

In zweieinhalb Minuten das Beste zeigen

ESSLINGEN: Wirtschaftsjunoren sind zufrieden mit ihrem ersten Business-Speed-Dating

Geschäftspartner finden, potentielle Kunden gewinnen, das eigene Unternehmen bekannter machen – das dürften in etwa die Beweggründe sein, am Business-Speed-Dating teilzunehmen. Rund 70 Freiberufler, Selbstständige, aber auch Angestellte trafen sich in der IHK, um in zahllosen kurzen Zweiergesprächen sich selbst und ihr Produkt vorzustellen. Die Wirtschaftsjunoren hatten zum ersten Mal zu dieser Art von Kontaktbörse eingeladen und zogen am Ende eine positive Bilanz.

VON GESA VON LEESSEN

„Es gab niemanden, der gesagt hat, der Abend habe ihm nichts gebracht“, erklärt der Organisator Marc Glasl von den Wirtschaftsjunoren. Man denke bereits über eine Wiederholung nach: „Jedes halbe Jahr kann ich mir dieses Speed-Dating durchaus vorstellen.“

Der große Saal im Erdgeschoss der IHK summt vor Stimmen. Die Tische sind im Kreis gestellt, mehr als 30 Paare sitzen sich gegenüber, den Oberkörper weit vorgebeugt, um den Gesprächspartner überhaupt zu verstehen. Prospekte werden eingesteckt, Gesprächsfetzen sind zu hören: „Alleinstellungsmerkmal“, „Netzwerk“, „weltweite Neuheit“, „Prozessoptimierung“. Es gongt, die Frauen und Männer, die im inneren Kreis sitzen, erheben sich, rücken einen Stuhl weiter. „Guten Tag, mein Name ist Karin Weidenbach. Ich bin PR-Beraterin.“ Die Wendlingerin trifft auf Hans-Joachim Borm. Er vertritt eine Versiche-



Speed-Dating bei den Wirtschaftsjunoren: Zweieinhalb Minuten hat jeder Zeit, um seinem Gegenüber das eigene Geschäft vorzustellen.

Foto: von Leesen

rung in Kirchheim und lässt der Dame galant die ersten zweieinhalb Minuten. Weidenbach legt los: „Ich entwickle PR-Konzepte für mittelständische Unternehmen, Start-ups, Existenzgründer, also für Firmen, die keine 50-köpfigen PR-Abteilungen haben.“ Es gongt. Die ersten

zweieinhalb Minuten sind vorbei, nun hat Borm genauso viel Zeit, sein Unternehmen anzupreisen. Er erklärt, dass seine Firma immer wieder neue Produkte entwickle, „die wir auch pressemäßig bekannt machen wollen. Das könnten Sie dann machen?“ Weidenbach nickt. Hier

könnte sich eventuell etwas Interessantes entwickeln. Bevor es in die Tiefe geht, ertönt schon wieder der Gong, doch die Visitenkarten sind ausgetauscht, einem näheren Kontakt steht nichts mehr im Wege. Ein Rundgang um den großen Kreis zeigt, dass viele der Anwesenden in

irgendeiner Form in der „Consultingbranche“ sind, also beraten. Ob Image, Software, Kommunikation, Management, Technologie, Steuer, Personal – nichts, was nicht beraten werden könnte.

Aber auch andere Branchen sind vertreten. Adonis-Emmanouil Fragkakis vertritt die Zurich Elite Business School und verteilt großzügig seine Hochglanzprospekte. Kornelia Merkle hat kleine Schokoladentafeln dabei, um ihren Gesprächspartnern ihre Werbe- und Prospektagentur vorzustellen. Hier trifft Volkshochschule auf Schreiner, Arbeitsagentur auf Organisationsentwicklung, Haussanierer auf Datentechniker, Fotografin auf Zauberer, Tontechniker auf Betriebswirtin. Zwischendurch huscht ein Helfer der Wirtschaftsjunoren um den Kreis und verteilt Wasserflaschen. Nach knapp zwei Stunden ist Pause, im Foyer warten belegte Brötchen.

Nach 30 Gesprächen geschafft

Karoline Gilbert hat sich etwas früher aus dem Saal entfernt: „Ich brauche eine Pause. Vielleicht 30 Gespräche habe sie nun hinter sich. „Alles sofort auf den Punkt bringen, ist ganz schön anstrengend“, findet die Stimm- und Sprechtrainerin. Aber es sei sehr interessant, so viele verschiedene Menschen kennen zu lernen und zu erleben, wie unterschiedlich sie sich verhielten. Aufgefallen sei ihr, „dass gerade die jungen Männer ja gnadenlos sind in ihrer Selbstdarstellung. Da können Frauen sich noch einen Scheibe abschneiden“.