

americas · europe · africa · asia · australasia



BNI[®]

BNI-ONLINE.DE

Deutschland

Österreich

Schweiz

Sommer 2011

Success**NET**

BNI-Magazin



Going4Team

Changing the Way the World Does Business

Mit einer Hand lässt sich kein Knoten knüpfen.
Volksweisheit aus der Mongolei



- Netzwerkwissen
- 3 **Wie viel BNI ist in Ihrem Chapter drin?**
- 4 SuccessNet auf einen Blick
- Zahlen und Erfolge
- 5 **Von Null auf eine Million in 133 Tagen!**
- Aus den Chapters
- 6 **Die perfekte Welle**
- 7 **Wir holen uns die Schule ins Haus!**
- Von den Besten lernen
- 8 **Das gehört in 60 Sekunden!**
- Schweiz
- 9 **Die Schweiz erhält hohen Besuch aus den USA**
- Netzwerkwissen
- 10 **Die 10 Gebote des Netzwerkers – Verkauf mir nichts!**
- Aus den Chapters
- 12 **Optimale Produktentwicklung durch das Netzwerk Mit Besuchern hoch hinaus**
- 13 **Über den Tellerrand geschaut**
- Mitglieder stellen sich vor
- 14 **60 rote Sekunden in Irland
Teampayer: Kreativität plus Beratung**
- Österreich
- 15 **Wünschen erlaubt**
- Going4Team
- 16 **BNI 19 – Netzwerken an der Elbe**
- 17 **Schweiß schweiß zusammen
Vom Powerteam zur Business Angel GmbH**
- Teamleistung
- 18 **Von Maultaschen, Zauberern, BNI und einem perfekten Promi-Dinner**
- Österreich
- 20 **Im Mittelpunkt: Der Mensch!**

Liebe Netzwerk-Freunde,

haben Sie sich jemals Gedanken darüber gemacht, wieso wir leben wie wir leben? Warum wir es vorziehen, in Siedlungen, Dörfern, Gemeinden und Städten zu leben? Woran könnte es liegen, dass Menschen einfach lieber mit anderen zusammen sind als die Einsiedelei zu wählen?

Die Antwort: Gemeinsam sind wir einfach erfolgreicher. 2003 starteten in Berlin und Stuttgart die Ehepaare Jäger und Verleger die Geschichte von BNI in Deutschland, Österreich und der Schweiz erfolgreich. Bei der Nationalen Konferenz 2011 in Wien waren dann fast 130 Verantwortliche von BNI versammelt, um gemeinsam Erfahrungen auszutauschen, Erfolge zu feiern und besonderes Wissen für das nächste Jahr mit in die Regionen zu nehmen. Wie in den Chapter-Meetings finden auch bei Nationalen Veranstaltungen von BNI Ehrungen statt. Dominiert werden die Ehrungen von Regionen, die es schaffen, sich eine gemeinsame Identität und somit auch ein strukturiertes Team aufzubauen. Fragen wir bei besonderen Einzelleistungen von Chapters nach, was den langfristigen Erfolg ausmacht, dann stoßen wir auch wieder auf ein besonderes gemeinsames Wir-Gefühl. Im Team erreichen Menschen einfach bessere Ergebnisse! Wir möchten Sie dabei unterstützen, ein erfolgreicherer Team zu werden.

Going4Team ist das Motto von BNI, das wir vom 1. April 2011 bis zum 31. März 2012 verfolgen wollen. Dazu senden wir Ihnen die Botschafter der Region 2011 – BNI-Mitglieder, die sich bei der Nationalen Konferenz 2011 über ihre Region hinaus vernetzt haben.

Viel Spaß beim Going4Team wünschen

Ihre Nationalen BNI-Direktoren

Harald Lais

Michael Mayer

Unser Titelbild:

Gemeinsam weiterkommen steht nicht nur im Klettergarten im Mittelpunkt, sondern auch beim Thema Netzwerken. Tom Zilker aus dem Chapter EPIDOT in München unterstützt diese Ausgabe mit seinen Event-Fotografien.



Klaus Kobjoll auf der nationalen BNI D-A-CH Konferenz 2011
Foto: Beatrice Hermann · www.beatricehermann.de



Starke Marken brauchen starre Regeln

Wie viel BNI ist in Ihrem Chapter drin?

Klaus Kobjoll ist Inhaber der 4 Sterne Seminarlocation »Schindlerhof« bei Nürnberg. Mit seinem Team hat er seit 1994 über 14 Auszeichnungen gewonnen, darunter auch zweimal den European Quality Award. Im Rahmen der Nationalen Konferenz 2011 von BNI D-A-CH in Wien begeisterte er die Konferenzteilnehmer mit dem Geheimnis seines Erfolges.

Menschen wollen auf charmante Weise verführt werden,

... am liebsten von Personen, die von ihrer Sache begeistert sind und dafür wirklich brennen! Also lautet unsere Frage an Sie an dieser Stelle: Wie viel BNI ist in Ihrem Chapter wirklich drin? BNI – Local Business – Global Network – keiner unserer Mitbewerber kann, egal ob regional, national oder international, auch nur annähernd die Ergebnisse seiner Teilnehmer mit uns vergleichen. Wo immer Sie in der Welt zum Nummer eins Fast-Food-Anbieter gehen, wissen Sie, welche Einrichtung, Softdrinks, Burger und Fritten Sie erwarten. Erhalten Besucher des Chapters an Ihrem Standort auch wirklich ein komplettes BNI-Meeting? Erst wenn Sie das liefern, sind Sie in der Lage, Besucher auf charmante Weise zur Teilnahme an Ihrer Runde zu begeistern. Das ist Ihr persönliches Add-On – die Personality Ihres Chapters. Brennen Sie für Ihr Chapter, dann wird die Marke BNI für Sie und Ihr Unternehmen die Welt verändern.

Die vier Säulen der Qualität bei BNI

1. Basisqualität

... alles, was Besucher voraussetzen, sind: positive Grundstimmung, freundliche und hilfsbereite Besucherbetreuer, Teilnehmer, die sich für Besucher und andere interessieren.

2. Erwartungsqualität

... geprägt durch das BNI-Image, also im Idealfall: vollständiges Führungsteam, 20 Tagesordnungspunkte nach BNI-Richtlinien, Trainingslot, Visitenkartentausch, 60-Sekunden-Präsentationen, 10-Minuten-Präsentation mit Gastgeschenk, Empfehlungsrunde.

3. Überraschungsqualität

... was Besucher nicht erwarten. Eigentlich ist das gar nicht so schwer – persönliche Begrüßung durch das Führungsteam, namentliche Begrüßung am Anfang des Meetings, von Herzen kommende Auszeichnung für den Netzwerker des Monats, Vorstellung durch den Gastgeber, vorbereitete 60-Sekunden-Präsentationen mit Gedächtnisanker, 10 Minuten, die wirklich Basis für Empfehlungen sind, ausschließlich positive Beiträge in der Empfehlungsrunde, mehr Empfehlungen als Personen im Raum sind.

Stellen Sie sich die Wirkung Ihres Chapters auf einen Besucher vor, wenn immer mehr als 40 Unternehmer da sind und jeder mindestens eine Empfehlung tauscht. (Bei Chapters mit über 40 Teilnehmern pendeln sich die Empfehlungen jedoch eher bei 70 als bei 40 ein!). Wenn die Dankeschön-Karten laut vorgelesen werden und bei einfachem mitrechnen ein stattlicher Betrag zusammenkommt.

4. Wirkung der Teilnehmer

Es wird Resonanz erzeugt durch ernsthaftes Interesse an den Teilnehmern und Besuchern, persönliche Betreuung im Anschluss an das Meeting durch Besucherbetreuer, Kontaktaufnahme durch das Führungsteam und verbindliche Rückmeldungen durch kontaktnahe Berufssparten aus dem Chapter.

Wir schließen von den Teilnehmern auf die Marke!

Die Teilnehmer eines jeden Chapters haben es in der Hand – welches ist der erste Eindruck, den Sie hinterlassen? Gehen Sie verbindlich und vertrauensvoll miteinander um? Haben Sie etwas Positives über Ihre Teilnahme am BNI-Marketingprogramm und die anderen Teilnehmer zu sagen? Können Sie interessante Gesprächspartner in Ihrem Chapter vorschlagen? Leben Sie die Philosophie »Wer gibt, gewinnt!« authentisch vor? Beziehen Sie alle Teilnehmer des morgendlichen Meetings mit ein? Zeigen Sie Freude und Stolz für das, was Sie als Team gemeinsam erreicht haben? Ist Ihr Chapter wirklich in der Lage, seine Interessen selbstbestimmt und selbstverantwortlich zu verfolgen?

Going4Team – packen Sie es jetzt an und füllen Sie Ihr Chapter mit Leben.

SuccessNet auf einen Blick: Was passiert wo in den BNI-Chaptern?

