

# «Handwerker-Plattformen sind die Zukunft!»

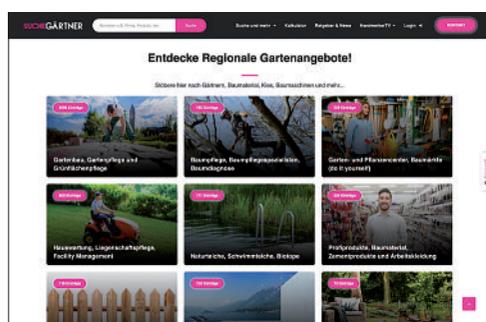
**START-UP-INTERVIEW** Mit der Gartenplattform SucheGärtner.ch möchte die Handwerker Plattform AG eine Community bauen und die Customer Journey in der Gartenbranche digitalisieren. Wir haben beim Gründer und Plattform-Experten Martin Spinnler nachgefragt.

## Herr Spinnler, was wollen Sie mit SucheGärtner.ch erreichen?

Die Gartenbau-Branche ist mit mehr als vier Milliarden Franken Erträgen ein Umsatzriesen, jedoch in vielen Bereichen noch nicht digitalisiert. Mit unserer Plattform SucheGärtner.ch bauen wir eine Community und digitalisieren das Suchen, Vergleichen und Bestellen von Gartenarbeiten, Produkten und Baustoffen. Die Prozesse sollen so einfach sein, wie wenn man eine Pizza online bestellt.

## Welche digitalen Themen stellen für Handwerker-Kleinbetriebe die grössten Herausforderungen dar?

Traditionelle Customer Journeys wie Flyer, Messen oder Print-Inserate erreichen Kunden und Mitarbeiter der Generation Z immer weniger. Neue Digitale Journeys wie z.B. Plattform-Marketing, Social Media, SEO und Contentmanagement werden auch für Handwerker in naher Zukunft matchentscheidend sein. Dies erfordert von KMU-Betrieben die Aneignung von neuen Skills und Rekrutierung von Vermarktungsspezialisten im digitalen Bereich.



Suchen, Vergleichen und Finden von Gärtnern und Gartenprodukten. Foto: SucheGärtner

## Können sich Kleinbetriebe solche Digital-Experten überhaupt leisten?

Nein. Die Rekrutierung von geeignetem Fachpersonal ist für Handwerker-Betriebe mit weniger als 30 – 50 Mitarbeitenden nicht sinnvoll – die Kosten für solche Spezialisten sind mit mehr als 100 000 Franken pro Jahr pro Experte für viele KMU unerschwinglich. Desweiteren werden die notwendigen digitalen Skills immer komplexer und verändern sich immer schneller. Contentmanagement, Plattform-Marketing oder Webseiten-Management benötigen daher oftmals mehrere, unterschiedliche Fachexperten.

## Das heisst, dass Handwerker-Betriebe in der digitalen Vermarktung auf verlorenem Posten stehen?

Das Zauberwort heisst Community-Building bzw. Targeted-Plattform-Marketing. In Zukunft werden sich fokussierte Themen-Plattformen/-Communities, mit ähnlichen Mechanismen, wie z.B. LinkedIn, bilden, wo sich spezifische Ökosysteme vernetzen und austauschen. Auf solchen spezifischen Plattformen werden sich Handwerker-Firmen in Zukunft vermarkten und präsentieren. Handwerker-Plattformen sind die Zukunft!

## Mit einer Reichweite von mehr als 20 000 Nutzern pro Monat und mehr als 30 000 monatlichen Views auf Youtube nimmt Ihre Gartenplattform bereits eine führende Stellung im Schweizer Markt ein. Was ist das Erfolgsrezept für diese beeindruckenden Zahlen?

Für uns stehen die Bedürfnisse der Community – Kunden, Handwerker, Mitarbeitende und Lieferanten – im Zentrum. Das Zugpferd für funktionierende Communities und Reichweite sind Content, Kreativität, Fea-



Martin Spinnler, Gründer von SucheGärtner.ch und Plattform-Experte. Foto: SucheGärtner

tures und eine einfache, digitale Customer Journey. Die beiden wichtigsten Zutaten dabei sind Experimentieren und Lernen. Zudem sind weitsichtige Kooperationen und der Austausch – die Learnings – mit Strategischen Partnern essentiell, um der Community eine bestmögliche User-Experience mit entsprechenden Angeboten bieten zu können. Mit hybriden Geschäftsmodellen und spezifischen Ökosystemen werden Plattformen, Dienstleister und Hersteller die Handwerker-Branche in Zukunft revolutionieren.

## DIE HANDWERKER PLATTFORM AG

Die Handwerker Plattform AG baut digitale Plattformen und B2B-Communities mit Fokus «Haus und Garten». Die Produkte der Handwerker Plattform AG sind:

- www.suchegärtner.ch ist die erste unabhängige Markt- und Vergleichsplattform für das Suchen, Vergleichen und Finden von Gärtnern und ausgesuchten Gartenprodukten.
- HandwerkerTV ist ein Youtube-Channel und Community-Builder, welcher Stories, Interviews & News rund um die Themen Haus, Garten und Handwerk publiziert.