

Digitale Handwerkersuche

Start-up Das Zürcher Start-up Ofri will der Handwerker-Branche beim Sprung in die digitale Welt unter die Arme greifen und bringt Auftraggeber und -nehmer zusammen.

Von Simon Wegmüller

Im Jahr 2011 von Benny Hertach gegründet, erlaubt es die Handwerkerplattform Ofri Kunden, Aufträge zu verschiedensten Handwerkerarbeiten zu erfassen. Nutzer erhalten daraufhin verschiedene Kostenvoranschläge, und zwar direkt von Handwerkern aus der Region. Die Nutzung für Auftraggeber ist gratis, während Auftragnehmer das Portal als zusätzliche Möglichkeit nutzen können, Auftragsengpässe zu überbrücken und Neukunden zu akquirieren. Ofri positioniert sich dabei als klassisches B2C-Portal. Die Zielgruppe besteht also fast ausschliesslich aus Privatpersonen. Der Fokus auf die Handwerkerbranche bringt dabei einige Besonderheiten mit sich: «Was das Handwerk von anderen Branchen unterscheidet, ist der Punkt Vertrauen», betont Hertach, der sich schon an der Uni durch seine Masterarbeit mit dem Thema Internet-Start-ups beschäftigte. «Anders als bei Plattformen wie etwa Uber gibt es hier eine höhere Informationssymmetrie: als Laie kann man schlechter einschätzen, ob die Arbeit fachmännisch ausgeführt wurde, oder ob man objektiv beraten wurde.» Und die Nutzer von Ofri sollen den angeforderten Fachpersonen vertrauen können, schliesslich gewähren sie ihnen ja den Zugang in die eigenen vier Wände.

Ofri setzt daher besonders stark auf das Thema Transparenz. «Wir helfen den Konsumenten, die passenden Handwerker zu finden, die einen Auftrag in guter Qualität und vernünftiger Frist zu einem angemessenen Preis erledigen können», so Hertach. Ganz entscheidend dabei sind die Bewertungen, welche Kunden nach jedem durchgeführten Auftrag abgeben können.



Das Team hinter Ofri besteht aus Corina Burri (Marketing & Kommunikation), Rafal Wojsznis (Lead Software Engineer), Silvia Piangou (Marketing & Support) und dem Gründer & Geschäftsführer Benny Hertach (v.l.n.r.).

Idee & Anfänge

Alles begann dabei mit der bereits erwähnten Masterarbeit, die Hertach 2007 im Rahmen seines Studiums verfasste. «Dabei blieb mir vor allem ein Start-up in Erinnerung, und das war Myhammer. Die haben 2006 mit dem Ausschreibungsprinzip frischen Wind in die Branche gebracht.», so der heutige Geschäftsführer. Musste man sich früher bei der Suche von Dienstleistungen für private Aufträge doch entweder mit Branchenbüchern oder Kleinanzeigen abmühen. «Da jeder schon mal irgendwann irgendeine Dienstleistung gesucht hat, konnte ich mich gut mit dem Konzept identifizieren.» Das war Anreiz genug für Hertach, das Konzept auch auf dem Schweizer Markt etablieren zu wollen.

Bevor es allerdings zur Gründung von Ofri kam, verstrich noch einige Zeit, in der Hertach unter anderem eine Stelle als Business-Analyst antrat und auch an

anderen Geschäftsideen arbeitete. Der Gedanke von einem Start-up im Bereich der lokalen Dienstleistungen liess ihn aber nicht mehr los, was in einem Konzept für einen Online-Marktplatz und schliesslich einem Prototyp von Ofri resultierte.