Wie erfolgreich ein Unternehmer bei seinem Auftritt ist, hängt davon ab, wie er als **Persönlichkeit rüberkommt**. Eine Expertin aus Hamburg erzählt.
→ Seite 8

BNI 19 – Was passiert, wenn **alle an einem Strang ziehen** lesen Sie in diesem Bericht aus Hamburg.
→ Seite 16

Über den Tellerrand geschaut. Lesen Sie wie **drei Berliner Chapter** **gemeinsam moderierten und frühstückten**.
→ Seite 13

Nach 133 Tagen des Bestehens hat das Chapter **LIPPE** in Paderborn die **erste Million** geschafft.
→ Seite 5

Nehmen Sie ein **Power-Team** und zaubern Sie **einfach ein neues Unternehmen**, so geschehen in Bremen ...
→ Seite 17

60 Sekunden sind immer gleich kurz – in Irland dazu aber noch rot! Das hat **Axel Beyer** aus Dresden erfahren.
→ Seite 14

Netzwerken geht überall! Das Chapter **BACCHUS** aus Erlangen abseits gewohnter Wege.
→ Seite 12

Wer sich weigert, morgens zum Frühstück zu kommen, der darf **abends auf den Dom zu Köln!**
→ Seite 12

Teampayer. Wie Sie **gemeinsam mehr** aus **Netzwerkkontakten** machen, erzählen zwei Damen aus Chemnitz.
→ Seite 14

Das **Perfekte Promi-Dinner** in Waiblingen.
→ Seite 18

Das Chapter **EPIDOT** aus München arbeitet an sich **und der perfekten Welle**.
→ Seite 6

Das **HENLEIN** Chapter aus Nürnberg handelt und **holt die Schule ins Haus**.
→ Seite 7

Warum **starke Marken** **starre Regeln** brauchen und was das für Ihr Chapter heißt, haben wir Ihnen **Wien** erfahren.
→ Seite 3

Verkauf mir nichts!
Die 10 Gebote des Netzwerkers erklärt **Sonja Moor** aus Unterentfelden
→ Seite 10

Vor rund 25 Jahren träumten **Norm Dominguez** und **Ivan Misner** davon, eine Welt voller Netzwerker zu schaffen. **Norm** hat **jetzt einige Chapter** in der Schweiz besucht.
→ Seite 9

Gewünscht, geliefert! So einfach kann Netzwerken sein. Lesen Sie die **Erfolgsstory** aus Wien.
→ Seite 15

Foto: Tom Zilker

Von Null auf eine Million in 133 Tagen!

Durchschnittlich 7500 Euro Dankeschön pro Tag



Wochenmail des Chapters LIPPE vom 17. Juni

Liebe Geschäftsfreunde, Chapterkollegen und Freunde,

das war eine Überraschung: Heute haben wir unser Chapter-Frühstück mit einem Gläschen Sekt eröffnet. Der Grund? Im neuesten Ranking von BNI in D-A-CH (Deutschland, Österreich und der Schweiz) sind 270 Chapter aufgeführt (im Vormonat waren es erst 254). Hatten wir mit 70 von 100 möglichen Punkten in der April-Bewertung schon einen sensationellen 51. Platz erklommen, so stehen wir nach der neuesten Liste für den Mai mit 90 Punkten schon auf Platz 17 und gehören jetzt - im 4. Monat seit Gründung - schon zu den TOP 20! Das Sekt-Frühstück war also absolut verdient.

Doch das war noch nicht alles:

Während der Engagement-Runde lief der Taschenrechner mit und die »Danke-für-Umsatz-Kärtchen« wurden still und leise mitaddiert. Und dann erklang plötzlich eine Fanfare und das Lied »We are the champions« schallte durch den Saal. Uli Gausmann und ich sprangen auf die Stühle um diesen besonderen Moment mit »klatschen und singen« gebührend zu feiern, denn wir hatten soeben nach nur gut vier Monaten - am 133. Tag unseres Bestehens - die Grenze von einer Million Euro Umsatz überschritten!

Unser heutiges Ergebnis - mit 53 Empfehlungen und Danke für 162760 Euro Umsatz - passte da wieder exzellent ins Bild!

Gesuchte Mitglieder für unser Chapter
Noch sind unsere 45 Chapter-Plätze nicht komplett ausgebucht und noch haben wir keine Anwärter auf der Reserveliste.
Folgende fünf Branchen stehen oben auf unserer Prioritätenliste:

1. Bauunternehmer
2. Physiotherapeut und/oder Heilpraktiker
3. Garten- und Landschaftsbauer und/oder Florist
4. Top-Friseur (was in so einem Salon alles geredet wird ...)
5. Gastronom

Bitte laden Sie zum nächsten offiziellen Treffen bitte möglichst Gäste aus diesen Branchen zu uns ein.

So verbleibe ich mit internetten Grüßen

BNI Chapter LIPPE in Paderborn
Hentschel-Marketing UG (haftungsbeschränkt)
Internet-Zeitungen in OWL
Am Kuhlhof 5
33189 Schlangen
T: +49-(0)5252-974805
F: +49-(0)5252-974806
W.Hentschel@Paderborner-Blatt.de



Nachtrag vom 12. Juli

... in der Anlage schicke ich Ihnen ein paar Bilder von unserer Gründungsversammlung am 4. Februar 2011. Die Bilder wurden gemacht vom Chaptermitglied Darius Pfeiffer www.studio-blickfang.de

Dazu noch einmal die Bestätigung: **Am letzten Freitag haben wir das 45. Mitglied in unser Chapter aufgenommen.** Jetzt „arbeiten“ wir an der Reserveliste ...



Stellen wir uns die BNI-Mitglieder als Surfer auf einer Welle vor. Das Bild macht klar: Wenn Sie auch nur ein wenig von BNI verpassen, fallen Sie zurück.
Tony Allwood Seite 126

München

Die perfekte Welle

– oder wie ein Netzwerk auf den ungewöhnlichen Wellen des Erfolges reitet

Entdecken Sie den Augenblick

Im Surfsport liegt die besondere Herausforderung darin, immer wieder die nächste Welle zu reiten. Glückliche sind die, die rechtzeitig erkennen, wann der passende Moment gekommen ist, um die perfekte Welle auch richtig zu nehmen. Diese Auf- und Abwärtsbewegungen sind sowohl in Unternehmen als auch in Netzwerken immer wieder zu beobachten und stellen einen natürlichen Verlauf im (Unternehmens-) Leben dar. Nach jedem Hoch folgt ein Tief, nach jedem Tief wieder ein Hoch, wenn die entsprechende Welle richtig genommen wird.

Das Chapter EPIDOT blickt hier bereits auf zwei wesentliche Wellen zurück, die

zum einen so manche Aufregung verursacht, zum anderen aber auch wieder sichtbaren Erfolg nach sich gezogen haben.

»Probleme werden nicht auf der Ebene gelöst, auf der sie entstanden sind.« (Albert Einstein)

Warum geht nun ein erfolgreiches BNI-Chapter zu Beginn dieses Jahres erneut in Klausur? Der Impuls, dass es wieder an der Zeit war, den nächsten Entwicklungsschritt zu tun, stand für den Beginn der dritten Welle. Fragen, wie »Wo steht die Gruppe gerade?«, »Wie geht es jedem Einzelnen?«, »Was fehlt noch, um voranzukommen?« sorgten dafür, dass das Führungsteam gleich zu Jahresbeginn einen erneuten Impuls für die Mannschaft setzen wollte.

Sind Menschen miteinander wirklich in Verbindung, so können sie sich sehen und werden besser gesehen. Der Weg vom reinen Unternehmensnetzwerk zu »Menschen begegnen Menschen« war für viele im Verlauf dieses Tages ein sehr mutiger Schritt. Es galt, Neues und Ungewohntes auszuprobieren, tatsächlich eine intensivere Form der Verbindung aufzunehmen. Eine neue Form der Kommunikation und ein neues Bewusstsein für echte Verbindungen wurden so für jeden erlebbar.

- »Unser Treffen fühlt sich seitdem anders an.«
- »Noch nie bin ich von meinem Chapterkollegen so herzlich umarmt

worden. Ich sehe ihn jetzt mit ganz anderen Augen.«

- »Jetzt fühle ich mich als wichtiger Teil dieser Gruppe.«

Das sind einige der Aussagen nach diesem Tag. Und die nächste, die vierte Woge?

Jeder Impuls ist wichtig, um ein Netzwerk in seiner Weiterentwicklung zu fordern und fördern. Einen exakten Plan dafür gibt es nicht, lediglich die Wahrnehmung, die Intuition, wann der entsprechende Zeitpunkt gekommen ist – die perfekte Welle schon wartet. Einen Plan haben auch die Surfer nicht. Das ist das wirklich Neue, das Lebendige.

