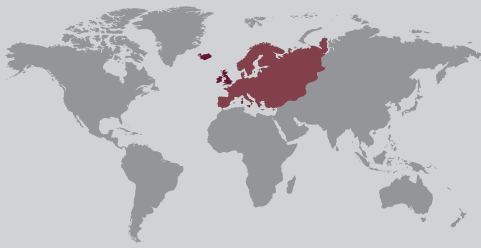


americas • europe • africa • asia • australasia



**BNI**<sup>®</sup>

BNI.DE BNI.AT

Deutschland

Österreich

Schweiz

Herbst/Winter 2012/13

# Success**NET**

## BNI-Magazin



Empfehlungen  
führen zu  
Empfehlungen  
führen zu  
Empfehlungen  
führen zu ...

**Local Business – Global Network<sup>®</sup>**

Es ist nicht genug, zu wissen – man muss auch anwenden.  
Es ist nicht genug, zu wollen – man muss auch tun.  
Johann Wolfgang von Goethe



- Netzwerkwissen
- 3 **Die einzige Chance auf mehr Empfehlungen**
  - 4 SuccessNet auf einen Blick
  - BNi Welt
  - 5 **Trainieren mit Kultur Gründungsveranstaltungen in Brandenburg**
  - BNi Schweiz
  - 6 **Jubilare im Chapter BLUTBUCH**
  - 7 **Gute Projekte entstehen im Team**
  - 8 **Empfehlungsmarketing für einen guten Zweck Goldgräberstimmung im Chapter ULME**
  - Netzwerkwissen
  - 9 **»Networking disconnect« in der Praxis**
  - 10 **20 Punkte für noch mehr Erfolg im Netzwerk**
  - BNi Österreich
  - 12 **Wir wollen starten!**
  - Netzwerkwissen
  - 13 **Social Media – Fluch oder Segen fürs Netzwerken?**
  - 14 **Seilschaften sind gut, Netzwerke sind besser – vom »Absteiger-« zum Top-Chapter**
  - Aus den Chapters
  - 16 **Stabfechten – Reden mal anders**
  - 17 **Ein großes Dankeschön!**
  - 18 **Sichtbarkeit erhöhen**
  - 19 **Nähe bringt Kontakte**
  - 20 **Ein Pool voller Empfehlungen**

Unser Titelbild:

Fotograf des Titelbildes ist Thorsten Jochim aus München. Seit 2005 ist er aktiver Teilnehmer im Chapter AMETHYST. Diese und viele weitere Aufnahmen in diesem Heft entstanden im Rahmen einer Dokumentation im Chapter RHODONIT in Dachau.

[www.thorsten-jochim.de](http://www.thorsten-jochim.de)

### Liebe Netzwerk-Freunde,

Die Vision unseres weltweiten Netzwerkes für Geschäftsempfehlungen in unseren Regionen »Geschäftliche Empfehlungen gehen an BNI®-qualifizierte Unternehmer.« bringt das obige Zitat Goethes immer wieder auf den Punkt.

Egal, ob Bill Gates oder Mahatma Gandhi, ihre Visionen wurden am Anfang nicht ernst genommen, doch beide haben ihr Ziel erreicht. »Zuerst ignorieren sie dich, dann lachen sie über dich, dann bekämpfen sie dich und dann gewinnst du.«, soll Mahatma Gandhi einst gesagt haben.

Unsere Netzwerkgruppen schaffen das passende Umfeld für mehr Geschäftsempfehlungen. Wer dabei ist, wird langfristig mit uns gewinnen! In dieser Ausgabe beschäftigen wir uns mit dem Thema »Empfehlungen« und wir verraten Ihnen, wie Sie mehr Empfehlungen bekommen können.

Das Geheimnis der erfolgreichsten Netzwerkgruppen ist so simpel, wie im ersten Moment unverständlich: Wer mehr gibt, steigert seine Chance, mehr zu bekommen. Es ist das Gesetz der Anziehung, Geber ziehen Geber an und alle profitieren durch mehr Geschäft. Um es nochmals mit Mahatma Gandhi zu sagen: »Sei du selbst die Veränderung, die du dir wünschst für diese Welt.«

Ihre Nationalen BNI-Direktoren

Harald Lais

Michael Mayer

## Die einzige Chance auf mehr Empfehlungen

### Der tiefere Sinn von »Wer gibt, gewinnt!«

In diesem Beitrag finden Sie 10 praktische Tipps, die Ihnen mittelfristig zu mehr Empfehlungen verhelfen. Warum es beim Netzwerken wichtiger ist, zu geben, bringen wir hier auf den Punkt. Vielleicht geht es Ihnen wie uns, wir sprechen es so leicht aus: »Wer gibt, gewinnt!«. Die wahre Macht dieser Philosophie ist jedoch vielen Netzwerkern gar nicht bewusst. »Wer gibt, gewinnt!« ist der einzige Schlüssel zu mehr Empfehlungen in einer Netzwerkgruppe. Mehr Empfehlungen können Sie nur bekommen, wenn sie sich in einem Umfeld bewegen, in dem die Teilnehmer diese Philosophie mit Leben füllen.

### Ihr Einfluss ...

... auf mehr Empfehlungen liegt darin, dass Sie sich mit Menschen umgeben, die genauso viel geben wollen wie Sie. Eine Gruppe von Unternehmern, die bereit ist, anderen zu geben, für andere aktiv zu werden, das Geschäft eines anderen zu unterstützen, ist ein perfekter Anfang für den eigenen Erfolg in Sachen werthaltiger Empfehlungen. Sie wissen natürlich auch, dass es einer ganzen Portion Vertrauen, Zuverlässigkeit und Kompetenz bedarf, um andere

weiterzuempfehlen. Ein gemeinsamer Ehrenkodex, ein hohes Maß an Verbindlichkeit sowie das Sichtbarmachen von Aktivität für die anderen sind deshalb extrem wichtig für den Erfolg Ihres persönlichen Geschäftsempfehlungsmarketings.

