

“Verrückt, wie lange wir schon digitalisieren”

Interview führte "Schweizer Fachmedien"

Ein offenes und persönliches Gespräch rund um die Auftragsakquise am Bau mit Dominik Mahn

“Ja, die Baubranche ist längst digital” sagt Dominik Mahn (48), Gründer und CEO von smartconext sowie ehemaliges Geschäftsleitungsmitglied bei Docu Media (Baublatt / Infomanager). Er kennt den Schweizer Markt der Bauprojektinformationen wie kaum ein anderer.

In den letzten Jahren hat die Digitalisierung in der Baubranche stark zugenommen und immer mehr Unternehmen setzen auf digitale Technologien, um ihre Prozesse zu optimieren und effizienter zu arbeiten. smartconext hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Bereich der Auftragsakquise zu digitalisieren. Handwerker, Hersteller und Händler sind die Zielgruppe für diese Prozesslösungen, mit denen sich smartconext schnell einen Namen gemacht hat und heute Marktführer im Bereich der digitalen Bewerbungen für Bauaufträge ist. www.smartconext.ch

Wir haben Dominik Mahn getroffen und ihn mit unseren Fragen direkt und offen konfrontiert.

Schweizer Fachmedien: Ihre Wurzeln liegen in der Luxushotellerie – das hat mit Bau nicht viel zu tun. Wie kommt man darauf, eine Plattform zur Auftragsakquise für Handwerker und Hersteller zu bauen?

Dominik Mahn: (lacht) Es ist richtig, meine Wurzeln sind tatsächlich in der Hotellerie. Letztendlich ist es aber auch da wie beim Bauen: je stärker das Fundament, desto stabiler das Gebäude. Ich sehe meine Wurzeln als Fundament. Wir sind Dienstleister für die Baubranche. Was gute Dienstleistung und hervorragenden Service wirklich ausmacht, lernt man in der 5-Sterne-Hotellerie besser, als an jedem anderen Ort. Mein Anspruch ist da bis heute enorm hoch und ich bin überzeugt, dass wir uns, neben unseren technischen Lösungen, hier ganz deutlich positioniert haben. Aber zurück zu Ihrer Frage, meine Wurzeln liegen genauer gesagt im Marketing. Ich habe mich sehr früh für digitale Technologien interessiert und meinen beruflichen Fokus schnell darauf ausgerichtet. Zu meiner Zeit bei Kempinski Hotels haben wir als erste Hotelgruppe überhaupt Buchungssysteme mit dynamischen Preisen eingeführt.

Heute ist das längst Standard und selbst viele Skigebiete setzen ähnliche Modelle ein. Irgendwann erhielt ich den Ruf aus Zürich, ob ich nicht Interesse an der Digitalisierung eines Verlags hätte, der sich auf die Baubranche spezialisiert hat. Verlagshäuser suchten zu der Zeit alle nach dem goldenen Schlüssel für neue Geschäftsmodelle. Viele gingen kaputt. Ein Rezept aus der Schublade gab es nicht. Das hat mich gereizt. Und das reizt mich bis heute. Mit der Gründung von smartconext können meine KollegInnen und Geschäftspartner genau das umsetzen, was uns treibt: Digitale Services, die so einfach zu bedienen sind wie ein iPhone und einen wirklichen Mehrwert für unsere Kunden bieten.

SF: Aber warum haben Sie sich für die Auftragsakquise entschieden. Es gibt doch viel spannendere Themen auf dem Bau?



DM: Ohne Auftrag keine Arbeit. Ohne Arbeit kein Lohn. Bewerbungen für Aufträge in der Schweizer Baubranche sind seit jeher sehr wichtig, da sie eine Möglichkeit bieten, sich von anderen Unternehmen abzuheben und potenzielle Kunden von den eigenen Fähigkeiten und Erfahrungen zu überzeugen. Die Baubranche in der Schweiz ist sehr wettbewerbsintensiv und es gibt viele Unternehmen, die um die gleichen Aufträge konkurrieren. Fachkräftemangel hin oder her. Die Schweiz ist das einzige Land, in dem auch private Baugesuche einer Veröffentlichungspflicht unterliegen. Dass sich Firmen, egal ob Handwerker oder Produktanbieter, bei Architekten, Planern und Bauherren bewerben, hat eine lange Tradition, die mittlerweile mehr als 130 Jahre zurückgeht.

SF: Und nach 130 Jahren hatten Sie das Gefühl, es muss sich etwas ändern?

DM: Nein, denn ich mache das ja nicht für mich. In meinen inzwischen fast 15 Jahren, in denen ich mich mit der Kommunikation in der Baubranche befasse, sind es die Architekten und Planer, die mir das, teils mehr als deutlich, gesagt haben. Und es ist ja auch nicht verwunderlich. Aber die Message ist klar: Wer heute Briefe, Flyer oder Kataloge an Architekten schickt, um sich für die Mitarbeit an einem Projekt zu bewerben, für den ist der Zug abgefahren. Solche Prozesse gehören ins Museum. Das hat lange funktioniert, aber die Zeiten sind vorbei. Bei smartconext haben wir Kontakt zu hunderten Handwerkern, die uns in einem kurzen Beratungsgespräch alle das gleiche sagen: Sie versenden Briefe und haben null Feedback. Null! Und warum? Die Antwort geben Planungs- und Architekturbüros meist ganz unverblümt: Weil sie die Briefe gar nicht mehr öffnen und direkt entsorgen.

SF: Dann tut smartconext sogar auch noch etwas für die Umwelt, wenn nicht mehr so viel Papier im Spiel ist?