Erfolg erfolgt, wenn man sich selbst folgt. Die Führung, zusammen mit dem Mitgliedschaftsordinator Thorsten Niedlich steht auch nach der Bestätigung aus der Gruppe für die nächste Amtsperiode, die nächste Woge, bereit.

Die Initiatoren bieten diese Workshops auch als wertvolle Impulse für andere BNI-Gruppen an. Mehr Informationen bei:

Sabine Krusch
Chapter EPIDOT, München
T: +49-(0)8026-9279640
sk@senseforfinance.de

Nürnberg

Wir holen uns die Schule ins Haus!

Am 4. März 2011 hatten wir im HENLEIN-Chapter im Südwestpark viele Gäste, ganz außergewöhnliche Gäste: Uns besuchte eine Abordnung der Birkenwaldschule in Nürnberg.

Was war der Anlass?

Bei der großen Jazz- und Brunchveranstaltung Ende März 2010 wurde offiziell, auch über die anwesende Presse, mitgeteilt, dass das HENLEIN-Chapter ein soziales Projekt fördert und unterstützt. Der Pausenhof der Birkenwaldschule soll zeitnah nicht nur wieder betretbar, sondern auch ein besonderer Ort der Begegnung unter den Schülern werden. Die Stadt Nürnberg hat klar signalisiert, dass im Moment dafür keine Gelder von Seiten der Stadt zur Verfügung gestellt werden können.

Eigeninitiative!

Deshalb hat eine Arbeitsgruppe des HENLEIN-Chapters das Projekt in Eigeninitiative vielversprechend begonnen. Entwürfe wurden erstellt die von der Schule angenommen und als sehr gelungen gelobt wurden. Ein Finanzierungsplan regelt die einzelnen Entwicklungsstationen. Jetzt sollte das ganze Projekt ein Gesicht bekommen. Dazu haben wir eine Abordnung der Schule eingeladen. Gefolgt sind diesem Aufruf 12 Schüler der Klassen 2 bis 4, die Klassensprecher und die Schülervertretung sowie die Rektorin und die Konrektorin.

Umsetzung

Die Schüler wurden mit zwei Bussen von Mitgliedern des HENLEIN-Chapters abgeholt und zu unserem BNI-Frühstück chauffiert. Die anfängliche Zurückhaltung der Schüler kurz nach dem Eintreffen wurde von den »Henleins« professionell aufgelockert. Jede Schülerin und jeder Schüler erhielt für diesen Vormittag einen Paten bzw. eine Patin, die sie gleich einmal zum sehr reichhaltigen Frühstücksbuffet führten. Sich einmal nach Herzenslust all das auf den Teller laden zu können, auf das man »schon immer mal« Appetit hatte, lies die Gesichter unserer jungen Gäste fröhlich erstrahlen. Somit war der Bann von Anfang an gebrochen.

Staunen lernen!

Manch einer der erwachsenen »Profis« unter uns war erstaunt, mit welcher Sicherheit jeder Gast Schüler seinen 60-Sekunden-Teil vortrug. Laut und deutlich erfuhren wir die Lieblingsfächer und die zukünftigen Berufspläne unserer kleinen Gäste. Von den Klassikern Fußballer, Top-Model bis hin zum Wissenschaftler und Steuerberater (!) war alles dabei. Auch wir Erwachsenen bemühten uns, unsere Branche allen verständlich rüberzubringen. In der Empfehlungsrunde war es ein Profi, der erstaunt feststellte, heute »endlich kapiert« zu haben, was jeder Unternehmer in der Runde wirklich macht. Da sieht man, wie man mit einfachen Worten auch in nur ca. 30 Sekunden seine Branche gut verständlich vorstellen kann.

Planung!

Gut vorbereitet stellten 5 Schüler im Rahmen der 10-Minuten-Präsentation den Status quo ihres Projektes vor. Die Begeisterung der Schüler für ihr Schulprojekt schwappte spätestens an diesem Vormittag auf alle Mitglieder über. Spontan wurden während der Empfehlungsrunde ca. 1000 Euro für die Kinder und deren Schulprojekt gesammelt und gespendet. Zum Schluss gab es noch ein besonderes »Leckerli« für die Schüler. Jedes Kind wurde einzeln vom Chapter-Direktor anmoderiert und mit einer persönlichen, individuellen Botschaft erhielt jedes eine signierte Urkunde. Jetzt, nach dem 4. März, sind wir sicher, das Projekt stemmen zu können. Dazu werden neben der handwerklichen Eigenleistung auch weitere Gelder benötigt. Deshalb haben uns andere Nürnberger Chapter signalisiert und teilweise auch schon begonnen, uns in diesem großen Vorhaben tatkräftig zu unterstützen.

Logos der unterstützenden Unternehmer sowie von BNI sind auf dem Schulgelände täglich deutlich erkennbar. Gastreferate der »Henleins« zu Fach-



themen in der Schule runden das einerseits finanzielle Engagement und die andererseits eingebrachten geldwerten Dienstleistungen (v. a. im Handwerksbereich) ab.

Fazit

Fazit an diesem Vormittag: Diese engagierten Schüler und Lehrkräfte haben unsere Unterstützung mehr als verdient. Es ist auch eine Investition in unsere eigene Zukunft. Denn diesen Tag werden die Schüler ihr Leben lang positiv in Erinnerung behalten. Und die Schüler und Schülerinnen sind unsere Zukunft.

Dimitri Koranis
Chapter HENLEIN, Nürnberg
T: +49-9111-2554926
d.koranis@koranis.de



Hamburg

Das gehört in 60 Sekunden!

Expertin für Selbstpräsentation

Als ich vor zwei Jahren als Trainerin für Selbstpräsentation zum BNI kam, stand schnell fest: Es gibt keine optimalere Plattform für zielführende Kommunikation als ein BNI-Frühstück. Ob beim offenen Netzwerken, in der 60-Sekunden-Präsentation oder auch in der Empfehlungsrunde – wer dabei erfolgreich kommuniziert, kann in kürzester Zeit Ziele erreichen, wie z. B. wert-

volle Kontakte erhalten, Eigenwerbung betreiben, Empfehlungen austauschen und Umsatz generieren.

Persönliches zählt, geschäftliches ergibt sich!

Wie erfolgreich ein Unternehmer bei seinem Auftritt ist, hängt davon ab, wie er als Persönlichkeit rüberkommt. Es geht dabei viel weniger um das, was er sagt, als um die Art und Weise wie er etwas sagt oder agiert. Als Trainerin für Selbstpräsentation unterstütze ich Menschen in ihrem körpersprachlichen Selbstausdruck und der Wirkung, die sie dabei erzielen. Stimme und Artikulation sind dabei genauso wichtig wie eine souveräne, authentische Haltung oder eine offene Gestik und Mimik. Die wichtigsten Punkte für einen erfolgreichen Gesamtauftritt lassen sich gleichermaßen auf eine 60-Sekunden-Präsentation übertragen.

Wie Sie Ihre 60 Sekunden nutzen:

1. Sie sind gut vorbereitet
Sie haben Ihre Sätze klar strukturiert. Was genau ist die Botschaft? Entwickeln Sie ein Gefühl für 60 Sekunden, so dass Sie Ihren Inhalt entspannt mitteilen können.
2. Sie lächeln
Lächeln hilft bei Lampenfieber. Sie laden sich dabei energetisch positiv auf. Und was Sie aussenden, kommt zu Ihnen zurück.
3. Sie zeigen Aufrichtigkeit
Nehmen Sie eine aufrechte, dem Publikum zugewandte, offene Haltung ein. Nutzen Sie Gestik, um Ihre Worte zu unterstützen.
4. Sie sprechen verständlich und überzeugend
Sprechen Sie mit fester Stimme und artikulieren Sie deutlich.

Nutzen Sie Betonungen. Setzen Sie Pausen. Vermeiden Sie Räuspern.

5. Sie halten es einfach
Sie sind Experte. Drücken Sie sich leicht verständlich und möglichst ohne Fachvokabular aus. Bilden Sie kurze Sätze.

6. Sie entwickeln Sendungsbewusstsein
Senden Sie Ihre Botschaft in den gesamten Raum. Blicken Sie Ihre Zuhörer direkt an.

7. Sie zeigen Leidenschaft
Was motiviert Sie, hier zu stehen? Zeigen Sie Ihre Begeisterung und Emotionen!
Nur wer selbst brennt, kann andere entzünden.

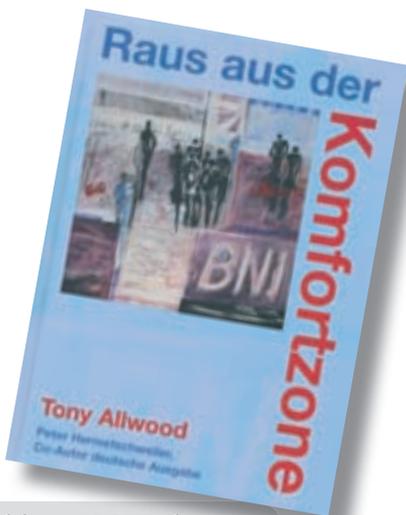
8. Sie sorgen für Überraschungen
Gestalten Sie jede Präsentation wieder neu. Führen Sie Beispiele aus Ihrem Arbeitsalltag an. Veranschaulichen Sie Ihre Tätigkeit durch Symbole oder Bilder.

