«Ja, auch Schweizer tun es»

Airbnb-Mitgründer **Joe Gebbia** über den Onlinemarktplatz für Privatübernachtungen und warum es gerade jetzt Zeit ist zu teilen

VON SIMONE LUCHETTA

Joe Gebbia, 31, mit Fliege und Sneakers, sitzt auf einem Barhocker und zeigt perlweisse Zähne. Ja, seine Idee war genial: mit zwei Freunden einen Online-Marktplatz gründen, wo Leute wie du und ich ihr Zuhause vermieten können. Weil alles mit einer Luftmatratze begann, nannten sie ihn Airbnb, von Airbed und Breakfast. Pro Übernachtung kassiert Airbnb zehn Prozent Provision. Im Sommer 2011 verzeichneten die Jungs mehr als 10 Mio. Übernachtungen und holten sich 120 Mio. Dollar Investorenkapital; für 2012 schätzt «Business Insider» 12 bis 15 Mio. Buchungen. Ich treffe den Designkopf des Start-ups an der DLD-Konferenz in München.

Sie tragen heute knallgrüne Turnschuhe, auf der Airbnb-Website sieht man Sie in roten – Ihr Statement als Designer?
(Lacht.) Ach, wissen Sie, wenn man grosses Design schafft, muss man auch grosses Design leben.
Was ist denn grosses Design?
Das ist Design, das keine Mühe scheut, dem Nutzer bei dem zu helfen, was er gerade tun will. Mein Team arbeitet hart daran, um durch Weglassen von Details beim Wesentlichen zu landen.
Sie und Mitgründer Brian Chesky sind keine Entwickler, sondern Designer. Wie wichtig ist Design heute für Tech-Firmen?
Für ein auf Konsumenten ausgerichtetes Unternehmen ist Design grundlegend. Unsere Nutzer sind 18 bis 80 Jahre alt, Männer, Frauen, Studenten, Rotarierinnen. Das heisst, wir müssen so Simples bauen, dass 8- bis 80-Jährige es verstehen. Das machen wir, indem wir Programmieren und Design kombinieren.
In den USA erheben Städte Anspruch auf einen Teil der Einnahmen der privaten Vermieter. Airbnb will das Problem mit Design lösen. Wie geht das?
Ich meine damit eine ganzheitliche Art, ein Problem anzugehen. Design ist mehr als die Oberfläche des iPads, es ist auch der Inhalt, die Software, das Zusammenspiel mit dem PC. Dasselbe gilt für Politik. Es geht nicht nur um Gesetze, es geht um die Quartierökonomie, darum, dass wir Tourismus in Teile der Stadt bringen, die sonst keinen hätten, was letztlich der Stadt wirtschaftlich zugute kommt. Wenn die Regierungen das verstehen, werden sie mit uns zusammenarbeiten.
Haben Sie Ihre Wohnung in San Francisco jetzt untervermietet?
Ja. Hier ist Net. *(Er zückt das Handy, öffnet die Airbnb-App.)* Er hat heute eingecheckt, ein Untermieter aus Melbourne.
Und letzte Nacht haben Sie in einem Airbnb-Bett geschlafen?
Ja. Ich hatte die ganze Wohnung für mich allein. In der Früh ging ich Croissants holen und sah dies hier *(er zeigt das Foto einer Frau, die ihren Hund spazieren führt, und andere)*. Ich sah Leute Schnee schaufeln, ein Kind auf einem Schlitten. Ich spreche kein Deutsch, und es wäre normal, dass ich mir fremd vorkomme. Aber dank Airbnb fühlte ich mich wie ein Einheimischer.
Warum vermieten Leute ihre Wohnungen an Unbekannte?
Der naheliegende Grund ist ökonomischer Art. Es ist einfach, sich so ein Zubrot zu verdienen. Zweitens: Sie wollen andere Leute kennen lernen. Darum heisst es: «Wenn du die Welt sehen willst, werde Gastgeber.» Dann kommen Leute aus Australien, Spanien, Südamerika zu dir. Plötzlich hast du Freunde auf dem ganzen Planeten.
Ist es nicht ein Risiko, seine Wohnung fremden Leuten zu überlassen?
Man hat ja Beurteilungen. Net nutzte bereits 21-mal unsere Website, und reale Menschen haben ihn bewertet: «Ich wünschte mir, er käme wieder …» und so.
Gäste beurteilen aber auch Vermieter. Will ich eine gute Bewertung, schreibe ich auch eine gute.
Wir haben zwei Bewertungssysteme: ein öffentliches und ein anonymes, das nur wir sehen. Es dient der Qualitätskontrolle. Erhält dort jemand schlechte Noten, schmeissen wir ihn raus.
Airbnb bietet dem Vermieter eine Versicherung in der Höhe von 1 Mio. Dollar an. Wie oft wird sie gebraucht?
Es kommt selten vor.
Was heisst das?
Das sagen wir nicht. Aber seltener als erwartet. Das ist so, weil wir unsere Nutzer kennen. Der Gast zahlt mit seiner Kreditkarte, und vom Gastgeber haben wir die Bankverbindung.
Airbnb zählt angeblich mehr Übernachtungen als die Hilton-Gruppe – müssen sich die Hotels fürchten?
Wir veröffentlichen keine Zahlen mehr, sehen uns aber nicht als Konkurrenz. Airbnb deckt ein Reisebedürfnis ab, das sich nicht mit demjenigen von Hotelgästen vergleichen lässt. Unsere Kunden entscheiden sich für eine Airbnb aufgrund einer speziellen Lage oder Inneneinrichtung.
Airbnb profitiert von der Ökonomie des Teilens. Sie glauben, dass es heute darum geht, zu teilen und nicht zu besitzen.
Genau. Wir haben die letzten 100 Jahre damit verbracht, Dinge in Massen zu produzieren. Die nächsten 100 Jahre teilen wir Dinge miteinander. Im Jahr 2020 werden 8 Milliarden Menschen auf dem Planeten leben, und wenn es je Zeit war, zu teilen, dann jetzt.
Wohin führt die Tauschökonomie?
Die Leute beginnen den Vorteil zu sehen, wenn man Zugang zu Dingen hat, statt sie zu besitzen. Beispiel Musik: Mit Spotify müssen Sie die Musik nicht mehr besitzen, wichtiger ist es, Zugang zu ihr zu haben. Sie haben sie auf Ihren Fingerspitzen, wann immer Sie wollen. Dasselbe gilt für uns: Sie brauchen kein Ferienhaus in den Alpen, Sie haben Zugang zu Tausenden.
Sehen wir uns die Schweizer an. Ich glaube nicht, dass die gern ihre Wohnungen teilen.
(Grinst.) Das hören wir in jedem Land. *(Die PR-Frau schaltet sich ein und sagt:* Jeder Journalist sagt, «das geht nicht bei uns», und dann haben wir 100 Prozent Wachstum. In der Schweiz haben wir jetzt 1800 Airbnb-Inserate, was einer Zunahme von 150 Prozent entspricht *[siehe Kasten])*. Ja, auch Schweizer tun es.
Welches sind die beliebtesten Destinationen der Schweizer?
New York, Paris, Berlin, dann London, Barcelona, Amsterdam.
Wie wichtig ist denn der europäische Markt für Airbnb?
Er ist riesig. Und keine andere Kultur auf der Welt ist so geschaffen für Airbnb wie die Europas.

