



Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features



OFFERTENPORTAL:

9 Fragen an Gaby Stäheli und Priska Schoch von Gryps

David Torcasso, 22.05.2014, 10:00, 0 Kommentare

Das Schweizer Offertenportal Gryps ist zwar nicht mehr ein neues Startup, da das Unternehmen schon seit vier Jahren am Markt ist (Startwerk [berichtete](#)). In den letzten Monaten hat Gaby Stäheli und Priska Schoch jedoch ihr Geschäftsmodell erweitert und erzählen im 9-Fragen-Interview von ihren Erfahrungen.



Priska Schoch und Gaby
Stäheli von Gryps

Für unsere neuen Leser: Was macht Gryps genau?

Gryps ist eine unabhängige Plattform für Offerten in der Schweiz. Wir bieten Geschäfts- sowie Privatkunden Hilfestellung für einen bevorstehenden Kaufentscheid. Interessenten von Produkten und Dienstleistungen ab 2000 Franken erhalten auf unserem Portal kostenlos drei passende Offerten und damit innerhalb von 48 Stunden eine zeitnahe Entscheidungsgrundlage.

Was zeichnet euch als Startup aus?

Mit unserem Service bieten wir den Konsumenten einen neuen Einkaufsprozess an. Neue Ideen anzugehen und umzusetzen macht uns Spass. Wir setzen dabei auf Qualität und Unabhängigkeit.

Um ein Startup erfolgreich aufzubauen benötigen wir viel Kreativität, ein grosses Durchhaltevermögen und Flexibilität. Obwohl wir eine Internetplattform sind, gehen wir oft an Events, vernetzen uns gerne und schaffen damit auch persönliche Nähe zu unserem Markt. Dies hat uns schon viel gebracht.

Welche Art von Offerten kann man bei euch einholen, wer ist die Zielgruppe und welche Angebote umfasst es?

Das Geschäftsmodell wird im B2B und B2C Bereich für Güter mit einem Beschaffungspreis von mindestens CHF 2'000 angeboten. Im B2B werden zudem noch Dienstleistungskategorien angeboten. Es handelt sich dabei um Produkte und Dienstleistungen, die nur alle 5 Jahre oder in noch längeren Abständen besorgt werden müssen. Im Privatbereich sind das beispielsweise Alarmanlagen, Treppenlifte oder Garagentore, im Geschäftsumfeld reicht die Palette von der Büroinfrastruktur bis hin zu Dienstleistungen wie IT Service oder Treuhänder.

Seit Ende März habt ihr euer Angebot auf Privatkunden ausgeweitet – wie lautet das erste Fazit?

Wir konnten seit dem Relaunch innerhalb von zwei Monaten den Anteil an Anfragen aus dem Privatbereich von 20 auf fast 40 Prozent steigern. Das zeigt, dass Privatkonsumenten den Service gerne annehmen.

Wieso habt ihr vier Jahre lang gewartet, bis ihr euer Angebot von Geschäftskunden auf Privatkunden ausgeweitet habt?

Die ersten vier Jahre haben wir mit eigenen eher bescheidenen finanziellen Mittel die Plattform aufgebaut und haben uns bewusst auf den B2B Markt fokussiert um die Marketingmittel sehr gezielt einsetzen zu können. Die Eroberung des B2C-Marktes braucht professionelles Onlinemarketing und genügend finanzielle Mittel, die uns am Anfang nicht zur Verfügung standen.

Wie unterscheidet ihr euch von anderen Competitors wie Comparis?

Der Unterschied zu Portalen wie Comparis oder anderer Preisvergleichsplattformen ist die persönliche Qualifikation der eingehenden Kaufanfragen und auch eine Qualitätssicherung bei der Zuteilung. Wir haben uns ein grosses Marktwissen erarbeitet, das uns bei der passgenauen Zuteilung unterstützt.

Wie ich das richtig verstanden habe, geht es bei Gryps vor allem um physische Objekte, die in Betrieben und Unternehmen benötigt werden?

Nicht nur. Gerade bei Unternehmen bieten wir den Offertenservice auch für Dienstleistungen an. Dazu gehören Dienstleistungen aus dem Marketingumfeld, dem IT Bereich und auch im finanziellen Umfeld wie Treuhand, Payroll oder Sozialversicherungen..

Welche Schritte plant ihr in Zukunft?

Wir haben gerade unsere Plattform von Grund auf neu entwickelt. Mit dem Relaunch gehören natürlich jetzt begleitende Massnahmen dazu, primär im Bereich Marketing und PR. Diese sind teilweise bereits angestossen, aber wir wollen noch viel mehr erreichen. Unser Produktangebot und unser Team soll wachsen, gleichzeitig haben wir aber auch noch einige Ideen in petto, wie unsere Plattform funktionell noch weitergebracht werden soll.

Ihr habt an VentureLab-Programmen teilgenommen – wie habt ihr davon profitiert und was habt ihr gelernt?

Venturelab hat uns sehr geholfen, die Vorbereitung zur Firmengründung strukturiert anzugehen und keine wichtigen Aspekte im Businessplan zu vergessen oder zu vernachlässigen. Am meisten geholfen hat uns, alle Ideen und Gedanken klar zu ordnen und zu strukturieren, so dass wir nach dem Kurs einen stichhaltigen Businessplan hatten und unseren finalen Entscheid treffen konnten. Das offene und fachlich wertvolle Feedback der Kursleiter und der anwesenden Investoren war hilfreich für uns. Wir würden auf jeden Fall das Lab anderen Jungunternehmern empfehlen.



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

... ab heute auf ihrer **Website** und Facebook einen Wettbewerb, um ihm
... brunch für 20 Personen.

**Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features**

L4 Blogwerk AG. Alle Rechte vorbehalten. -

- -
- [Kontakt](#)
- -
- [nach oben](#)