9. Sie kommen auf den Punkt
Beenden Sie Ihre Präsentation mit einem Appell.
Worin liegt der Nutzen für alle Beteiligten? Was soll passieren?

10. Sie zeigen echte Wertschätzung
Jeder wünscht sich Achtung und Anerkennung.

Danken Sie Ihrem Publikum – auch innerlich – fürs Zuhören und achten Sie auf die Zeit!
Viel Erfolg bei Ihrer nächsten Präsentation!

Ursula Witthöft
Chapter CASTANEA, Hamburg
T: +49-(0)40-60097933
info@persoenlichkeitstraining.info



*BNI lebt vom Mitmachen.
Überall in diesem Buch finden
Sie den Satz »Es heißt nicht
Netz-sitzen oder Netz-essen,
sondern Netz-werken.«
Tony Allwood Seite 66*



Zürich

Die Schweiz erhält hohen Besuch aus den USA

Vor rund 25 Jahren träumten Norm Dominguez, BNI CEO, und BNI-Gründer Ivan Misner davon, eine Welt voller Netzwerker zu schaffen. Dieser Traum wurde inzwischen in rund 46 Ländern zur Realität. Der Schweiz stattete Norm Dominguez Ende April einen viertägigen Besuch ab.

Norm Dominguez startete seinen Besuch im Herzen der Schweiz, in Luzern, wo er dem Chapter EICHE seine Aufmerksamkeit machte. Anschliessend reiste er nach Zürich, um den Frühstücksmeetings der Chapter BALSBERG und ZÜRIAMSEE beizuwohnen. Letzteres musste das Treffen wegen des grossen Besucheraufmarsches sogar in den Kammermusiksaal des Kongresshauses Zürich verlegen. Neben dem Geschäftlichen erfreute sich der CEO an einem kulturellen und sportlichen Rahmenprogramm, das ihm das Nationalbüro und die Gebietsdirektoren bescherten.

Die 5 Grundwerte von BNI

Norm Dominguez berichtete in den Meetings aus seinem grossen internationalen Erfahrungsschatz. In seiner Präsentation hob er die fünf Grundwerte, die den Erfolg der BNI-Netzwerkorganisation ausmachen, hervor.

- »Wer gibt, gewinnt!«
- Aufbau vertrauensvoller Geschäftsbeziehungen
- Ausbildung der Mitglieder in den BNI-Workshops
- T + I = S: Tradition und Innovation führen zum Erfolg (Success)
- Positive Grundhaltung und Einstellung

Die Schweiz ein Vorbild

In der Feedback-Runde teilte Norm Dominguez seine Begeisterung über die positive Einstellung und hohe Aktivität der Eidgenossen mit. Er lobte die Entwicklung in der Schweiz und stellte fest, dass BNI hier »gelebt« wird. Besonders beeindruckt war er bezüglich der harmonischen Kombination aus Tradition und Innovation im Chapter ZÜRIAMSEE.

Das Logo des Chapters und der Slogan »ZüriAmSee ... bewegt«, die auf allen Arbeitsmaterialien aufgedruckt sind,



fanden sein besonderes Lob, wie auch »Schwimmer Mike«, symbolisch stehend für das BNI-Mitglied, das durch seine Aktivität im Chapter immer erfolgreich an der Oberfläche schwimmt.

Das Chapter ZÜRIAMSEE überreichte Norm Dominguez am Ende des Meetings den traditionellen »BNI-Oscar« für die beste 60-Sekunden-Präsentation. Norm Dominguez musste also extra aus den USA in die Schweiz reisen, um einen Oscar verliehen zu bekommen!

Thomas von Rotz
Chapter ZÜRIAMSEE, Zürich
T: +41-(0)44-3251020
tvr@von-rotzag.ch



Referral Institute Schweiz

Die 10 Gebote des Netzwerkens – Verkauf mir nichts!

Quelle:

Ivan Misner, Thomas W. Albrecht und Sonja Moor

Wozu gehe ich auf Netzwerkveranstaltungen?

Gehen Sie mit der Absicht, etwas zu kaufen auf Netzwerkveranstaltungen?

Sie auch nicht!

Wie können wir uns also erklären, dass wir immer wieder Personen auf Netzwerkveranstaltungen antreffen, die uns etwas verkaufen möchten?

Sagen wir mal an dieser Stelle: »Sie wussten es halt nicht besser.«

Der folgende Auszug aus den 10 Geboten des Netzwerkens kann helfen, erfolgreicher zu sein und mehr Empfehlungen zu erhalten und somit mehr Geschäfte zu machen.

Verkauf mir nichts

Versuche nicht, mir etwas zu verkaufen, ich könnte deine Empfehlungsquelle sein.

Lebe das Prinzip der Gegenseitigkeit

Wenn ich dir Geschäfte durch eine Empfehlung sende, dann denke bitte an mich. Ein neuer Kunde für mich ist das größte Dankeschön und ich arbeite weiter daran, dir Empfehlungen zu senden.

Gefährde nicht unsere Beziehung

Gib mir keine unqualifizierten Empfehlungen, nur um meine Expertise oder meine Zeit umgefragt zu beanspruchen. Das ist der schnellste Weg, deine Glaubwürdigkeit zu verlieren.

Sei pünktlich

Respektiere meine Zeit und komme nicht zu spät zu unseren Meetings, bei denen wir uns noch besser kennen lernen wollen. Vermeide ausserdem ein mehrmaliges Verschieben unseres Treffens. Ich habe Zeit für DICH reserviert und ich respektiere dich, um pünktlich zu sein.

Sei spezifisch

Sage mir bitte nicht, dass du »alles« und »jeden« suchst, das bedeutet »niemanden« für mich. Je spezifischer du bist, desto leichter kann ich potenzielle Kunden für dich erkennen.

Nimm dein Geschäft ernst

Betreibst du dein Geschäft nur als Hobby, dann kann ich dich nicht empfehlen.

Betreibe Follow-up

Wenn ich dir Geschäfte sende, dann melde dich beim potenziellen Kunden innerhalb von 24 Stunden. Falls du nicht verfügbar bist, dann stelle sicher, dass der potenzielle Kunde informiert wird, dass du später Kontakt aufnimmst. Dies hilft, deine Glaubwürdigkeit und meinen Ruf hochzuhalten.

Kommuniziere und gib Feedback

Falls du eine unqualifizierte Empfehlung von mir erhalten haben solltest, gib mir bitte sofort Feedback. Dann werde ich gleich daran arbeiten, dies zu verbessern.



Fotos: Tom Zilker



Über Sonja Moor

Ihre Motivation »Erfolgreiche UnternehmerInnen noch erfolgreicher machen.« treibt sie an, Menschen mit einem modernen Anspruch an den Verkaufsprozess Perspektiven aufzuzeigen. Über den beruflichen Werdegang und die Erfahrungen im Bereich Medien und Werbung (TV, Kino, Zeitung) konnte sie tiefe Einblicke in die klassischen Bereiche von Marketing und Verkaufsförderung von KMUs gewinnen.

Mit der Übernahme des ersten Referral Institute Franchise in der Schweiz kann sie nun ein ganzheitliches strategisches System für mehr Geschäftsempfehlungen anbieten, welches auch wirklich funktioniert, vom Selbständigen über den Unternehmer bis hin zu ganzen Vertriebsstrukturen in Konzernen.

Schütze meinen Ruf

Niemand riskiert freiwillig seinen Ruf. Falls ich von jemandem, den ich dir empfohlen habe, ein schlechtes Feedback über deine Leistung erhalte, dann schädigt dies meinen Ruf nachhaltig.

Sei auf Erfolg programmiert

Wenn du Dein Geschäft wirklich erfolgreich machen möchtest, dann sei darauf vorbereitet.

Beim Netzwerken sollte man immer sein Ziel im Auge haben, damit man nach der Veranstaltung nicht enttäuscht ist. Selbstverständlich ist es nicht verboten, Spass an einer Veranstaltung zu haben oder kein Ziel, auch kein Ziel ist ein Ziel.

Beantworten Sie sich also immer vor dem Termin folgende Fragen:

- Was ist mein Ziel?
- Will ich Spass haben?
- Will ich jemanden kennenlernen?
- Will ich eine Empfehlung?
- Will ich eine Beziehung vertiefen?
- Will ich gesehen werden?
- etc.

Mit einem definierten Ziel ist es viel angenehmer, nach der Zielerfüllung Feierabend zu machen, natürlich mit dem Hintergrund, in der Zukunft ein Geschäft zu machen.

