

„Sieben Quellen“ für den Umsatz

NETZWERKE Empfehlungsmarketing als Geschäftsstrategie / Erfolgreiche Regionalgruppen in Wiesbaden

Von
Nele Leubner

WIESBADEN. „Noch zehn Sekunden“ steht auf dem Schild von Susana Calvo. Sie hält es immer in die Höhe, sobald der Sekundenzeiger ihrer Stoppuhr die 50 überschritten hat. 60 Sekunden Zeit hat jedes Mitglied der Wiesbadener BNI-Gruppe „Sieben Quellen“, um sein Unternehmen vorzustellen. BNI steht für das Unternehmensnetzwerk „Business Network International“. BNI professionalisiert strategisches Empfehlungsmarketing in regionalen Gruppen. Die Mitglieder aus verschiedenen Branchen empfehlen sich gegenseitig für Aufträge. In Wiesbaden gibt es bereits zwei der sogenannten „Chapter“. Immer mittwochmorgens um 6:30 Uhr treffen sich rund 30 Mitglieder der „Sieben Quellen“ in Frauentstein.

„Ein strenger Zeitplan ist enorm wichtig für die Organisation unserer Treffen, weil alle anschließend arbeiten müssen“, sagt der BNI-Exekutivdirektor Rhein-Main-Region, Frederik Malsy. Innerhalb von knapp zwei Stunden tauschen



Ohne eine strenge Organisation durch die drei Vorsitzenden geht nichts. BNI wurde 1985 in den USA gegründet. Foto: RMB/Heiko Kubenka

sich die Unternehmer aus, stellen sich gegenseitig ihre Branchen vor und überprüfen die Wirksamkeit ihrer gemeinsamen Bemühungen. „Seit der Gründung im Oktober vergangenen Jahres haben die „Sieben Quellen“ einen Umsatz von 114.000 Euro aus insgesamt

425 Empfehlungen generiert“, berichtet Malsy zufrieden.

„Mir gefällt, dass es eine verbindliche Veranstaltung ist“, sagt BNI-Mitglied Jürgen Conradi. „Das ist nicht vergleichbar mit anderen Wirtschaftsclubs, die häufig eher ein loser Zusammenschluss sind. Hier geht

es um konkrete Geschäftsbeziehungen. Ich habe auch schon Aufträge aufgrund von BNI-Empfehlungen bekommen“, sagt der Wiesbadener Werbearztikelunternehmer zufrieden.

Es gibt klare Regeln im BNI-Netzwerk. „Jede Berufssparte kann nur durch ein Mitglied vertreten werden, ansonsten würde ja eine Wettbewerbssituation eintreten“, sagt Malsy. Interessenten müssen sich für eine Mitgliedschaft mit einem Jahresbeitrag von 870 Euro bewerben. „Wir suchen noch Unternehmer aus dem Einzelhandel und dem Handwerk“, sagt Malsy über die Wiesbadener Gruppe.

Die PR-Beraterin Anja Kossiwakis ist zwar keine Handwerkerin, interessiert sich aber für Empfehlungsmarketing als Geschäftsstrategie und ist deshalb zu Gast bei den „Sieben Quellen“. Sie ist nach dem ersten Kennenlernen etwas ernüchtert: „Mir gefällt das Modell gut. Der Mitgliedsvertrag mit einer verpflichtenden Anwesenheit ist aber zu starr für mich. Ich habe Kinder und kann sie nicht jede Woche unterbringen, deshalb werde ich wohl kein neues Mitglied.“

Wiesbadener Kurier, 17.5.13