«Während vier Tagen lebte ich als Mönch in einem buddhistischen Kloster»

Wie kommen Sie darauf?
Es hat mit einer speziellen Mentalität zu reisen zu tun. Ich nehme an, dass Sie schon als kleines Kind andere Sprachen lernten, weil die Länder so nah beieinander sind; europäische Kinder lernen früh andere Länder kennen.
Airbnb profitiert aber schlicht von Ländern wie Spanien, weil es den Leuten schlechter geht.
Spanien ist ein gutes Beispiel. Tourismus ist die einzige Industrie, die das Land am Leben hält. Und indem die Spanier ihre Wohnungen mit Reisenden aus der ganzen Welt teilen, können sie helfen, die Wirtschaft des Landes anzutreiben. That's pretty cool.
Viele haben Airbnb schamlos kopiert. Macht das Angst?
Werden wir tatsächlich kopiert? *(lacht)*. Spass beiseite. Jedes erfolgreiche Businessmodell wird kopiert. Wir wissen heute aber, dass man die Oberfläche kopieren kann, aber nicht die Seele, das ist bei Airbnb die Community.
Welches ist zurzeit Ihre Lieblings-Airbnb-Unterkunft?
Ich war gerade in einer. Im Süden Tokios war ich Gast bei einem Mönch *(er zeigt mir auf dem Handy Fotos)* im Tempel, und während vier Tagen lebte ich das Leben eines buddhistischen Mönchs und seiner Mutter. Sie ist 95, er 65. Durch ihn hatte ich Zugang zu Dingen, von denen ich nicht einmal ahnte, dass es sie gibt.