Sonja Moor

Referral Institute Nordwestschweiz

T: +41-(0)62-5355805

s.moor@referralinstitute.ch



Hamburg

Optimale Produktentwicklung durch das Netzwerk

Steffen Gill ist Feng Shui Unternehmensberater im Chapter ACER in Hamburg. Wie nützlich ein gutes Netzwerk nicht erst in der Umsatzsteigerung, sondern auch vorab, in der Produktentwicklung sein kann, zeigt das folgende Beispiel. Denn: In einem guten Netzwerk ist alles vorhanden und die notwendigen Kontakte tun sich zur richtigen Zeit auf.

Die richtigen Kontakte

Seit mehr als 6 Jahren beschäftigten wir uns damit: einer strahlengeschützten Handytasche. Doch sie kam nicht über einen weitergereichten Geheimitipp hinaus. Es fehlte nicht an guten Ideen, sondern an den richtigen Kontakten. Eine überzeugte Geschäftspartnerin, Lieferanten, Texte, Webseite, Suchmaschinenoptimierung, Marketing, Presse, Vertrieb waren hierbei notwendige Bausteine, um das Produkt erfolgreich auf dem Markt einzuführen. Zuerst war da die Anregung durch einen BNI-Produktentwickler, eine Handytasche mit dem Namen Handy-Hood neu aufzulegen und weiterzuentwickeln. Mit Jens Masuch machten wir die erste Marktanalyse und fanden alle notwendigen Lieferanten, wie z. B. die Näherei vor Ort und den besten Filzhersteller. Der Unternehmensberater Momme Schümann gab uns wichtige Hinweise zum Finanzplan. Michael Mainka schrieb die Web-Texte und Renate Witt-Frey garantiert den Logo-Druck. Sigrid Klaffke kümmert sich um den sauberen Arbeitsplatz, Susanne Kulbars ist unsere Spezialistin für den Gebrauchsmusterschutz. Ralf Römbling optimiert uns das »Gefunden werden« bei Google und Co., Ursula Wegener-Solvie macht uns die Steuern fein.

Und das Beste am Chapter und allen Besuchern: Alle testeten die Handytaschen und gaben ihnen positive Bewertungen. Von der Neuauflage bis zum erfolgreichen Release 2.0 bei Amazon sind Dank BNI nicht mehr als 6 Monate verstrichen.

Steffen Gill
Chapter ACER, Hamburg
T: +49-(0)40-43183828
www.handy-hood.com



Fotos: Heiner te Reh · www.terehdesign.de

Köln

Mit Besuchern hoch hinaus

BALTHASAR gewinnt neue Mitglieder ganz oben

Am 12. Mai fand in Köln das etwas andere Balthasar-Event zur Mitgliedergewinnung statt. Das Kölner Chapter lud Besucher und potentielle Neumitglieder zu einer Führung über das Dach des Kölner Doms. Jeder Eingeladene wurde an dem Abend durch seinen Balthasarianer betreut.

Netzwerken geht auch am Abend

Am Donnerstag um 18 Uhr ging es los. An der Kölner Domplatte bestiegen 17 Personen den Aufzug der Steinmetze und fuhren mit ihrem Domführer Markus Heindl in luftige Höhe. Mit einigen leicht zittrigen Knien erreichten alle sicher das Dombdach. Kleinere Anflüge von Höhenangst waren schnell vergessen, denn der Zauber des riesigen Kirchenbaus hatte die Gruppe schnell gepackt.

Wo entstanden die Logen?

Bei der Führung lernten die Teilnehmer viel über das Wahrzeichen Kölns, seine Entstehung und die Bemühungen zu seiner Instandhaltung. Markus Heindl, der jeden Stein des Doms persönlich kennt, bot auch reichlich Gelegenheit, Kurioses und Erstaunliches zu erfahren. Die Gruppe sah eine Figur, die ein Steinmetz mit neuzeitlichem Gerät – einem Mobiltelefon – ausgestattet hat, oder das in Sandstein verewigte Maskottchen des 1. FC Kölns, den Ziegenbock Hennes.

Ausgeklügel bei Kölsch

Nach gut zwei Stunden Führung war Gästen wie Chapter-Mitgliedern die Begeisterung ins Gesicht geschrieben. Beim anschließenden Kölsch und Klön auf Einladung von BALTHASAR ins Brauhaus Früh, konnten sich alle noch einmal über das Erlebte austauschen. Übrigens: Ein Teilnehmer hat seinen Mitgliedsbewerbung schon abgegeben. Und das nächste Event ist bereits in Planung.

Caroline Zöller
Chapter BALTHASAR, Köln
c.zoeller@forteam.de
T: +49-(0)221-933-9933

Berlin

Über den Tellerrand geschaut

Drei Berliner Chapter moderieren und frühstücken gemeinsam

Lebhaftes Stimmengewirr dringt bereits am Aufzug an das Ohr der Ankommenden. Die ersten Teilnehmer des gemeinsamen Frühstücks der Chapter EULE, HABICHT und TIGER stehen schon bei angeregten Gesprächen zusammen. Schnell füllt sich der Eingangsbereich in der neunten Etage des Business Alliance Centers Berlin mit weiteren Mitgliedern der drei Chapter. Alle wollen sie am 13. Mai 2011 ab 6.30 Uhr die Gelegenheit nutzen, über den Tellerrand hinauszuschauen, einander besser kennenzulernen und sich vor allem miteinander auszutauschen.

Die Zeit bis zum Beginn des Frühstücks vergeht wie im Flug. Doch der Anblick der leckeren Brötchen lenkt die über 40 Teilnehmer schließlich pünktlich auf ihre Plätze. Nach der Begrüßung durch Anita Meier, Direktorin der Tiger, begeistert René Tzschoppe, Direktor der Habichte, mit einer Drei-Minuten-Präsentation: Was hat der Preis mit der Wüste zu tun? Ganz einfach. In der Wüste ist einem Verdurstenden Wasser mehr wert als an einer Stelle, wo es im Überfluss vorhanden ist. Und genauso verhält es sich auch mit dem Preis für Produkte und Dienstleistungen. Wie viel der Kunde zu zahlen bereit ist, ergibt sich daraus, wie wichtig ihm das Angebot ist.

Nach diesem Denkanstoß zur Preisgestaltung moderiert die Direktorin der Eulen, Jana Jakubowski, die Vorstellungsrunde der anwesenden Mitglieder. Aufgeteilt nach Geschäftsfeldern präsentieren sie sich und ihre Leistungen – und lösen dabei das eine oder andere Aha-Erlebnis aus. Denn bei der Präsentation entdeckt so mancher, welche Anknüpfungspunkte sich für ihn ergeben können. Die hohe Zahl von 62 Empfehlungen – davon 36 chapterübergreifende – und Ideen für mögliche Kooperationen sind das Ergebnis.

Kein Wunder also, dass viele Mitglieder noch lange nach Ende des gemeinsamen Frühstücks die neuen Kontak-

te gleich an Ort und Stelle intensivieren. Schließlich bietet es sich an, die Gespräche vom frühen Morgen einfach fortzusetzen oder gezielt an die Präsentation anzuknüpfen und gemeinsame Projekte auszuloten. Und so bietet das gemeinsame Frühstück der Chapter EULE, HABICHT und TIGER mehr als nur ein besonderes Erlebnis. Vielmehr hat es sein eigentliches Ziel erreicht: Begeisterte Teilnehmer können wirklichen Nutzen für ihr Geschäft daraus ziehen.

Für die Chapter TIGER, HABICHT und EULE in Berlin
Martina Schäfer, Chapter HABICHT
T: +49-(0)30-31951208
info@martina-schaefer.de

Fotos: Jens Oellermann, Fotograf Chapter GEPARD



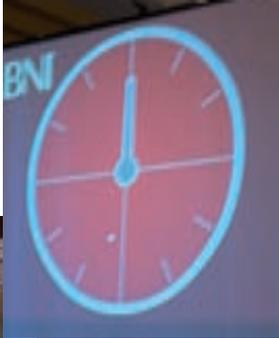
Woran Sie erkennen, dass Sie zu oft bei BNI sind

1. Sie suchen in jedem Café und Restaurant nach der Einschreibeliste.
2. Sie warten bei jedem Frühstück, dass Sie jemand für Ihre 60 Sekunden aufruft.
3. Sie stehen nach jedem Essen auf und erzählen, was Ihnen heute besonders gut gefallen hat.
4. Sie drücken der Kassiererin an der Supermarktkasse Ihre Visitenkarte in die Hand.
5. Ohne eine Empfehlung arbeiten Sie nichts mehr.
6. Ihr erstes Date dauert immer nur 2 x 10 Minuten.
7. Sie beschwerten sich bei der Bahn, dass sich keiner für Umsatz bedankt.
8. Sie schreiben Ihrem Partner laufend schriftliche Zeugnisse.
9. Sie waren seit Jahren bei keinem Arzt mehr, da es in Ihrem Chapter keinen gibt.
10. Sie unterschreiben mit »Ivan Misner«.