Aus eigener Tasche finanziert

Heute besteht das Start-up, dessen Name sich auf die englischen Ausdrücke offers und free zurückführen lässt, aus einem internationalen Team, das sich aus einer Gruppe von vier festen Mitarbeitenden sowie einer Handvoll freischaffender Autoren zusammensetzt. Die Rollen sind dabei klar aufgeteilt. So kümmert sich Hertach um die Geschäftsführung und das Produkt-Management, während die drei anderen Mitarbeitenden jeweils den Kundensupport, die Software-Entwicklung, das Marketing respektive die Kommunikation verantworten. Das Start-up setzt

dabei auf ein modernes Arbeitskonzept, alle Mitarbeiter können ihren Arbeitsort selbst auswählen, was auch zu einem gewissen Grad für die Arbeitszeit gilt. «Wir machen damit eine sehr bereichernde Erfahrung», verrät Hertach. «Ich glaube, wir sind gerade auch deshalb so effizient. Wenn man sich nicht täglich sieht, muss man optimal organisiert sein. Durch die modernen Kommunikationsmittel wie Slack und Zoom merken wir die Distanz eigentlich nicht.» Zudem trifft sich das gesamte Team jährlich zu einem Company Retreat.

Bevor die Plattform 2010 live ging, galt es für Hertach und sein Team jedoch

nicht geplant hatte.» Das Interesse an der Plattform war aber von Beginn an vorhanden, so dass Ofri auch ohne Investoren wachsen konnte.

Word of Mouth

Besonders die Tatsache, dass Nutzer die Plattform anderen potentiellen Nutzern weiterempfehlen, verhalf dem Start-up mit Sitz in Zürich dabei zum gewünschten Wachstum. «Gemäss einer internen Umfrage mit 1900 Nutzern liegt die Weiterempfehlungsrate bei 98,4 Prozent», verrät Hertach. So konnte sich Ofri auch ohne grosse Marketingausgaben organisch weiterentwickeln.

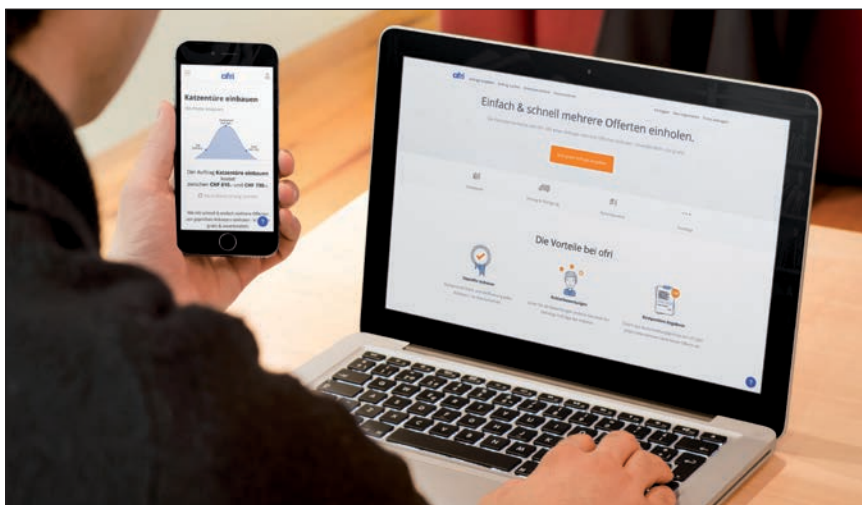
Qualitätsrichtlinien nicht erfüllen.» Dazu kommt, dass Diplome und Zertifikate der Handwerker verifiziert werden. Ausserdem werden die Auftragsbewertungen der Auftraggeber, Handelsregister-Meldungen und auch anderer Informationsquellen laufend beobachtet. «Stellen wir Ungereimtheiten fest, greifen wir an», versichert der Gründer.