### Ihre Chance ...

... auf mehr Empfehlungen steigt, je genauer und je öfter die anderen Geber erfahren, was Sie tun, was Sie suchen und was Sie geben. Jeder einzelne Bestandteil eines strukturierten und verbindlichen Unternehmertreffens, so unbedeutend er in Ihren Augen sein mag, ist ein Puzzleteil auf dem Weg zu werthaltigen Empfehlungen. Jede Aktivität, die ein Teilnehmer für eine Empfehlungsgruppe übernehmen kann, stärkt die Empfehlungschancen der anderen Teilnehmer. Es gibt nicht »die eine Chance« auf mehr Empfehlungen für Sie, sondern Ihre Wirkung im Gesamtpaket, Ihre Verbindlichkeit, Ihre Geberfähigkeiten, Ihre Klarheit in dem, was Sie suchen und Ihre Verantwortungsbereitschaft gegenüber der gesamten Gruppe sind der Schlüssel zum Aufgehen Ihrer Strategie für mehr Empfehlungen.

### 10 Tipps zu mehr Empfehlungen

- Die richtige Netzwerk-Ausrüstung (BNI-Starterpaket)
- Schriftliche und konkrete Ziele (BNI-MET-Workshop)
- Sich wie ein Gastgeber verhalten (BNI-Besucher-Workshop)
- Aktiv zuhören (im Meeting, im persönlichen Gespräch)
- Andere empfehlen (BNI-Empfehlungs-Workshop)
- Professionelle Vorstellung – 60 Sek. (BNI-Präsentations-Workshop)
- Visitenkartentausch (BNI-Networking-Workshop)
- Sich zeitverantwortlich zeigen (im Meeting, in Gesprächen)
- Mitschreiben (im Meeting, im persönlichen Gespräch)
- Nachbearbeiten (Kontakte, Empfehlungen, Umsätze)

BNI ist DIE Organisation für Geschäftsempfehlungen. Jährlich treffen sich Unternehmer aus allen Regionen als Verantwortungsträger von BNI. Entdecken Sie die Teilnehmer der BNI D-A-CH Konferenz 2012 in Stuttgart.

Fotos: Anita Troller, Zürich, [www.interconnections.ch](http://www.interconnections.ch)



Adrian Seidler  
Karlsruhe



Alexander Merten  
Konstanz



Alexander Stierhof  
Wiesbaden



Andreas Geng  
Freiburg



Andreas Spaett  
Konstanz



Angelika  
Willems-Lüttgen  
Köln/Bonn



Anita Troller  
Zürich

# SuccessNet auf einen Blick



Foto: [www.thorsten-jochim.de](http://www.thorsten-jochim.de)





Neue Partnerdirektoren qualifizieren sich in Dresden

## Trainieren mit Kultur

– das erlebten am 7. und 8. August 2012 die Teilnehmer des Partnerdirektoren-Trainings Modul II mitten im Piano Salon in Dresden – direkt neben der Frauenkirche.

### »Der Trainingsort war spektakulär!«

lobte Tom Jäger, BNI-Mitinitiator von Kontinentaleuropa und Exekutivdirektor BNI Berlin. »Wir sind Dr. Jäger sehr, sehr dankbar, dass er mit Gunther Verleger zusammen BNI nach Europa geholt hat«, betont Jens Fiedler, Exekutivdirektor BNI Südost. Denn seither sind die Regionen Berlin und Südost so gewachsen, dass zum ersten Mal ein Partnerdirektoren-Training außerhalb von München/Stuttgart mit 15 Teilnehmern aus Berlin, Leipzig, Chemnitz, Cottbus/Dresden und – sogar Osnaabrück – erfolgreich durchgeführt werden konnte.

### Die Regionen im Osten sind mehr als erwähnenswert:

Umsatz der letzten 12 Monate:  
BNI Berlin: € 10,0 Mio.  
BNI Südost: € 9,5 Mio.

»Wir gründen unser erstes Chapter im September 2012 und freuen uns sehr darauf, den Osten von BNI zu ergänzen«, sagt Armin Krieger, Regionaldirektor BNI Leipzig.

Die Teilnehmer des Partnerdirektoren-Trainings genossen das Trainieren im kulturellen Ambiente und natürlich auch die Pianoklänge, die dank des Inhabers Bert Kirsten, Mitglied im Chapter HEINRICH DER ERLAUCHTE in Dresden, nachmittags die Trainingsstunden untermalten.

## Gründungsveranstaltungen in Brandenburg

Fast alle Hände gingen in die Höh' bei der Frage: »Wer hält Geschäftsempfehlungen für die wirksamste Werbung?« Zur Gründung hatten die BNI-Chapter HUMBOLDT und LENNÉ am 28. und 29. März 2012 nach Potsdam eingeladen. Zu den Gründungen trafen sich insgesamt knapp 160 Unternehmer, tauschten Empfehlungen und konnten im Chapter HUMBOLDT schon zur Gründung Umsätze von bisher 93.300 Euro melden: Viele Besucher verlangten Antragsformulare und zückten den Kugelschreiber. »BNI ist eine dynamische Kraft im Lande Brandenburg!«, stellte Partnerdirektor Reinhard Servas unter Beifall fest.

»Wer hält Geschäftsempfehlungen für die beste Art von Werbung?«



Deutschland-Direktor Harald Lais (rechts) und der für Potsdam zuständige BNI-Direktor Reinhard Servas, das Führungsduo der beiden Gründungsfrühstücke



Die Formulare werden Markus Willkomm (links) und Eckhardt Hubmann (rechts, beide LENNÉ) aus der Hand gerissen.