Sabine Zimmermann



Colin Davis (l.)
und Axel Beyer
im Zeichen
der roten Uhr



Dresden

60 rote Sekunden in Irland

60 Sekunden sind immer gleich kurz – in Irland dazu aber noch rot!

Axel Beyer, Mitglied des Chapters AUGUST DER STARKE in der Region Dresden erlebte irische BNI-Power im Chapter TRIBESMAN in Galway. »Das fand ich klasse, die projizieren mit dem Beamer eine Uhr an die Wand, die sich kurz vor Ablauf der 60 Sekunden rot einfärbt und einen Signalton von sich gibt«, schwärmt Axel Beyer nach seiner Rückkehr.

Es lohnt sich, BNI-Kontakte über die regionalen Grenzen hinaus zu vertiefen. »Eigentlich bin ich wegen der Heirat meiner Tochter nach Irland gekommen, doch da die Hochzeit in einem BNI-Hotel stattfand, lud mich der Geschäftsführer Brian Bourke natürlich zum Frühstück ein«, ergänzt Axel Beyer. Ganz selbstverständlich überreichte Axel dem Chapterdirektor Colin Davis ein Präsent mit dem Abbild seines Chapters AUGUST DER STARKE, nebst vielen Visitenkarten aus dem eigenen Chapter.

»Dank der Mithilfe von Brian war die Hochzeit meiner Tochter in diesem wunderschönen Schlosshotel für die über 150 Gäste aus vielen Ländern der Welt, inklusive der Organisation des Feuerwerks, ein voller Erfolg.« Axels Fazit: BNI macht noch mehr Spaß, wenn es über die eigenen Ländergrenzen hinaus gelebt wird. Und es war auch spannend, mitzuerleben, wie straff und zielgerichtet ein Chapter in Irland geführt wird. Thanks, Axel, for your international BNI emotions!



Berit Kreher (rechts) und Dr. Ina Meinelt bei der Arbeit.
Foto: Berit Kreher

Chemnitz

Teampayer: Kreativität plus Beratung

Seit einem Jahr BNI-Mitglied, erhoffte ich für meine klassische Werbeagentur mit den Schwerpunkten Grafik und Design vor allem eins: neue Kontakte durch klare Aussagen in einem kompetenten und zielorientierten Umfeld.

Umso schöner, wenn diese Erwartungen übertroffen werden: denn neben interessanten und nachhaltigen Neugeschäften erweiterte ich gezielt meine Kompetenzen. Wie? Durch Teambildung! Zwei Partner, die jeweils ihre Stärken einbringen und damit Kundenlösungen aus einer Hand bieten können, haben sich in unserem Chapter zusammengetan. Mein Unternehmen, die Heed Kreativbüro GmbH, und die P3N MARKETING GMBH bündeln nun ihre Kräfte – Gestaltungs-/Designkompetenz mit Marketing-/Vertriebskom-

petenz – zu einem Angebotspaket. Als Teampayer senken wir Kosten, lernen voneinander und erweitern kundenorientiert unser Angebot aus einer Hand. Dass Arbeit im Team dazu noch Spaß macht, ist ein schöner Nebeneffekt. Nicht zuletzt ein Grund für uns, auch unsere Mitgliedschaft um ein weiteres Jahr zu verlängern.

Berit Kreher
Chapter KARL-SCHMIDT-ROTT-LUFF, Chemnitz
T: +41-(0)371-3552712
hallo@heed.de

Dr. Ina Meinelt
Chapter KARL-SCHMIDT-ROTT-LUFF, Chemnitz
T: +41-(0)375-3532953-0
ina.meinelt@p3n-marketing.de



Verstehen Sie mich nicht falsch, Sie müssen keine Geschäfte mit Mitgliedern des eigenen Chapters abschließen, aber es ist ein gutes Zeichen, wenn Sie sich dazu bereit fühlen.



BNI-Bücher

Vom Meister lernen

Anerkannt

BNI-Gründer Ivan Misner ist seit vielen Jahren auch als Sachbuchautor erfolgreich. Gerne gibt er damit sein profundes Netzwerkwissen weiter.

Überall erhältlich

BNI-Unternehmer kaufen Ivan Misners Bücher über die Chapter-Bestellliste oder bei ihrem BNI-Direktor. Selbstverständlich kann man die Bücher auch durch den Buchhandel beziehen: Im kleinen Buchladen ums Eck ebenso wie bei Amazon.



Fotos: Tom Zilker

Wien

Wünschen erlaubt

Seit November 2009 bin ich als Geschäftsführer des EN 15038 zertifizierten Übersetzungsbüros Connect-Sprachenservice GmbH Mitglied beim Wiener Chapter BEETHOVEN. In den vergangenen anderthalb Jahren habe ich einen Mehrumsatz von fast 50.000 Euro realisieren können. Ein großer Brocken dieses Umsatzes geht auf einen Kontakt zu einer größeren europäischen Fluglinie zurück.

Wünschen erlaubt

Nachdem ich Ende November in meiner 60-Sekunden-Präsentation den Wunsch geäußert hatte, einen Kontakt zur Marketingabteilung dieser Fluglinie zu bekommen, ist ein Mitglied unseres Chapters für mich die Extrameile gegangen. Nach etwa zwei Monaten bekamen wir eine Anfrage für die Übersetzung einer Broschüre in zehn Sprachen sowie die Aufforderung, eine Probeübersetzung für alle zehn Sprachen vorzulegen. Die Anfrage ging zeitgleich noch an einige andere Übersetzungsagenturen. Die Probeübersetzungen wurden von der Fluglinie überprüft und bewertet. Es stellte sich schnell heraus, dass nur unsere Probeübersetzungen das Prädikat gut bis sehr gut verdienten. Daher hat sich die Fluglinie entschieden, mit uns weiter zu verhandeln.

Tür auf, Fuß rein

Durch die Qualität unserer Übersetzungen haben wir diese Chance in ein reales Geschäft umwandeln können. Wäre ich kein Mitglied beim BNI, stünde unsere Firma höchstwahrscheinlich bis heute nicht auf der Liste der Unternehmen, die von der namhaften Fluglinie bei Ausschreibungen kontaktiert werden. Wäre ich kein Mitglied beim BNI, hätten wir nie die Anfrage bekommen und somit auch nie die Chance gehabt, die Qualität unserer Dienstleistungen unter Beweis zu stellen.

Dr. Leopold Decloedt
Chapter BEETHOVEN, Wien
T: +43-(0)1-894897311
connect-sprachenservice@utanet.at



Hamburg

BNI 19 – Netzwerken an der Elbe, toll organisiert vom Chapter ACER

Danke an alle, die diesen Event erfolgreich machten!

Das Chapter ACER war schon zum zweiten Mal Gastgeber für das beliebte BNI 19.

Diesmal fand BNI 19 in der einmalig schön an der Elbe gelegenen Location »Fischerhaus« statt. 59 BNI-Mitglieder aus vier Regionen (Hamburg, Kiel, Dresden und Hannover) und 50 Gäste fanden sich zum achten BNI 19 in der BNI-Region Hamburg am 26.5.2011 zusammen.

Vielen Dank an das ganze hervorragende Team ACER, das wieder einen wunderschönen Rahmen zum Netzwerken geschaffen hat. Besonders engagiert haben sich die zwei BNI 19-Eventkoordinatoren Dennis Kassahn, Malerbetrieb Dennis Kassahn, www.maler-meister.eu und Agnes Lobisch, Kempgens Lobisch Innenarchitekten, www.kempgens-lobisch.de.

Chapterübergreifend sorgte Olaf Naske von CoCopep, Druck und Event, www.partymithertz.de, Chapter SCHINKELTURM, dafür, dass wir gehört wurden.

Cem Bekdemir von Trèfle-Europe GmbH Weincave, www.weincave.de, Chapter SEQUOIA, verwöhnte die Anwesenden mit hervorragendem Wein und Sekt.

Michael Viehe, Green Delicious Bio.Catering Company, www.green-delicious.com, Chapter MAGNOLIA, kreierte köstliches Bio-Fingerfood.

Für alle hielt Cristian Isacu, 003@nullnull3.de die vielen intensiven Gespräche und die Atmosphäre in seinen wunderschönen Fotos fest. Zu sehen auf: <http://www.nullnull3.de/bni19/bni19.html>

Für die richtige Beleuchtung sorgte Antje Kröplin von Licht-Ja, www.lichtja.de.

Den wunderschönen Abschluss dieses intensiven Abends bescherte uns die Queen Mary 2, die ganz nah am Fischerhaus vorbei, raus aufs große Meer fuhr.