Konsumenten schätzen besonders die Schnelligkeit und Einfachheit, mit der es Ofri erlaubt, einen passenden Handwerker zu finden, so Hertach: «Bei einem einfachen Auftrag kann man problemlos innerhalb einer Stunde mehrere Angebote erhalten.» Komplexere Projekte nehmen natürlich etwas mehr Zeit in Anspruch. «In den typischen Handwerker-Kategorien erhalten 70 Prozent der Kunden aber innerhalb eines Tages ein Angebot, und 90 Prozent der Kunden innerhalb von drei Tagen», verrät Hertach. Auf der anderen Seite schätzen Anbieter besonders die Möglichkeit, kurzfristig Auftragslücken zu schliessen. «Bei 50 Prozent der Aufträge ist die Ausführung innerhalb eines Monats geplant», verrät Hertach.

Seit der Gründung der Plattform haben sich bereits über 4000 Handwerker registriert, wovon jedoch nicht alle gleichzeitig aktiv sind. So verzeichnete Ofri 2018 beispielsweise rund 800 aktive Anbieter, verteilt über das Jahr. 2018 wurden auf Ofri gut 24'000 Aufträge im Wert von rund 40 Millionen Franken publiziert, das Wachstum bewegt sich seit der Gründung jedes Jahr im zweistelligen Bereich, ohne auf externes Kapital zurückgreifen zu müssen.

Zukunftspläne

Für die nächsten fünf Jahre setzt das Start-up denn auch auf die bewährte Vision. «Wir wollen den Konsumenten helfen, so einfach wie möglich professionelle Handwerker zu finden und zu buchen. Und wir möchten kleinen Handwerkerbetrieben helfen, online Aufträge zu akquirieren.» Um dies auch künftig zu gewährleisten, strebt Ofri eine gesunde Balance zwischen Wachstum und Produktentwicklung an und möchte das Team kontinuierlich vergrössern, aber auch in die Westschweiz expandieren. «Die Digitalisierung des Handwerks ist immer noch erst am Anfang und es gibt noch viele spannende Entwicklungen, die wir umsetzen könnten», sagt Hertach mit Blick auf die Zukunft. ■



Neben der Handwerker-Vermittlung bietet Ofri auch einen Kostenrechner an, mit dem Kunden die Kostenspanne eines Auftrags aufgrund von tatsächlichen Marktpreisen einschätzen können.

einige Hindernisse zu überwinden, die anderen Start-up nicht unbekannt sein dürften. Unter anderem entschied sich der Gründer, die Firma ohne Investoren zu starten. «Da ich keinen Track Record mit Firmengründungen hatte und auch bloss die Idee da war, dachte ich, Fundraising wäre Zeitverschwendung», verrät Hertach und ergänzt: «Die Zeit war aus meiner Sicht besser investiert, wenn ich an einem Prototyp arbeite, um dann später auch schon etwa vorweisen zu können.»

So war es denn auch eine der grössten Herausforderungen, mit den begrenzten Ressourcen zu arbeiten. Als Startkapital konnte Hertach rund 40'000 Franken aufwenden, das dieser während zwei Jahren als Angestellter angespart hatte. «Das musste reichen», so Hertach, der in den ersten Jahren quasi alles allein bewältigte. «Ebenfalls musste ich lernen zu programmieren, was ich ursprünglich so

Doch nicht alles lief reibungslos. So war das ursprüngliche Konzept, mit dem der Prototyp 2010 online ging, auf der Anbieter-Seite teils kontrovers. «Es konnten damals neben professionellen Handwerkern auch Privatpersonen an Ausschreibungen teilnehmen», erklärt Hertach. «Das kam bei Privatpersonen gut an, bei den professionellen Handwerkern überhaupt nicht.» Dies führte 2012 zur Entscheidung, auf Privatpersonen als Anbieter zu verzichten, um so die Qualität der Plattform langfristig zu gewährleisten. Seit da setzt man bei den Anbietern ausschliesslich auf gemeldete Firmen.

Qualität als Maxime

Qualität lautet denn auch das oberste Gebot bei Ofri: «Wir legen einen starken Fokus darauf und prüfen alle Handwerker-Bewerbungen detailliert», so Hertach. «Tatsächlich lehnen wir 40 Prozent aller Anmeldungen ab, da diese die