Alle Bilder der Gründungsveranstaltungen: Foto Blumrich



Bernhard van Riessen  
Niederlande

Brigitte Wasgott  
Niederösterreich

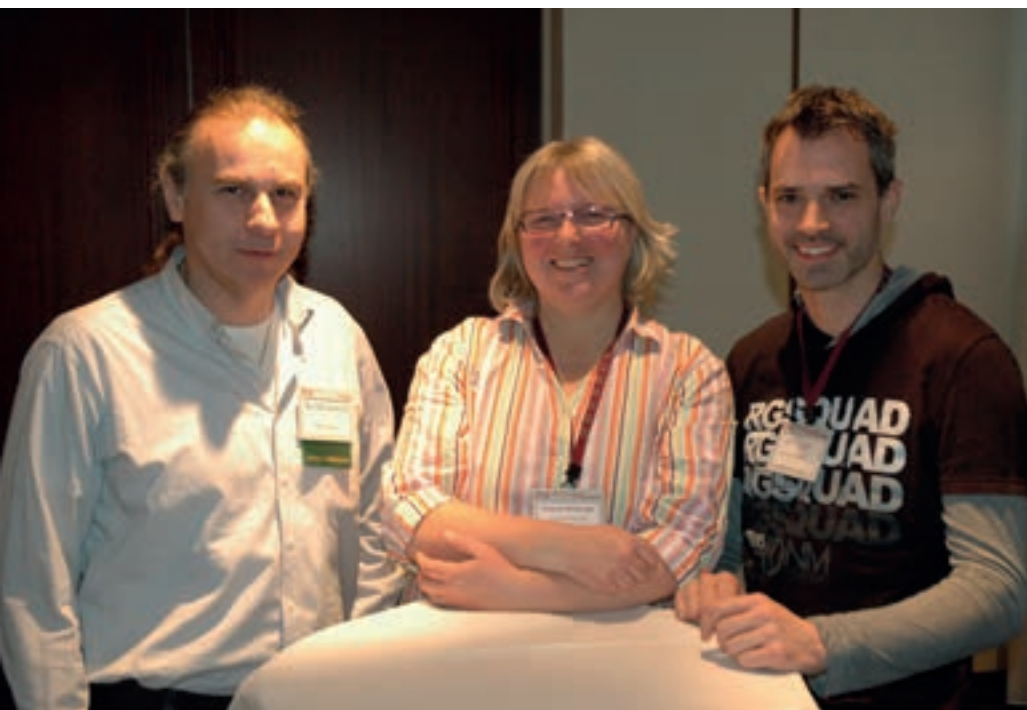
Carsten J. Ahaus  
Köln/Bonn

Catharina Zahn  
Nürnberg

Chris Elsner  
Innsbruck

Christa Beckers  
Solingen

Christiane Zahn  
Nürnberg



Rolf Jenni, Regina Wiesinger und Beat Angst feiern ihr 5-jähriges Jubiläum im Chapter BLUTBUCHE

## Jubilare im Chapter BLUTBUCHE

Seit fünf Jahren treffen sich die Mitglieder des Chapters BLUTBUCHE jeden Mittwochmorgen im Hotel Du Parc in Baden. Der harte Kern blieb über die Jahre bestehen. Zu diesem gehören auch Beat Angst, Regina Wiesinger und Rolf Jenni, die kürzlich ihr fünfjähriges Jubiläum feiern durften.

In der Aufbauphase war es ein kleines Grüppchen, das sich im Zentrum Baregg in Dättwil traf. Der Weg von zwei Mitgliedern bis hin zu genügend Teilnehmern und somit zur Gründung eines neuen BNI-Chapters war nicht ganz einfach. »Es war schon schwierig, Unternehmer zu finden, die sich dazu verpflichteten, einmal pro Woche über ihre Geschäfte zu sprechen«, sagt Beat Angst von der Firma Elinag Elektroinstallationen rückblickend. Dennoch sind sich die Unternehmer einig, dass ein gut aufgebautes Netzwerk wertvoll ist, was auch Regina

Wiesinger bestätigt, die eine Marketing-Agentur führt. Rolf Jenni, selbständiger Fotograf, ist ebenfalls vom BNI überzeugt: »An den Treffen lernt man auch die Branche des jeweils anderen besser kennen. Auch ich konnte mich einbringen und den Mitgliedern aufzeigen, was ein gutes Foto, sei es auf Flyern oder in Onlineauftritten, bewirken kann.«

**Besucher sind herzlich willkommen** Mittlerweile zählt das Chapter BLUTBUCHE 20 Mitglieder. Stets freuen sich diese, wenn sich interessierte Unternehmer für einen Besuch melden. Frisches Blut tue immer gut, bemerkt Regina Wiesinger. Weiterhin seien viele Branchen, die gerne weiterempfo-

len werden, noch nicht im Chapter vertreten, fügt Beat Angst an, so stünde unter anderem auch für Maler, Immobilienverwalter, Architekten, Optiker oder Coiffeure die Türe offen.

### Jeder hilft mit

Damit die Idee von BNI für alle Mitglieder eine erfolgreiche Sache ist, packen auch in organisatorischen Belangen alle mit an. Rolf Jenni beispielsweise engagiert sich zurzeit als Eventkoordinator. Er organisiert Aktivitäten ausserhalb der BNI-Treffen für Mitglieder des Chapters, damit das Zwischenmenschliche nicht zu kurz kommt und es keine Überschneidung mit BNI-Veranstaltungen gibt. »Wir legen viel Wert darauf, uns auf einer persönlichen Ebene kennen zu lernen und Gespräche zu führen«, sagt Rolf Jenni. Regina Wiesinger betätigt sich als Schatzmeisterin für alle finanziellen Belange des Chapters. Beat Angst, der im Mitgliederausschuss tätig ist, prüft, wer sich von den Bewerbern eignet, als neues Mitglied ins BNI-Chapter BLUTBUCHE aufgenommen zu werden.