Erlangen

Schweiß schweiß zusammen

Nach diesem Motto traf sich das BNI-Chapter BACCHUS aus Erlangen am 9. April 2011 auf Initiative des Mitglieder-ausschusses zu einer morgendlichen Wanderung durch das idyllische Tal der Schwarzen Laaber. Ganz so schweiß-treibend war der »Malerrundweg« dann zum Glück nicht, obwohl schon die eine oder andere Steigung zu überwinden war. Doch gemeinsam sind auch steinige Wege gut zu bewältigen!

Andere Wahrnehmung

Viele kleine Gespräche während des Laufens zeigten Facetten der Kollegen/innen, die man so noch gar nicht kannte. Es war Zeit für Fragen nach Details der Arbeit, nach aktuellen Projekten, nach Träumen und Visionen – aber auch für private Anknüpfungspunkte. Man darf wirklich sagen, dass die Gruppe durch diese gemeinsame Aktivität näher zusammengedrückt ist.

Da andererseits Essen und Trinken Leib und Seele zusammenhalten, begann die Veranstaltung bereits am Vorabend mit einem gemeinsamen Abendessen und

dem einen oder anderen Glas Wein. Bereits am Abend zeigte sich, dass es gut tut, einmal ohne Zeitbegrenzung den Gesprächen freien Lauf zu lassen.

So richtig es ist, vor zu viel »Kuschelatmosphäre« während der wöchentlichen Chaptertreffen zu warnen, so richtig ist es auch, dass die persönliche Begegnung mit den Menschen hinter den Unternehmen der Zusammenarbeit eine ganz andere Tiefe gibt.

Das Besondere an dieser »Klausurtagung« war: Man konnte sich einklinken und ausklinken, ganz ohne Zwang.



Manche konnten nur zum Abendessen bleiben, andere kamen erst morgens zur Wanderung. So entstanden immer wieder neue interessante Gruppierungen und es blieb spannend bis zum Ausklang bei einem leichten Mittagssmahl im Biergarten.

Eine absolut lohnenswerte Veranstaltung.

Werner Möstl
Chapter BACCHUS, Erlangen
T: +49-(0)9132-746920
M: +49-(0)178-7854376
wmoestl@moestl-institut.de
www.moestl-institut.de

Bremen

Vom Powerteam zur Business Angel GmbH

Wie bringe ich tolle Ideen direkt auf die Straße? Ganz einfach, dachte sich das Powerteam »Geschäftseröffnungen« aus dem Chapter HAMME. Es gibt immer Menschen mit klasse Ideen, oft fehlt nur das optimale Umfeld. Und das ist im BNI ja vorhanden. Damit es keine rechtlichen Komplikationen gibt, wurde aus dem Powerteam eine GmbH. Der Steuerberater ist verantwortlich für die finanziellen Dinge, zwei Vertriebsexperten übernehmen die Strukturen, der Fachmann für Außenwerbung sorgt für die optimale Sichtbarkeit und dazu gibt es einen Geschäftsführer, der dann mit den Gründern das operative Geschäft begleitet.

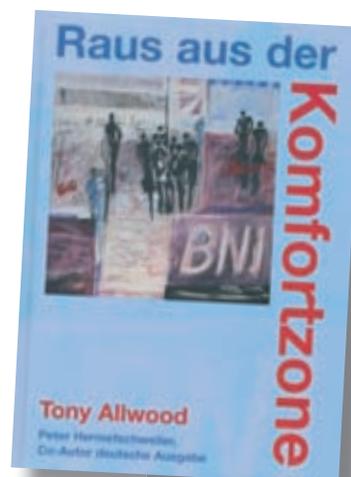
So einfach ist das und so stark ist BNI in seiner Vernetzung. Genannt wurde die Firma nach der eigenen Philosophie »Brevestia GmbH«. »Bre« steht für den Standort Bremen »vestia« lehnt sich an Investieren an.

Jedes Jahr sollen so zwei bis drei erstklassige Ideen in den Markt gebracht werden. Noch gibt es Möglichkeiten,



sich zu bewerben. Natürlich müssen sich alle, die ihre Ideen einreichen, vor dem gesamten Chapter vorstellen. Denn Erfahrungen von 25 Unternehmen sind ein unschätzbare Vorteil. So werden die Ideen auf Herz und Nieren geprüft und auch Fragen hinter den Kulissen gestellt und zugleich ein erster Test gemacht, ob das Konzept überhaupt bei den 25 Profis ankommt.

Marc von Bargaen
Chapter HAMME, Bremen
+49-(0)4206-6431
marc.vonbargaen@
service.generalidee.de



Der zentrale Zweck der zehnmündigen Präsentation besteht darin, ein Beispiel dafür aufzuzeigen, wie man erfolgreich Geschäftsempfehlungen sucht und findet.
Tony Allwood
Seite 73

Alle Zitate stammen aus dem Buch »Raus aus der Komfortzone« von Tony Allwood – seit 10 Jahren BNI-Mitglied in Neuseeland –, das mit Co-Autor Peter Hermetschweiler – Nationaler Direktor in der Schweiz – soeben auch auf deutsch erschienen ist.

ISBN 978-3-8316-4122-2
170 Seiten, Hardcover
29,- Euro (D), 36,- CHF



Mit Tony Marshall



Drehvorbereitungen

Waiblingen

Von Maultaschen, Zauberern, BNI und einem perfekten Promi-Dinner

Alexander Hartmann, Zauberer, BNI-Mitglied und vielen bekannt aus der »The Next Uri Geller Show« erzählt, wie ihm sein Chapter bei einer besonderen Herausforderung zur Seite stand.

Begonnen hat alles mit einem Anruf meines Managements. Nein, eigentlich begann es mit einer Maultasche.

Ich saß also gerade mit einem kühlen Eistee und einem selbst gebackten Maultaschenschnitzelbrötchen auf der Terrasse und war stolz auf meine sehr männlich erlegte und zubereitete Beute.

Da störte mich in meiner Seelenruhe das wohlvertraute Klingeln meines Mobiltelefons. Mein Management: Du bist bei »Das Perfekte Promi Dinner« – zur besten Sendezeit!

Erster Gedanke: »Aber ich kann doch gar nicht kochen!«

Zweiter Gedanke: »Egal, das kriegen wir schon irgendwie hin.«

Ich hatte im Leben immer eine Devise hochgehalten: *Ich nehm' alles mit.* So kam ich auch zu BNI. Wir wachsen nur an Widerständen. Als ich mir die bevor-

stehende Herausforderung ansah, war schnell klar:

Das gibt 'ne Menge Wachstumspotential!

Die Vorbereitungen, die in der kurzen Zeit zu treffen waren, schienen trotz meines Teams und meines Managements überwältigend.

Und da habe ich gemerkt, wie viel ein gut zusammengewachsenes Chapter und die darüber hinausgehenden BNI-Kontakte wirklich wert sind. Weit über den generierten Umsatz hinaus! Eine Kostprobe dessen, was es für mich bedeutet hat, so ein Team im Rücken zu haben:

- Strategische Marketingverwertung der TV-Präsenz: *Jeppe Hau Knudsen*
- Last Minute Knigge Coaching: *Margit Heuser*
- Tischdeko Coaching inklusive Wein-glasverleih: *Silvia Unverdruss*

- Wein und Champagner Coaching: *Jeppe Hau Knudsen*
- Web 2.0 Marketing Verwertung des Ganzen: *Matthäus Pielok*
- ... und noch vieles mehr.

Oft werde ich gefragt: »Du bist bei BNI – warum das denn? Hast du das nötig?«

Umsatz hin oder her, ich sage gerne: »Dig your well before you're thirsty.«

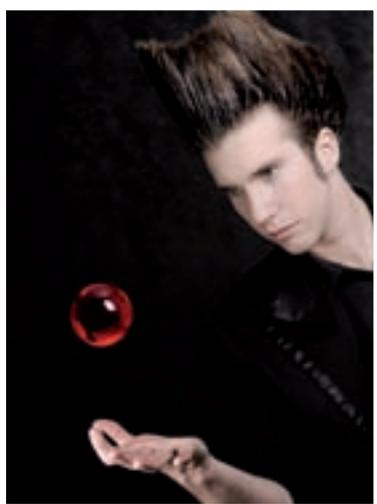
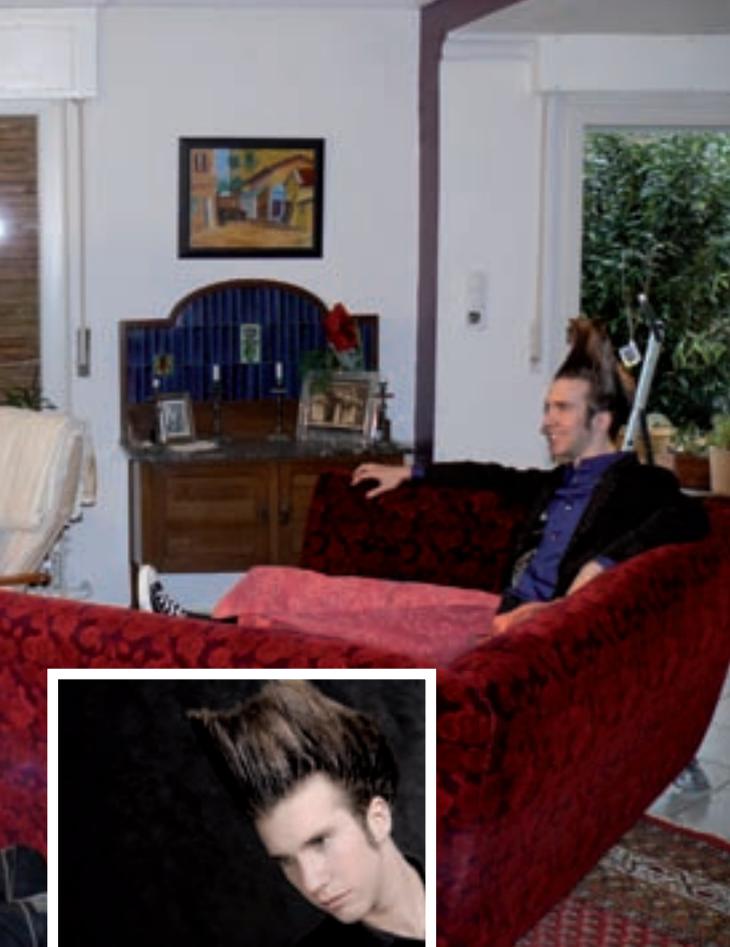
Es geht nichts über ein starkes Netzwerk!