DM: Vielleicht indirekt, aber ich bin kein Fan von Greenwashing. Wir sind ein Technologieunternehmen, das natürlich bei allem, was wir machen, auf unsere Ressourcen und die Umwelt achtet. Das ist Pflicht und in meinen Augen eine Selbstverständlichkeit für jeden Unternehmer. Aber nur weil wegen uns weniger Papier bedruckt wird, schreiben wir uns das sicher nicht auf die Fahnen.

SF: Dann kommen wir doch zur wichtigsten Frage: Warum sollte ich mich als Handwerker oder Hersteller nun für smartconext entscheiden? Was macht den Unterschied?

DM: Aus Sicht unserer Kunden sind das im Wesentlichen drei Dinge: Die Geschwindigkeit, die digitale Bewerbung und der Preis. Wir sind als einziger Anbieter auf dem Markt in der Lage, alle Baugesuche in Echtzeit zu publizieren. Das bedeutet, dass wir diese Informationen unseren Kunden zur Verfügung stellen können, sobald sie veröffentlicht wurden. Dieser Zeitvorsprung ist Gold wert. Es gibt aber viele weitere gute Gründe, die für smartconext sprechen.

Beispielsweise die enorme Zeit- und Kostenersparnis gegenüber herkömmlichen Bewerbungsbemühungen. Wir haben das mal simuliert und durchgerechnet. smartconext verringert den internen Administrationsaufwand bei Bewerbungen für Handwerksbetriebe durchschnittlich um ein 20-faches. Die Kosteneinsparungen liegen bei mindestens 50%. Im Bereich der Industrie, also den Herstellern, sind die Einsparungen noch grösser. Zusammengefasst liegt es also daran, dass sich Handwerker per Mausclick bewerben können. Inklusiv einem professionellen Dossier und inklusiv einer Webseite, die wir erstellen. Bei Herstellern und Händlern gehen wir noch einen Schritt weiter und implementieren die Auftragsakquise direkt in deren bestehende CRM Systeme und automatisieren den Prozess auf Wunsch bis zu 100%. Das heisst, dass der Aussendienst wesentlich mehr Zeit für Kunden- und Beratungstermine hat und trotzdem jederzeit im Bilde ist, was läuft.

Gleiches gilt natürlich auch für den Innendienst. Das sind oftmals die Personen, die bis anhin Bewerbungen geschrieben, ausgedruckt und versendet haben. Heute sind es genau diese Mitarbeitenden, die beispielsweise zusätzliche Termine für die Vertriebsmannschaft organisieren und deren Schlagzahl drastisch erhöhen. Mit dem Bewerbungsdossier, das wir easyDossier genannt haben, haben wir praktisch einen neuen Standard im Bereich der Auftragsakquise gesetzt. Ausführende bewerben sich schneller und professioneller denn je, Planende erhalten strukturierte Daten und erkennen auf einen Blick, ob das Unternehmen hinter der Bewerbung zum aktuellen Projekt passt oder nicht.

SF: Ist das also die Zukunft?

DM: Nein, das ist die Gegenwart.

SF: Dann sind Ihnen selbst die Ideen ausgegangen?

DM: (lacht) Nein, ganz sicher nicht. Manchmal wünsche ich mir das vielleicht ein bisschen. Weil ich weiss, dass ich nicht alles umsetzen kann, was mir durch den Kopf geht. Aber auf der anderen Seite macht es das ja auch spannend. Und Ideen hatte ich schon immer viele, auch in der Hotellerie, da haben wir Hotelwebseiten auf CD's gebrannt und sie den Gästen beim Checkout mitgegeben. Das war zu Zeiten, als noch die wenigsten einen Internetanschluss hatten. Verrückt, wie lange wir schon digitalisieren

SF: Und was bringt dann die Zukunft?

DM: Das sagen uns unsere Kunden. Wir müssen nur genau hinhören, guten Service bieten und, trotz aller Digitalisierung, den persönlichen Kontakt halten, dann erfahren wir, was unsere Aufgaben für die Zukunft sind. Beispielsweise haben wir erst vor wenigen Tagen Bausummen, Bewilligungsdaten, Submissionen und weitere Funktionen für smartconext entwickelt. Alles basierend auf priorisierten Anforderungen unserer User.

Über smartconext

Das unabhängige Schweizer Unternehmen smartconext mit Sitz in Rotkreuz wurde im Oktober 2019 gegründet und ist Marktführer im Bereich der digitalen Auftragsakquise in der Baubranche.

Ziel ist es, disruptive Geschäftsmodelle und Technologien voranzutreiben und unterschiedliche Zielgruppen miteinander zu vernetzen. smartconext lancierte dazu im Juni 2020 die Online-Plattform www.smartconext-bau.ch für Bauprojektinformationen und digitale Auftragsbeschaffung per Mausclick. Zusammen mit integrierten CRM-Lösungen werden alle Akteure der Branche bedient. Als schnellst wachsender Anbieter hat smartconext den Anspruch, sich laufend weiterzuentwickeln und neue Funktionen seinen Kunden automatisch zugänglich zu machen

Zur Person

- Name: Dominik Mahn
- Alter: 48
- Funktion: CEO smartconext Group AG
- Fokus: Business-Leader mit über 25-jähriger Erfahrung im Bereich der Digitalisierung und Transformation
- Berufliche Stationen: Director Web & E-Commerce für eine internationale Luxushotelgruppe, COO für ein Schweizer Medienhaus mit Schwerpunkt Baubranche, Founder & CEO von smartconext
- Inspirationsraum: Am Zürichsee und im Berner Oberland – beim Biken, Joggen und Skifahren

Follow us on

LinkedIn