**Roger Keller**  
Chapter BLUTBUCHE, Baden  
T: +41-(0)56-4607785  
r.keller@effingerhof.ch



Christina Schillinger  
Stuttgart/Ludwigsburg

Claudia Kopp  
Celle

Claudia Lünemann  
Solingen

Claudia Tölle  
Bielefeld

Corinna Göring  
Augsburg

Daniel Lehmann  
Nordwestschweiz

Danja Hermetschweiler  
Schweiz

## Gute Projekte entstehen im Team

Das BNI-Power-Team des Chapters DOUGLASIE in Oberentfelden setzte ein anspruchsvolles Projekt erfolgreich um.

Die Innenarchitekten Markus Würgler und Dominic Bäni von der bw Innenarchitektur AG bewarben sich für den Umbau des Showrooms der Firma Cafina in Hunzenschwil. Die Cafina AG entwickelt und produziert vollautomatische Kaffeemaschinen für die Gastronomie und die Betriebsverpflegung. Nachdem der Auftrag unter Dach und Fach war, machten sich die beiden Innenarchitekten auf die Suche nach geeigneten Handwerkern. Diese sollten ihr Gestaltungskonzept umsetzen. Unter anderem benötigten sie für das rund 80 000 Schweizer Franken umfassende Projekt hochprofessionelle Handwerksbetriebe, vor allem eine Schreinerei und einen Malerbetrieb.

### Empfehlungen innerhalb des Chapters

Die Empfehlungen für die Offerten übergaben die Innenarchitekten den beiden Chapter-Kollegen Andi Bösiger von der Schreinerei W. Wälti AG in Unterkulm und Urs Bolliger vom Malergeschäft Bolliger AG in Schöffland. Die Verantwortlichen der Cafina AG stimmten den Offerten der beiden Handwerksbetriebe zu.

### Kreativität und Handwerk

Die Innenarchitekten Markus Würgler und Dominic Bäni konzipierten einen stimmungsvollen Raum, der behagliche Wärme ausstrahlt. Passend zum Thema Kaffee wurden die Farben und das Material ausgesucht. Schöne Stimmungsbilder, passendes und zweckmässiges Mobiliar sowie ein ausgeklügeltes Lichtkonzept setzen nun die Kaffeemaschinen gekonnt in Szene. Die Malerarbeiten wurden von Urs Bolliger gekonnt und exakt im gewünschten Farbton umgesetzt. Die hohen technischen Anforderungen an die Schreinereiarbeiten wurden von Andi Bösiger und seinem Team hochpräzise und formvollendet ausgeführt. Die beiden Innenarchitekten konnten dem Kunden einen Showroom übergeben, der seinen Wünschen und Vorstellungen zu 100 Prozent entsprach.

### Gemeinsam stark

Da sich die am Projekt Beteiligten gegenseitig gut kennen, verlief die Zusammenarbeit reibungslos. Der Kunde war äusserst zufrieden mit dem Resultat. Die konstruktive und erfolgreiche Zusammenarbeit der Chapter-Kollegen ist eine weitere Bestätigung, dass sich BNI und die wöchentlichen Meetings im Chapter lohnen. Sei es, um geeignete Partner zu finden oder um Aufträge zu erhalten.

Iris Affolter

Chapter DOUGLASIE, Oberentfelden

T: +41-(0)62-7239090

info@plus-media.ch





## BNI Schweiz



## Empfehlungsmarketing für einen guten Zweck

Zusätzlich zu den traditionellen Frühstückstreffen lud das Chapter USTRA anlässlich des 20. Love Ride vom 6. Mai 2012 zum Netzwerken im Fliegermuseum Dübendorf ein. Der Love Ride ist eine Benefizveranstaltung zu Gunsten muskelkranker und behinderter Menschen. Michael Gärtner hielt das Ereignis in Videobildern fest und René Bugmann interviewte die Anwesenden zu ihrer Teilnahme am BNI-Marketingprogramm.

Für die Unternehmerinnen und Unternehmer von BNI zählt nicht nur der Umsatz, wie die jüngste Aktion des Chapters USTRA zeigt. Am ausserordentlichen Frühstückstreffen anlässlich des 20. Love Ride, dessen Erträge vollumfänglich Muskelkranken zugute kommen, nahmen 40 Unternehmer aus verschiedenen Chapters teil. Eingeladen waren auch Angehörige und Freunde, die so Gelegenheit hatten, den Sinn und Zweck der morgentlichen Sitzungen hautnah zu erleben. Dabei flossen rund 2500 Schweizer Franken aus den Eintritts, Spenden und Erträgen der Konsumationen in die Vergabekasse des Love Ride. Die

illustre Gesellschaft, unter ihnen der Gebietsdirektor Nico Lundgreen sowie Partnerdirektor Simon Schiffer, kamen in den Genuss des vielfältigen Love Ride-Programms, speziell der eleganten und präzisen Flugvorführung des PC-7-TEAMS.

### Umsatzrekord von 674 569 CHF

Der Umsatzrekord des Chapters USTRA von Anfang des Jahres, anlässlich der Schifffahrt auf dem Greifensee im Januar 2012, konnte dabei übertrufen werden – und zwar gewaltig: Auf 674 569 Schweizer Franken belief sich die stolze Summe. Die Freude darüber wird dem Chapter Antrieb geben, die 2-Millionen-Marke als Gesamtumsatz (seit der Gründung vom 24. August 2011) bald zu knacken, wie Chapterdirektor René Winterstein ausführte, der das offizielle Sonntagsfrühstück mit dem Motto »Such dir Freunde, bevor du sie brauchst«, beendete.

