



# BESSER GESCHÄFTEN DANK DEM NEUEN BACHTEL-NETZWERK



Die Empfehlung als Marketinginstrument: Ingo Karsch begrüsst die Anwesenden der Gründungsversammlung des BNI Bachtel in Dürnten. Fotos: Sandro Compagno



«Netzwerken ist Strategie – und weit mehr als «Zmörgele» oder «Aperöle»»: Danja Hermetschwiler, Chefin von BNI Schweiz.

**DÜRNTEN** Die persönliche Empfehlung ist nach wie vor eines der wirkungsvollsten Marketinginstrumente. Darauf basiert das frisch gegründete BNI Bachtel.

Die Gründungsversammlung des BNI Bachtel fand kürzlich im Garten-Center Meier in Dürnten statt. Ingo Karsch, BNI-Direktor Deutschschweiz Ost, zitierte eingangs der Veranstaltung aus einer Studie des Beratungsunternehmens Nielsen.

Gemäss einer Umfrage vertrauen rund 85 Prozent der Befragten bei ihren Kaufentscheidungen auf Empfehlungen von Freunden und Bekannten. Aber: Nur 3 Prozent aller Unternehmen haben eine Strategie, um an Empfehlungen zu kommen. Und genau darauf basiert BNI.

## BNI SEIT 2005 IN DER SCHWEIZ

BNI steht für Business Network International. Das Netzwerk existiert seit 1985. Gegründet in den USA, ist BNI – wie der Name schon sagt – heute international tätig. In 77 Ländern sind rund 300 000 Unternehmerinnen und Unternehmer in knapp 11 000 Teams, sogenannten Chapters, zusammengeschlossen. Seit 2005 ist BNI auch in der Schweiz präsent. Aktuell sind 89 Unternehmerteams aktiv, bestehend aus gut 2400 KMU.



Ein neues Chapter agiert nun im Zürcher Oberland. Es verbindet Unternehmer aus unterschiedlichen Branchen, die sich gegenseitig bei ihren Kunden weiterempfehlen können. Es herrscht Exklusivität: Das heisst, dass nur ein Unternehmer pro Branche Mitglied eines Chapters werden kann. Die Grundlage von BNI ist Vertrauen. Denn nur wer einem Chapter-Kollegen vertraut, wird diesen auch seinen eigenen Kunden weiterempfehlen.

### NETZWERKEN ALS STRATEGIE

«Netzwerken ist Teil unserer Arbeit», rief Danja Hermetschwiler, Chefin von BNI Schweiz, den rund 60 anwesenden Unternehmerinnen und Unternehmern in Erinnerung. «Das ist nicht ein wenig <Zmörgele> oder <Aperöle> – dahinter steckt eine Strategie.» Die Mitglieder eines Chapters treffen sich einmal pro Woche von 6.30 bis 9 Uhr. Fixer Bestandteil dieser Treffen ist die sogenannte Engagement-Runde. Dabei präsentieren die Mitglieder ihre Empfehlungen der vergangenen Woche und die dadurch erzielten Umsätze.

### MITGLIEDER AUS DIVERSEN BRANCHEN

18 Unternehmer sind dem BNI Bachtel aktuell angeschlossen. Sie stammen aus Branchen wie dem Autogewerbe, dem Gartenbau, es sind auch Dachdecker, Bodenleger und eine Immobilienmaklerin dabei. Der Ablauf der wöchentlichen Meetings ist klar strukturiert. Jeder Unternehmer präsentiert sich und seine Firma kurz und definiert seine Wunschkunden.

So lernen die Teammitglieder gegenseitig ihre Stärken und Qualitäten kennen, und es entsteht das angestrebte Vertrauensverhältnis. Der Jahresbeitrag kostet rund 2000 Franken.

## SANDRO COMPAGNO STIMMEN VON MITGLIEDERN DES BNI

MANUELA ABLONDI, BETTERHOMES  
IMMOBILIENDIENSTLEISTUNGEN, WALD



«Für mich hat dieses Netzwerk einen dualen Nutzen. Auf der einen Seite finde ich durch die Mitgliedschaft im BNI neue Kunden. Auf der anderen Seite kann ich mich mit einer guten Empfehlung gegenüber meinen Kunden profilieren.»

ARMIN HOLLENSTEIN, ARMIN HOLLENSTEIN  
GÄRTEN, GRÜNINGEN



«Es geht vor allem darum, neue Kontakte zu finden. Eine Empfehlung ist der erste Schritt auf dem Weg zu einem neuen Kunden. Aber das geht nicht von heute auf morgen.»

PHILIP MARTIN, AQUA SEC SERVICE AG,  
WETZIKON



«Via Empfehlung den Zugang zu neuen Kunden zu erhalten, ist viel effizienter als eine Kaltakquise. Für mich lohnt sich die Mitgliedschaft auf jeden Fall. Ich habe dadurch Aufträge für meine Firma erhalten, an die ich sonst nicht gekommen wäre.» **SCD**