



UC BRANDENBURG

Der Unternehmer-Club der Berliner Volksbank

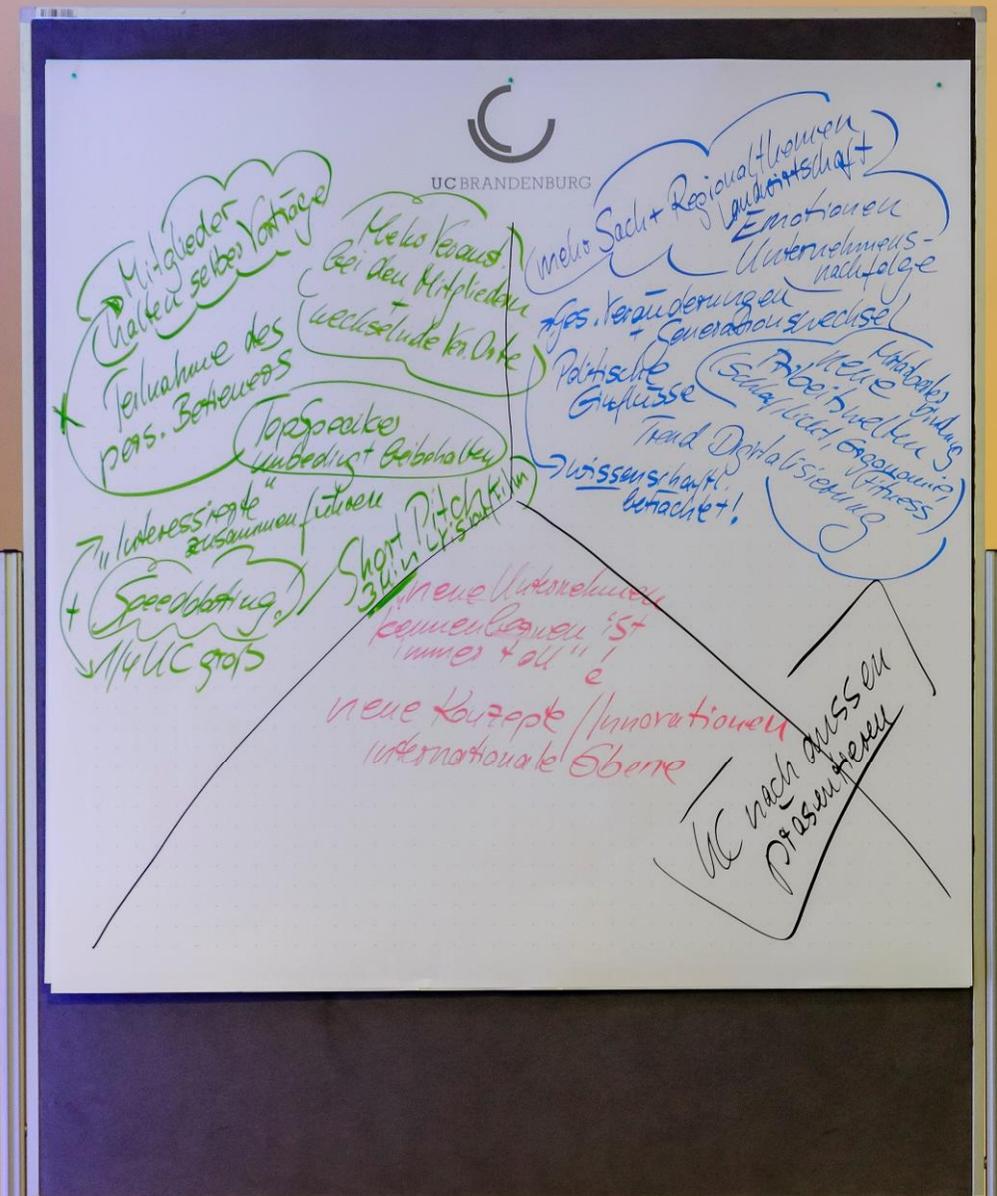


Berliner
Volksbank

WORLDCAFÉ 1 - ZUKÜNFTIGE VERANSTALTUNGSFORMATE/-INHALTE

Wesentliche Erkenntnisse

- Mitglieder inhaltlich einbinden (sowohl bei Location und auch als Speaker) – damit verbundenes Kennenlernen neuer Unternehmer und des Unternehmens bietet Mehrwert
- Besseres Kennenlernen der Mitglieder unterstützen; Unternehmer stellen sich selber vor, bspw. im Rahmen von Speed-Dating/ Pitches
- Regionale Themen bespielen - relevante Themen sind u.a. Unternehmensnachfolge, Generationenwechsel, Digitalisierung, neue Arbeitswelten
- TOP-Speaker weiterhin beibehalten
- Regional bzw. branchenfokussierte Veranstaltungen etablieren (bspw. 2-3 mal p.a. Treffen der Landwirte); Umsetzung bei größerer Anzahl „aktiver“ Mitglieder
- Zukünftig Teilnahme des Bank-Beraters gewünscht



WORLDCAFÉ 2 - AKQUISE WEITERER MITGLIEDER

Wesentliche Erkenntnisse

- Exklusivität/Qualität wahren; langsames und zielgerichtetes Wachstum attraktiver Unternehmer
- Zielbild: 99 UC-Mitglieder+ Berliner Volksbank; Anwesenheit sollte 50 TN pro Veranstaltung für intensiven Austausch nicht übersteigen; „Qualität vor Quantität“
- Wichtig für Auswahl der Unternehmer: Branchenmix, Fokus produzierende Unternehmen, Große Unternehmen; wenig „Berater“, Diversifikation in Alter / Geschlecht („mehr Frauen und junge Unternehmer“)
- „Intronisierung“ neuer Mitglieder im Club durch eigene Vorstellung des Unternehmers sowie des Unternehmens
- Einbeziehung der Unternehmer in Beitrittsentscheidung neuer Mitglieder