**René Winterstein**  
Chapter USTRA, Uster  
T: +41-(0)44-9806266  
rene.winterstein@  
optimafinanzberatungen.ch

## Goldgräberstimmung im Chapter ULME

Wie oft findet ein professioneller Goldgräber ein richtig grosses Nugget? Vermutlich nicht oft, wenn nicht nur einmal im Leben oder gar nie. Das Glück war dem Unternehmer und BNI-Mitglied Isi Jasharaj hold.

Als Dreh- und Angelpunkt bei einem Grundstückskauf am Zürichsee zog Isi Jasharaj ein 2,2 Mio. Schweizer Franken Projekt an Land. Die Grundlage zu diesem Vermittlungsgeschäft wurde bereits 2009 gelegt, als die Raiffeisenbank Mitglied im Chapter ULME war (heute ist die Bank in den Chapters BLUTBUCHHE und NIESEN VERTRETEN). Die Interaktion zwischen Isi Jasharaj und der Bank war matchentscheidend: Jasharaj empfahl dem Landkäufer die Raiffeisenbank, und die wiederum unterbreitete unverzüglich und schneller als alle anderen ein passendes Angebot. Das Geschäft wurde Ende 2011 unter Dach und Fach gebracht.

### Vermittler, Maler, Gipser ...

Isi Jasharaj ist Inhaber und Geschäftsführer des Maler- und Gipsergeschäfts Isi & Hegglin AG in Stäfa. Seine Spezialität sind ökologische Verputze und Farben, die er in der ganzen Schweiz auf Privat- und Industriebauten aufbringt. Seit 2008 ist er Mitglied bei BNI und engagiert sich zurzeit im Mitgliederausschuss.

**Isi Jasharaj**  
Chapter ULME, Rapperswil-Jona  
T: +41-(0)44-7961618  
info@isi-gm.ch



Elke Mühl  
Regensburg



Eimar Arnold Ulrich  
Frankfurt



Ernst Gruber  
Wien



Frank Leuz  
Mannheim



Frank Wendler  
Solingen



Frans Brugman  
Niederlande



Frederik Malsy  
Wiesbaden



# »Networking disconnect« in der Praxis

**Waren Sie in letzter Zeit auf einer Netzwerkveranstaltung von BNI, der IHK, XING oder einer anderen Netzwerkorganisation? Mal ganz ehrlich – sind Sie mit der Erwartung oder Hoffnung auf einen Geschäftsabschluss dorthin gefahren?**

Auf einer Netzwerkveranstaltung wurde genau diese Frage in den Raum gestellt. Fast 50 % der Besucher hatten auf der Anreise mit diesem Gedanken gespielt. Um noch einmal das Bild von der Glühbirne zu bemühen: Diese »Netzwerker« haben mit dem Gedanken gespielt, die Glühbirne herauszudrehen und die Pole direkt zusammen zu bekommen. Wieso? Ganz einfach: Wenn Sie die Teilnehmer fragen, wer konkret mit einem Kaufwunsch zur Veranstaltung gekommen ist, dann meldet sich meistens niemand! Das heißt, auf einer Netzwerkveranstaltung entsteht so die Gefahr, dass zwei unterschiedliche Pole (Verkäufer und Nicht-Käufer) aufeinandertreffen.

## Die Glühbirne zum Leuchten bringen

Eines der erklärten Ziele von BNI ist es, die Netzwerkfähigkeiten von Menschen, Unternehmen und Organisationen auszubauen. Es geht darum, ein Bewusstsein aufzubauen, das sich auf den Prozess der Netzwerkbildung bezieht. Netzwerken ist ein Ansatz, um Ziele auf Grundlage langjähriger erfolgreicher Beziehungen zu anderen Menschen zu erreichen. Der Aufbau von Beziehungen braucht einfach Zeit. Netzwerkveranstaltungen sind der Raum, um den notwendigen Strom zu erzeugen, um Glühbirnen

später zum Leuchten zu bringen. Mit einer falschen Erwartungshaltung erreichen Sie nur zwei Dinge: Sie sind unzufrieden und Sie nehmen sich an dieser Stelle die Chance, um wirklich die Grundlage für langjährige erfolgreiche Beziehungen zu anderen aufzubauen.

## Was heißt das in der Praxis?

Der Sinn des BNI-Marketingprogramms ist es, für den einzelnen Teilnehmer mehr Umsatz zu erreichen, den der Teilnehmer ohne die anderen BNI-Unternehmer nicht erreicht hätte. Das geht jedoch nur im Team. Wenn jeder etwas für die anderen tut, dann haben Sie einen Netzwerkraum voller Geber.

## Die Chancen

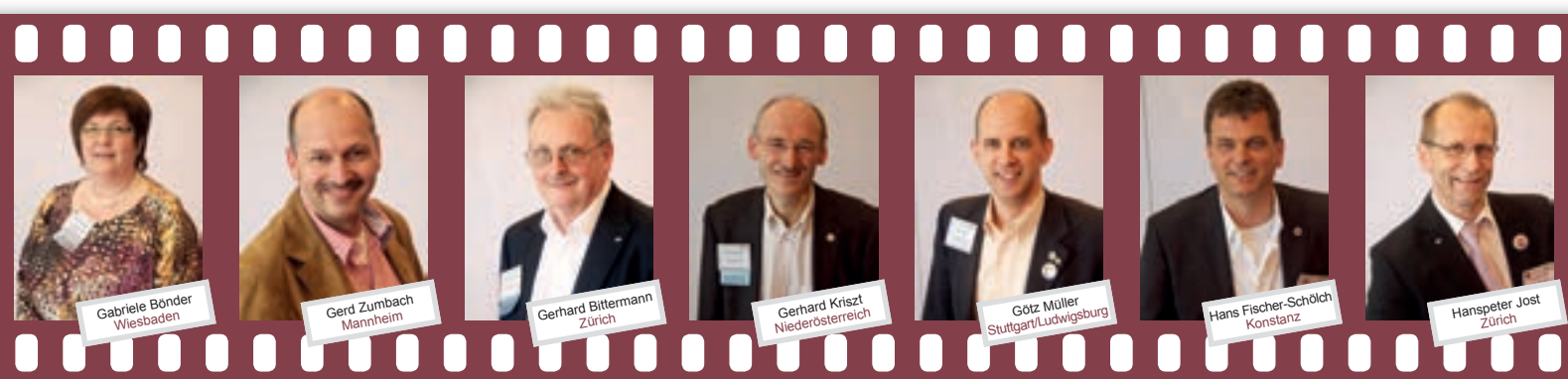
**Chance 1:** Offenes Netzwerken: Sichtbar zu werden und Vertrauen aufzubauen ist das Ziel beim offenen Netzwerken.