Das habe ich auch beim Netzwerken mit den anderen Künstlern gemerkt.

Alleine durch den engen Kontakt zu Tony Marshall, Gina Lisa und Mia Gray entstanden jetzt schon verschiedene TV-Produktionen – und Eventbuchungen.

Darin sieht man: Füreinander da sein hilft immer!

Ich persönlich sehe mich auch nicht als besonders starken Empfehlungsgeber in meinem Chapter, da ich einen sehr weit verstreuten Kundenkreis habe und europaweit agiere. Im Gegenzug weiß ich aber, dass ich meinem Chapter einen besonderen Mehrwert biete z. B. indem wir einmal im Jahr einen großen



Alexander Hartmann beim Zaubern.



Alexander Hartmann beim Be-Zaubern.

Kunden-Event organisieren, zu dem jeder im Team 20 seiner wichtigsten Kunden einladen kann. Ich biete kostenlos meine große abendfüllende Show – und die Kunden der Chaptermitglieder erleben unvergessliche Momente und haben einen schönen Abend mit ihrem Geschäftspartner, der sie dazu eingeladen hat.

Was Sie schon immer über das Perfekte Promi Dinner nicht wissen wollten

Ja, es wird wirklich an vier aufeinanderfolgenden Tagen gedreht. In vier Wohnungen, in denen die vier Teilnehmer wirklich wohnen.

Alle kochen selbst. Es sei denn, man sieht einen »Mitkoch« im Bild, was in unserem Fall bei den 3 anderen der Fall war. Nur einer hat selbst gekocht, der keine Ahnung davon hatte: Moi!

Aus insgesamt 24 Stunden Materialschlacht schaffen es die Jungs im Schnitt hinterher ein zweistündiges kurzweiliges Format zu schneiden.

Für mich war tatsächlich die größte Herausforderung, dass ich bei Bekanntgabe der Produktion nicht mal wusste, wie man eine Zwiebel schneidet. In mehr als zwei Teile und ohne sich dabei lebensgefährlich zu verletzen!

Auch hier hilft das Netzwerk. Mein inzwischen guter Freund, der bekannte Fernsehkoch Timo Böckle, nahm mich unter seine Fittiche, und nach 2 Tagen in seiner Küche im Restaurant *Reusenstein* in Böblingen fing ich langsam an, das Kochmesser zu lieben.

In erster Linie war die ganze Aktion für mich natürlich ein wertvolles Marketing, das noch in der Nacht der der Ausstrahlung sechs Aufträge einfuhr!

Aber die vielleicht wichtigste Lehre, die ich aus dem Promi Dinner gezogen habe, ist:

Unternehmerisch denken – menschlich handeln.

Das Promi Dinner hat nicht nur meine Dienstleistung kommuniziert – sondern mich als Mensch.

Wir kaufen nie nur das Produkt. Wir kaufen (fast) immer den Menschen, der es uns verkauft. Genau deshalb ist es auch so wichtig, im echten Leben zu netzwerken. Sich mit Menschen bei Menschlichem zu treffen. Sei es eine Weinprobe, oder ein Go-Kart-Rennen.

So, genug geschrieben – jetzt geh ich erst mal in die Küche, lache über meine Maultaschenvergangenheit und erlege zwei Tomaten und eine Zwiebel mit etwas Balsamico und Olivenöl – und freue mich auf die leckerste Bruschetta, die heute in meiner Küche zubereitet wird.

Alexander Hartmann
Chapter POLLUX, Waiblingen
T: +49-(0)7151-360900
info@alexanderhartmann.de

P.S.: Auf die freundliche Frage von Stefan Kaus, was ich mir denn noch von BNI erhoffe, darf ich hiermit hinzufügen: Ich suche vor allem zwei Dinge:

Medienkontakte (TV und Print). Und Firmen, die eine Firmenveranstaltung planen, oder immer mal wieder Events haben, bei denen sie ihren Kunden und Mitarbeitern etwas Besonderes bieten möchten. Gutes Essen und eine exklusive Show. Ich bin – wen wundert's? – ausschließlich für den zweiten Teil zu haben.



Rudolf Greger und twinline 2 - Foto Rudolf Greger: Stephan Helmreich - Foto twinline: Artweger GmbH & Co. KG

Im Mittelpunkt: Der Mensch!

Kontakte über Regionen

»Designer können das Leben der Menschen vereinfachen und positiv beeinflussen. das ist meine Berufung ...« meint Rudolf Greger, Teilnehmer im Chapter BACH in Wien. Von einem Netzwerk erwartet er, dass es Unternehmen das Handeln vereinfacht. Mit BNI sucht er bessere Kontakte in der gesamten Region D-A-CH und der Welt.

Leben verbessern

... das ist sein Motto und das Ziel seines 10-köpfigen Designerteams. Klare Produkte für klare Zielgruppen, wie

die für die Firma Artweger entwickelte Duschbadewanne. Wenn in unseren Regionen das Durchschnittsbad nur 6 qm groß ist, dann sorgt eine innovative Lösung für deutliche Umsatzsteigerungen. Bei Artweger waren das am Ende 40 % nur für dieses Produkt. Wenn Sie für die Produkte Ihrer Kunden eine unverwechselbare Form suchen, damit sie sich deutlich von Mitbewerbsprodukten unterscheiden, dann sind Sie hier richtig! Seine Zielkunden sind produzierende Unternehmen ab 40 Mio. Euro Umsatz im Jahr.

Warum gerade BNI?

Hier treffen sich kleine und mittelständische Unternehmen, mit hervorragenden Kontakten zu den Zielkunden

der GP designpartners. In den nächsten zwei Jahren will sich Rudolf Greger deutlich über Österreich hinaus vernetzen. Er sucht für sein Unternehmen Kontakte zu Grohe, Hansgrohe und anderen deutschen und Schweizer Unternehmen, die Menschen klare Mehrwerte zu genau definierten Preisen liefern wollen.

Laden Sie ihn doch mal zu einem 4-Augen-Gespräch ein oder treffen Sie ihn bei einer der internationalen Veranstaltungen von BNI.

Rudolf Greger
Chapter BACH, Wien
greger@gp.co.at
T: +43-1-523 35 98-10

Impressum

SuccessNet erscheint vier Mal im Jahr und ist die deutsche Ausgabe der Mitgliederzeitung von Business Network International.

Herausgeber

Michael Mayer
Harald Lais
Peter Hermetschweiler
National Directors
Österreich
Deutschland
und Schweiz

Admin Service GmbH & Co. KG
Steiermärker Straße 3–5
D-70469 Stuttgart
Geschäftsführer: Harald Lais

Telefon BNI
+49-(0)711-89660460 (D)
+49-(0)711-89660461 (A)
Telefax zentral:
+49-(0)711-89660470
kontakt@bni-no.de
www.bni.eu

Redaktion und Satz

MYRMEX public relations
Stefan Kaus
T: +49-(0)8142-4101826
successnet@bni-no.de

Lektorat

Ruth Sixt
Agentur für SprachenService
T: +49-(0)89-31099347
rs@ass-agentur.de

Titelfoto

Tom Zilker
www.tomzilker.de

Gestaltung

TypoKonzept
Herbert Utz
T: +49-(0)89-2809090
utz@utz.de

Druck

Rolf Josephs
Stulz Druck und Medien GmbH
T: +49-(0)89-86389290
Info@stulz-druck-medien.de

Redaktionsschluss
der nächsten Ausgabe:
17. August 2011