechnet Ihre Heimatstadt San Francisco verklagt ...

Blecharczyk: Das ist ein Sonderfall, der zeigt, dass der Teufel oft im Detail liegt. San Francisco hat vergangenes Jahr ein Gesetz verabschiedet ...

SPIEGEL: ... wonach künftig jeder, der auf Airbnb vermietet, eine Lizenz braucht und sich bei der Stadt registrieren muss.

Blecharczyk: Genau, und das haben wir auch unterstützt. Aber die Umsetzung ist in die Hose gegangen. Das System ist so kompliziert und auf Strafe bei Fehlverhalten ausgerichtet, dass es einfach nicht funktioniert. Das hat die Politik vermasselt.

SPIEGEL: Airbnb ist bislang nicht profitabel und muss es in der Wachstumsphase auch nicht sein. Sind Sie auch noch so entspannt, wenn es irgendwann darum geht, Gewinne zu produzieren?

Blecharczyk: Wir sind sehr diszipliniert und haben ein klares Geschäftsmodell, das sehr gute Umsätze produziert. Wir stützen uns dabei nicht auf Billigangebote oder Preiskämpfe, sondern ein ganz neues Produkt. Deshalb mache ich mir da keine Sorgen.

SPIEGEL: Sie veröffentlichen keine Zahlen, aber laut Insidern lag der Umsatz von Airbnb vergangenes Jahr bei mehr als 900 Millionen Dollar. Korrekt?

Blecharczyk: Dazu kann ich nichts sagen, wir kommentieren solche Zahlen nicht.

SPIEGEL: Sicher ist aber, dass Airbnb vor wenigen Wochen 750 Millionen Dollar neues Wagniskapital von Investoren eingesammelt hat. Das Unternehmen ist damit über 30 Milliarden Dollar wert und nach Uber das wertvollste amerikanische Start-up. Warum gehen Sie nicht an die Börse?

Blecharczyk: Ein Börsengang ist für uns nicht das Ziel, sondern Mittel zum Zweck. Da wir keine großen Kapitalbedürfnisse haben und immer noch privat Geld aufnehmen können, fokussieren wir uns lieber auf anderes.

SPIEGEL: Das heißt, Sie wollen sich nicht von Shareholdern reinreden lassen?

Blecharczyk: Sagen wir es so: Wir wollen uns nicht ablenken lassen. In Quartalszahlen zu denken wäre eine zusätzliche Belastung.

Interview: Thomas Schulz