**Chance 2:** Präsentationsrunde: Wer konkrete Suchaufträge nach Personen, Firmen oder Branchen gibt, hat die Chance, bei einem der nächsten Treffen von einem der Anwesenden seine Wunschempfehlung zu bekommen. In den wöchentlichen 60-Sekunden- und bei den 10-Minuten-Präsentationen ist es wichtiger, den Fokus auf das »Wen« als auf das »Wie« zu legen.

**Chance 3:** Empfehlungsrunde: Zeigen Sie, dass Sie für die anderen aktiv sind. Besucher, Empfehlungen, Dankeschön-Karten, schriftliche Referenzen, Workshops, mündliche Testimonials zeigen Ihre Qualifikation als Geber und machen Sie für die anderen interessant.

**Chance 4:** Persönliche Gespräche: 4-Augengespräche oder Power 1-2-1 bieten zwei Chancen bei einem Zeitaufwand von maximal 20 Minuten pro Person. Sie vermitteln, was und wie Sie Ihre Leistung erbringen und arbeiten mit dem Gesprächspartner konkret an mindestens einer Empfehlung. Ein gutes persönliches Gespräch unter BNI-Mitgliedern führt zu konkretem Umsatz.

Wie Sie mit Ihrer Gruppe im Netzwerk für Geschäftsempfehlungen noch mehr Umsatz machen können, zeigen Ihnen die 20 Punkte auf der nächsten Seite. Die zuerst beschriebenen 4 Chancen sind nur der Kern einer aktiven Teilnahme am Chapterleben. Richtig angewandt werden die 20 Punkte den Wert Ihrer Mitgliedschaft deutlich anheben. Für alle, die sich erst seit kurzer Zeit mit dem Thema strategische Mundpropaganda nach dem BNI-System beschäftigen: Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen und Netzwerken ist ein langes Spiel!



Gabriele Bönder  
Wiesbaden

Gerd Zumbach  
Mannheim

Gerhard Bittermann  
Zürich

Gerhard Kriszt  
Niederösterreich

Götz Müller  
Stuttgart/Ludwigsburg

Hans Fischer-Schölch  
Konstanz

Hanspeter Jost  
Zürich

## Warum sind diese Punkte so wichtig

Bei einer Befragung der 500 erfolgreichsten BNI-Teilnehmer in den USA entstand die Liste dieser 20 Tipps.

Gefragt wurden die Unternehmer nach den persönlichen Erfolgsgeheimnissen beim BNI-Marketingprogramm.

Diese 20 Punkte wurden dabei am häufigsten von mehreren Teilnehmern für eine langfristige, betriebswirtschaftlich erfolgreiche Teilnahme am BNI Marketingprogramm genannt.

# 20 Punkte für noch me

1. Ich bin spätestens um 6:30 Uhr in meinem Chapter.
2. Ich bleibe noch 30 Minuten nach dem Meeting.
3. Ich spreche systematisch jede Woche während des offenen Netzwerks intensiv mit einem anderen Mitglied aus meinem Chapter.
4. Ich habe jeden Monat mindestens einen echten Besucher dabei, der das Potenzial hat, Mitglied in meinem Chapter zu werden.
5. Ich sitze jede Woche während des Chapter-Treffens an einem anderen Platz und neben einem anderen Mitglied.
6. Ich bereite jede Woche meine 60 Sekunden einen Tag vor dem Chapter-Treffen vor und überlege mir vorher und benenne konkret eine spezifische Zielgruppe bzw. einen Zielkunden.
7. Ich habe jede Woche mindestens eine Empfehlung dabei.
8. Ich schreibe während der 60 Sekunden der anderen Chapter-Mitglieder mit, was sie suchen.
9. Ich habe einen festen wöchentlichen Termin in meinem Terminplaner eingetragen (mindestens eine Stunde), wo ich an Empfehlungen für meine Chapter-Kollegen/innen arbeite.
10. Ich trage meinen Pin die ganze Woche und habe immer mein BNI-Visitenkartenbuch bei mir.



Harald Kotterer  
Oberösterreich



Harald Lais  
Deutschland  
und Österreich



Heike Kunte-Link  
Gießen/Fulda



Helga und  
Thomas Jäger  
Berlin



Jasmin Rätius  
Hamburg



Johannes Wagner  
Stuttgart/Ludwigsburg

# ehr Erfolg im Netzwerk

11. Ich empfehle regelmäßig meinen Berufskollegen (in der gleichen Berufssparte), einem BNI-Chapter beizutreten.
12. Ich habe in den letzten 6 Monaten mindestens ein schriftliches Testimonial für ein Mitglied im Chapter abgegeben.
13. Ich treffe mich einmal wöchentlich mit einem Mitglied meines Chapters zum 4-Augengespräch.
14. Wenn ich abwesend bin, habe ich immer einen Vertreter, der zudem nicht Mitglied in einem anderen Chapter ist.
15. Ich habe alle BNI-Workshops besucht und bin einmal jährlich beim Mitgliedertag bzw. BNI 19.
16. Ich bin oder war schon einmal im Führungsteam meines Chapters UND bin oder war schon Mentor für ein neues Mitglied in meinem Chapter.
17. Ich beteilige mich aktiv am Powerteam-Programm in meinem Chapter, d. h., ich arbeite aktiv daran, dass alle Powerteams mindestens 5 Mitglieder haben.
18. Ich vertraue dem BNI-System, setze es auch um und achte auch darauf, dass das System und die Regeln EXAKT im Chapter umgesetzt werden.
19. Ich habe verstanden, dass BNI ein Teil MEINES Marketings ist und Teil meiner TÄGLICHEN Arbeit.
20. Ich habe verstanden, dass Networking ein langes Spiel ist und dass es ZEIT braucht, beim »Säen und Ernten«, bis die Saat aufgeht.