UC BRANDENBURG

Offnen → jeder darf mitmachen, #Hauptbekanntes
 Unternehmen (Geld verdienen) Wachstum?
 Qualität nicht immer Größe

→ Unternehmen mit guten Ideen / Visionen
 - Unternehmen, die produzieren
 - aktive Unternehmen
 - keine Einzelunternehmer
 - keine schwache Branchen
 * inkl. Software ect
 - nicht zu viele „Books“
 - in Brandenburg Herzzeit und andere „Pitch“ als Bsp. 3 min

Kelwelt: Gespräche auch im Nachgang
 es geht mehr drum einzulernen
 Unternehmen in reinem Kontakt kennenlernen
 Veranstaltungen in Unternehmen
 Chance auf „operatives TUN“

gute Mischung Kooperationspartner können Weltweit bringen
 - Mitglieder sollen Einbeziehung sein = neue Themen (Sensitiv oder digital) neue Mitglieder sollten sich selbst präsentieren (5 min) → Bestenfalls gut
 - Digitalisierung → Bedarf, Probleme, auch uc. Mitglieder
 - Steuerung Baufirma bringen sich ein → Operative was Interesse hat, kommt frühzeitig in dieser Zeit präz. sich finden
 - auch UC sollte digitaler werden Samsung Flip
 → nicht zu kleine Firmen, gewisse Größe „Profil“ vorgeben was bieten wir, was suchen wir

UC BRANDENBURG

keine Begrenzung | aktiver Club
 ③ keine Massenveranstaltung
 Faktor 2 (max. 100 Mitglieder)
 im Ø 50 anwesend 50 99 Unternehmer +
 ggf. Nord/Süd | im Club unsere Bank
 Zielgerichtete Auswahl

• homogenes und langsames Wachstum
 • knapp halten → keine Sammelveranstaltung
 • Wartezeit explodiert → kann über Größe erneut gesprochen werden
 • wenige Mitglieder
 • große Gruppe (2) x p.a → zusätzlich
 kleine Gruppen alle 2 Monate
 z.B. Tausch & Austausch
 20

WORLDCAFÉ 3 - UMGANG MIT INAKTIVEN MITGLIEDERN U. GÄSTEN

Wesentliche Erkenntnisse

- Inaktive Mitglieder werden nicht systematisch ausgeschlossen; Gründe für Nichterscheinen erfragen; falls keine Steigerung der Teilnahme innerhalb von einem Jahr, dann Ausscheiden
- Location-Wechsel und Nähe zu UC-Event können Teilnahme an UC-Events erhöhen
- Mitglieder im UC Brandenburg noch transparenter machen – damit Steigerung Attraktivität für Teilnahme an Event
- Richtlinie für Gäste zu definieren; Fokus liegt auf Personen, die eindeutig dem geschäftlichen Umfeld des Mitglieds zuzuordnen sind (u.a. befreundete Unternehmer, Netzwerkpartner)
- „Gäste-Orientierungshilfe“ sollte sich nicht ausschließlich an Kunden richten; Mitnahme von Neukunden ausdrücklich gewünscht; transparent machen, was Intention der Gästeeinladung ist
- Teilnehmende Gäste transparent machen

UC BRANDENBURG

1

- + bessere Präsenz durch Gäste mitbringen
- + Inhalte / Rückmelde Themen
- + Mitsprache Möglichkeit / aktiv einbringen
- + Mehrwert u.ä. durch Vorstellern Unternehmen
- + Wert trifft uns auch mal wo anders
- + aktuelle Spezialdatensätze

2

Kaufkraft warum liegt es zeigt Interesse ✓ wenn nein dann ... (> 1 Jahr)

3

- + Gäste könnten auch zukünftige Vortragende sein - Mehrwert für UC-Mitgl.
- + Mehrwert Partner
- + befreundete Unternehmer (auch Nicht Kunden)

und regelm. Liste UC-M
+ Infos der aktiven Mitglieder (Biete/Suche)

Mens linker mit Infos von UC-M (kurz)

Strategische Themen wo u.ä. die Bank etwas beitrage per Kenn (u.a. Nachfolge)

Richtlinien für Gäste

WEITERENTWICKLUNG DES UC BRANDENBURG – BEWÄHRTES FORTFÜHREN UND NEUES ETABLIEREN

„Bewährtes“ fortführen

- Ca. zwei TOP-Events mit hochkarätigen Speakern mit überregionalen Themen (u.a. Digitalisierung)
- Standort Potsdam als zentraler Anlaufpunkt für Club-Gemeinschaft
- Weitere Akquise neuer Mitglieder (Fokus auf hohe Diversifizierung im Mitgliederbestand); Exklusivität weiterhin durch gezielte Auswahl und Ansprache wahren

„Neues“ etablieren

- Teilnahme 2-3 Bank-Berater
- Neue Unternehmer stellen sich selbst vor (mittels Präsentation; Film oder „frei“); optional auch für Bestandsmitglieder anbieten
- Umsetzung „Unternehmer-Porträt“ (Veranstaltung bei Unternehmer inkl. Führung; optional ggf. inkl. Themenvortrag)
- Keynote durch Speaker + regionale Themen
- Einbindung der Unternehmer in Beitrittsentscheidung (ggf. Vorstellung der neuen „Interessenten“ im Rahmen der Events)
- Ansprache „inaktiver“ Mitglieder bzgl. weiterer Teilnahme
- Unterstützung Austausch + Vernetzung mittels Formaten, die Zusammenarbeit der Mitglieder ermöglicht (analog Mitgliederversammlung)
- Etablierung von Speed-Datings