Plattformen für Privatunterkünfte

Airbnb, 2008 in San Francisco gegründet, 200 000 Angebote. **www.airbnb.ch**

Housetrip, 2009 in Lausanne gegründet, 160 000 Angebote. **www.housetrip.com**

9flats, 2010 in Berlin gegründet, 85 600 Angebote. **www.9flats.com**

Wimdu, 2011 in Berlin gegründet, 150 000 Angebote. **www.wimdu.ch**

Hohe Zuwachsraten in der Schweiz

Bis heute haben Schweizer mehr als 315 000 Nächte mit Airbnb gebucht (+350%, 2012), Lieblingsdestination ist New York vor Paris, Berlin und London. Durchschnittlich sind jede Nacht mehr als 900 Personen aus der Schweiz mit Airbnb unterwegs. Mehr als 80 000 Nächte wurden bis heute in der Schweiz gebucht (+420%, 2012); die meisten in Zürich, vor Genf und Luzern. Am häufigsten stammen die Gäste aus den USA, Deutschland, Grossbritannien und Australien. Dieses Jahr werden in der Schweiz viermal so viele Airbnb-Gäste wie 2012 erwartet.

Top, aber kein Crackberry

Die zwei neuen Blackberry-Handys Z10 und Q10 sind ein Wurf – die Rückeroberung des Smartphone-Markts wird dennoch schwierig

Nicht jeder Chef ist ein Showtalent. Dennoch gab zu denken, dass Thorsten Heins am Donnerstag auf der Bühne in New York eine so traurige Figur machte. Der gebürtige Deutsche, CEO von Blackberry, ehemals RIM, wirkte lustlos und schlaff, selbst als er das neue Smartphone-Betriebssystem Blackberry 10 und die neuen Handys Z10 und Q10 in höchsten Tönen lobte. «Aufregend, äh, viele neue Sachen», sagte er unter zögerlichem Applaus.

Dabei darf Heins auf die zwei neuen Blackberry-Handys stolz sein. Nach über einem Jahr Pause hat der einst führende Smartphone-Hersteller Geräte herausgebracht, die es technisch mit dem iPhone und Samsungs Galaxy-Linie aufnehmen können. Gadget-Experten der grossen US-Zeitungen werteten das tastenlose Z10 als Wurf, und das Q10 steht mit seiner physischen Tastatur einsam in einer nach wie vor populären Kategorie.

Die neue Betriebssoftware ist sogar noch überzeugender. Kein Smartphone habe eine bessere virtuelle Tastatur als das Z10, urteilt Walt Mossberg vom «Wall Street Journal». Blackberry 10 setzt Wischbewegungen klug zur Steuerung ein, es schlägt sogar Worte vor, bevor man Buchstaben eingibt. Für einen Satz von 81 Zeichen tippte David Pogue von der «New York Times» bloss 20 Buchstaben ein; 61 nahm ihm das System ab.

Zwischen Applikationen lässt sich ohne Rückgriff auf App-Symbole dynamisch hin und her wechseln. Der stets präsente Blackberry-Hub bündelt alle Kommunikationskanäle von E-Mail über Messaging bis zu Social Media und holt sogar Kalendereinträge herein. Apps sind auf den neuen Blackberrys zwei voneinander getrennten Zonen zugeordnet, einer persönlichen und einer beruflichen. Firmen sollen die Handys ihrer Mitarbeiter verwalten können, ohne deren privaten Daten oder Apps in die Quere zu kommen. Damit sollen an die Konkurrenz abgesprungene Unternehmen für die Blackberry-Plattform zurückgewonnen werden.

Firmenkunden liefern noch immer den Grundstock für die rund 80 Millionen Blackberry-Anwender. Aber der weltweite Marktanteil der Plattform ist mit unter fünf Prozent verschwindend klein geworden. Um erneut zu florieren, müsste Blackberry wieder hip werden; das Gerät müsste sich in jenes Crackberry zurückverwandeln, dem ab etwa 2003 Abermillionen verfielen.

Im Tech-Sektor gelingen Wiedergeburten jedoch selten. Vielleicht zweifelt Thorsten Heins deshalb an den Überlebenschancen für sein Unternehmen – trotz Z10 und Q10. In einem Zeitungsinterview gab er sich für allfällige Übernahmeangebote jedenfalls offen.

MARTIN SUTER