Das Führungsteam – Martin Wörndle, Martina Hagspiel, Stephan Witzel, Stefan Gössler, Monika Wolf

### Gründung Chapter UHRTURM

## Wir wollen starten!

#### Im August sind wir im Urlaub

Wer im Sommer in Österreich eine Veranstaltung plant, hört oft: »Da bin ich auf Urlaub.« Warum also ein Chapter im August gründen? »Wir wollten nicht mehr warten. Wir wollten endlich starten«, meint dazu Martin Wörndle, Schatzmeister des neuen Chapters UHRTURM, »denn auch im Sommer läuft das Geschäft weiter – ich muss ja auch Miete und Gehälter zahlen.« Mit Elan lud die Kerngruppe Gäste ein. Die Gründungsmitglieder verschickten 485 Briefe, telefonierten jeden Brief nach und unterstützten einander. Der Einsatz zeigte Erfolg. »Die Aufregung war groß, aber die Freude über den Ansturm und das über-

aus positive Feedback haben alles aufgewogen«, freut sich Mitgliederkoordinator Stephan Witzel. »Die anschließende Resonanz in den Printmedien war großartig. Tages- und Wochenzeitungen haben mit Foto darüber berichtet«, ergänzt Monika Wolf, Partnerdirektorin für Medienarbeit.

#### Von der Gruppe zum Team

Insgesamt tauschten 145 Unternehmer an diesem Morgen Kontakte aus, hörten spannende Präsentationen und erlebten, wie das Chapter die ersten offiziellen Empfehlungen austauschte. »Das Herausragende in der Vorbereitung wurde uns erst im Nachhinein be-

wusst – wir haben uns von einer Gruppe zu einem Team entwickelt«, meint Chapterdirektorin Martina Hagspiel. »Michael Mayer und Stefan Gössler haben genial moderiert, die Stimmung war toll.«

#### Und das Ergebnis?

»Wir konnten 20 Bewerbungen zählen – nicht alle können zum Chapter UHRTURM stoßen, aber die nächste Kerngruppe war bereits in den Startlöchern und verdoppelte sich sofort auf 13 Mitglieder. Mit einem solchen Start in dieser Region sind nun auch die Aussichten mehr als rosig. Wir freuen uns auf einen heißen Herbst.«



## Netzwerkwissen

Veränderungswille ist gefragt

# Social Media – Fluch oder Segen fürs Netzwerken?

Twitter, Facebook, LinkedIn, Google+, Xing und wie sie noch alle heißen, Social Media ist allgegenwärtig und in der heutigen Zeit nicht mehr wegzudenken. Unterstützt es unsere Netzwerkaktivitäten oder raubt es uns wertvolle Zeit? Der Schlüssel dazu liegt darin, wie wir die Sache angehen! Eine Strategie, mit diesen Plattformen umzugehen, ist daher unumgänglich. Wie können wir Social Media in unseren Berufsalltag so einbringen, dass wir einen Nutzen daraus ziehen und uns dennoch ausreichend Zeit bleibt, strategische Überlegungen für unser Unternehmen anzustellen?

### 4 Dinge, die notwendig sind, um mit Social Media sinnvoll umzugehen

- Welches Ergebnis wollen wir erreichen, wenn wir diese Medien einsetzen? Welches ist das richtige für mich und mein Unternehmen?
- Die Planung im Vorfeld macht mich effizient! Erstellen wir einen Wochenplan, bei dem wir unsere Zeit für Social Media genau einteilen. So etwas könnte folgendermaßen aussehen:
  - jeden Tag 10 Min. updaten der Informationen
  - Mo–Mi 10 Min. antworten auf Nachrichten, die wir erhalten haben, in der Zeit zwischen 10 Uhr und 15 Uhr
  - Di–Do 10 Min. reservieren am Vormittag und am Nachmittag, um sich für Kommentare auf Beiträge

von uns zu bedanken und eine kurze Bemerkung dazu schreiben  
– 30 Min. Vorbereitungszeit auf die nächste Woche und Blog schreiben etc.

- Nutzen wir Hilfsmittel, die zur Verfügung stehen, um Zeit zu sparen? Es gibt Möglichkeiten, im Internet Seiten zu abonnieren, die uns dabei helfen können, z. B. [www.tweetdeck.com](http://www.tweetdeck.com) und [www.seesmic.com](http://www.seesmic.com)
- Überprüfen wir regelmäßig unsere Erwartungen? Wenn wir einmal unsere Social Media-Strategie ausführen, sollten wir uns nicht davor fürchten, nicht gleich ein Ergebnis zu sehen! Denken wir daran, Netzwerken braucht Zeit. Vertrauen aufzubauen, braucht Zeit! Erwarten wir dadurch nicht einen rasanten Anstieg des Verkaufs, sondern beobachten wir, wie unsere Besucher mit den Inhalten umgehen und mit ihnen interagieren.

Beziehungsaufbau zwischen Menschen geschieht nicht über Nacht, genauso wenig wie das Vertrauen, das in unser Unternehmen gesetzt werden soll. Um dieses Vertrauen herzustellen, ist es wichtig, so oft wie möglich für unseren Zielmarkt sichtbar zu sein. Planen wir daher unsere Social Media-Aktivitäten sehr gewissenhaft und wir können uns die oben gestellte Frage selbst beantworten!

