

Netzwerke: mehr als „tschaka“ zum Frühstück

■ Und noch eine Empfehlung für Susanne Wahl-Kottrup. Gefolgt von lautem Applaus und Zwischenrufen nimmt die Geschäftsführerin der **Druckerei Richard Wahl** aus Stuttgart-Möhringen einen kleinen, roten Notizzettel von einem Unternehmerkollegen entgegen. Sie strahlt. Bestimmt wird auch diese Empfehlung ein Auftrag.

Freitagmorgens um sieben Uhr treffen sich die 30 Mitglieder des „**BNI Chapter Stuttgart**“ zum Frühstück im Bistro vor dem Theaterhaus auf dem Pragsattel. BNI steht für Business Network International, Chapter für Regionalgruppe. Das Konzept kommt aus den USA: Unternehmer spielen sich innerhalb ihres Netzwerkes Aufträge zu. Da vermittelt der Weinhändler dem Finanzdienstleister einen Kunden. Da gibt der Autohändler der Chefin einer Werbeagentur einen Tipp, der zum Auftrag werden könnte - und alles ohne Provision. Vier weitere Empfehlungen und Aufträge bekommt Susanne Wahl-Kottrup an diesem Morgen von ihren Mitstreitern

überreicht: Hochzeitseinladungen drucken, Visitenkarten gestalten und eine Anfrage für die Erstellung eines Firmenprospekts sind darunter. Dass daraus auch Aufträge werden, ist für die beiden Gesellschafter Rabea Schäfer und Gunther Verleger der BNI Stuttgart GbR selbstverständlich. „Nur eine Person je Branche, maximal 40 Mitglieder, das sind die Parameter für ein funktionierendes Chapter“, sagt Gunther Verleger. Die Zahlen sprechen indes für den BNI: 15 Monate nach der Gründung haben die Mitglieder über 750 Empfehlungen weitergegeben und gemeinsam einen Umsatz

von über 925 000 Euro generiert. Vor allem für kleine und mittlere Betriebe aus dem Dienstleistungssektor ist diese Art von Networking scheinbar lukrativ. Ein eigener Außendienst wäre zu teuer – Kollegen mit den gleichen Vertriebsproblemen sind hingegen gute Verkäufer.



Gemeinsam Geschäfte machen – die Grundidee des Networking