

# Dank Gryps mit Grips beschaffen

Das Online-Portal gryps.ch nimmt Käufern die mühsame Web-Recherche ab und vermittelt Offertanfragen an Anbieter – vom KMU zum KMU.

VON URS BINDER

Das Offertenportal Gryps ist seit Februar 2010 online. Die Plattform verbindet Käufer und Anbieter und ist als Dienstleistung «vom KMU zum KMU» konzipiert, wie Priska Schoch betont, die zusammen mit ihrer langjährigen Arbeitskollegin Gaby Stäheli das Portal betreibt und dazu die Firma Gryps Offertenportal AG gegründet hat. Schoch und Stäheli kennen sich seit Jahren und schätzen ihre Zusammenarbeit – vor dem Schritt in die Selbständigkeit leiteten die beiden bei IBM unter anderem im Job-Sharing ein Sales-Team mit rund 20 Mitarbeitern. Gaby Stäheli war dann kurzzeitig für einen anderen Arbeitgeber tätig, bevor sie sich zur Gründung eines eigenen Unternehmens entschloss und ihre Ex-Kollegin nach einigem Überlegen ebenfalls von der Idee begeistern konnte.

## Offertenportal als Beschaffungs-Beschleuniger

«Viele Unternehmen beschaffen wichtige Produkte und Dienstleistungen heute übers Internet, gerade auch KMU. Sie möchten aber nicht stundenlang selbst bei verschiedenen Anbietern recherchieren – dazu fehlt meist die Zeit», beschreibt Priska Schoch ein Problem, vor dem viele Firmen ohne eigene Einkaufsabteilung stehen. «Produkte wie Telefonanlagen, CRM-Software und Services wie Buchhaltungsdienste oder Webdesign sind zwar wichtig oder sogar strategisch bedeutend, gehören aber nicht zum Kerngeschäft des typischen KMU. Genau hier helfen wir, indem wir den passenden Anbieter suchen.»

Für den Kaufinteressenten funktioniert Gryps in drei einfachen Schritten: «Produkt auswählen, Fragebogen ausfüllen, Offerten erhalten.»

Das Gryps-Team sucht anhand der per Online-Formular übermittelten Kriterien und eines Qualifikationsgesprächs die drei am besten passenden Anbieter und fragt an, ob sie an einer Offertstellung interessiert sind. Bekundet ein Anbieter Interesse, erhält er die Detailangaben und die Koordinaten des Kaufinteressenten – und verpflichtet sich, diesen innert zwei Tagen zu kontaktieren und eine Offerte für das Gesuchte zu unterbreiten. Die weitere Kommunikation bis hin zum Abschluss erfolgt direkt zwischen Anbieter und Käufer. Schoch: «Wir arbeiten nicht abschlussorientiert und wollen neutral bleiben. Damit jeder Anbieter eine reelle Chance hat, geht die Anfrage zudem an maximal drei Anbieter.»

Für den Kaufinteressenten ist die Dienstleistung kostenlos. Anbieter zahlen eine einheitliche, nach geplantem Budget abgestufte Ge-

bühr – aber nur dann, wenn sie eine Anfrage wirklich annehmen. Für Auftragsvolumen bis 10'000 Franken beträgt die Gebühr zum Beispiel 50 Franken.

Gryps achtet auf beiden Seiten auf die Qualität: Es sollen nur seriöse Anfragen an seriöse Anbieter vermittelt werden. Deshalb wird bei jeder Anfrage vor der Weiterbearbeitung zuerst telefonisch nachgehakt, ob ernsthaftes Interesse besteht und ob es sich tatsächlich um einen Geschäftskunden handelt. Auch jeder Anbieter wird nach der kostenlosen Registrierung genau überprüft.



Die Gründerinnen Priska Schoch und Gaby Stäheli.

## Webauftritt selbst entwickelt

Den Webauftritt [www.gryps.ch](http://www.gryps.ch) hat Gaby Stäheli auf Joomla-Basis selbst entwickelt. Damit konnte das junge Unternehmen massiv Kosten sparen. Vollständig automatisiert ist der Vermittlungsprozess aber nicht: Die Anbieter und Kaufinteressenten werden in einem separaten CRM-System verwaltet und die Anfragen manuell bearbeitet und weitergeleitet. Das ist laut Priska Schoch zumindest in der ersten Phase sogar vorteilhaft: «So entwickeln wir ein Gefühl für das Geschäft.»

Bei der Unternehmensgründung half der Besuch von zwei Venturerehab-Trainings. Fremdkapital hat Gryps keines aufgenommen – «wir haben die AG mit eigenem Geld finanziert». Im Moment zahlen sich Stäheli und Schoch noch kein Salär aus, und die Büroräume samt Infrastruktur stehen dem Rapperswiler Start-up dank der Stiftung Futur für zwei Jahre kostenlos zur Verfügung.

Das Geschäft entwickle sich gut, meint Priska Schoch weiter, will aber noch keine konkreten Zahlen nennen: «Die Anfragen treffen in schöner Regelmässigkeit ein – dafür, dass wir erst im Februar gestartet sind, läuft es gut an.» Im Moment muss Gryps aber noch bekannter werden. Schoch und Stäheli nehmen deshalb an vielen Events von der Tischmesse bis zum KMU-Seminar teil und propagieren ihr Portal mit Herzblut. «In Zukunft sollen KMU automatisch an Gryps denken, wenn es etwas zu beschaffen gilt». ■



Trotz Online-Portal wird bei Gryps jede Anfrage individuell bearbeitet und weitergeleitet.