Michael Knorr war lange Jahre als Key Account Manager, Verkaufsdirektor und Projektmanager im Tourismus tätig. Nach seinem Wechsel zu Dale Carnegie Training Austria entwickelte er als Sales Executive & Business Trainer erfolgreiche Sales-Konzepte für namhafte Firmen unterschiedlichster Branchen. Sein besonderer Fokus gilt dabei dem kundenorientierten Verkaufsprozess. Als Certified Networker® und Teilnehmer des Referrals For Life® Programmes sammelte Michael Knorr Erfahrung bei der erfolgreichen und gewinnbringenden Umsetzung von Strategischer Mundpropaganda™. Seit 2012 ist er Geschäftsführer des Referral Institutes St.Pölten/Wiener Neustadt (Region Niederösterreich Süd) sowie als Autor auf [referralnetworker.com](http://referralnetworker.com) tätig.

**Michael Knorr**  
**Chapter TITAN, Wiener Neustadt**  
**T: +43-(0)664-4585383**  
**[m.knorr@referralinstitute.at](mailto:m.knorr@referralinstitute.at)**



Lukas Schnieper  
Luzern

Magnus Bühl  
Augsburg

Marc Schloßarek  
Konstanz

Mario Wiesner  
Köln/Bonn

Markus Hauser  
Basel

Markus Kintzel  
Würzburg

Martin Bernhard  
Heidelberg

# Seilschaften sind gut, Netzwerke – vom »Absteiger-« zum Top-

Stellen Sie sich bitte bildlich eine Seilschaft mit 33 Personen vor. Vorneweg ein Macher und dann noch ein Macher und noch ein Macher und dann kommen die, die machen lassen und an dem Seil mit dranhängen. Gemeinsam hängen sie richtig im Seil. Irgendwann ist die Belastung des Seiles so groß, dass es reißt. Was mit dieser Seilschaft passiert, brauche ich Ihnen nicht zu erklären.

Stellen Sie sich ein Netz vor. Vielleicht ein Sicherheitsnetz von Artisten in einem Zirkus. Stellen Sie sich vor, ein Anknüpfungspunkt reißt. Was passiert? Zum Glück nicht viel, denn durch die Vernetzung wird die zusätzliche Last auf viele andere Verknüpfungspunkte umgelenkt und kann leicht getragen werden.

Als ich das Chapter TITAN vor ca. zwei Jahren als Partnerdirektorin übernommen habe, ist die Mitgliederzahl gerade von 15 auf 20 gestiegen. Die Stimmung war leicht gedrückt, aber dennoch zuversichtlich. Die Herausforderung war aus meiner Sicht, nicht nur die Mitgliederzahl zu steigern, sondern aus einer Seilschaft ein Netz zu weben.

Die Erfolgsfaktoren dafür waren die genaue Einhaltung der Regeln, konstruktive Mitgliederversammlungen, das Einfordern von Engagement aller Mitglieder und natürlich das Einladen von Besuchern.

Eduard Fischer – engagierter Titan – zum Thema Erfolgsfaktoren: »1000 Dinge – aber im Wesentlichen, die Umsetzung der Traffic Lights in allen Wertungsbereichen zu erfüllen. Der Erfolg ist dann nicht mehr zu verhindern. Zieldefinierung und Erreichung von 100 %, und zwar jeder einzelne.«

Robert Kovacz – Gründungsmitglied und Chapterdirektor: »Der Unterschied zum ersten Jahr: Im ersten Jahr hatten wir noch keinen starken Kern und nicht die richtigen Gewerke, sondern Einzelkämpfer. Wir treten jetzt bei einigen Baustellen beim Erstgespräch schon als BNI-Gruppe auf, das heißt, wir haben es verstanden, zu netzwerken.«

Was das Chapter TITAN aber auszeichnet, ist das Sicherheitsnetz. Es werden Mitglieder aufgefangen und unterstützt. Anhand des PALMS-Berichtes wird in der Mitgliederversammlung nicht nur geschaut, wie sehr sich ein Mitglied engagiert, sondern ob die einzelnen Mitglieder auch profitieren. Und dann werden Maßnahmen eingeleitet.

Für unterstützungswürdige Mitglieder werden Aktionen gestartet. Es setzt ein bewusstes Engagement ein, Empfehlungen zu generieren, das Mitglied bei der 60-Sekunden-Präsentation zu unterstützen, die Ermunterung, auf BNI-Workshops zu gehen und Vieraugengespräche zu führen.

Eine weitere Maßnahme ist, das Frühstück in die Firma eines Mitgliedes in Kombination mit der 10-Minuten-Präsentation zu verlegen.



# erke sind besser Chapter

Foto: [www.thorsten-jochim.de](http://www.thorsten-jochim.de)

Einmal waren ausnahmsweise auch die Männer bei Miss Sporty – einem reinen Damenclub – aktiv. Somit wussten die vorwiegend männlichen Titanen besser, wie sie Miss Sporty weiterempfehlen konnten.

Was aber wirklich zusammenschweißt, sind die sozialen Events. Die Titanen waren Bogenschießen in Kombination mit einer Firmenbesichtigung beim Tischler des Chapters, weiter zum Grillevent beim Baumarkt – natürlich ist der Besitzer auch ein Titan – mit einer Vorführung von diversen Grillgeräten und einem abschließenden Feuerwerk. Gemeinsames Skifahren und Neujahrsempfang sind selbstverständlich.

Zuletzt fand ein Firmenlauf über die Distanz von 4,5 Kilometern statt. Die Beteiligung war sehr hoch. Von 35 Mitgliedern sind 19 gelaufen, auch einen Fanclub gab es. Und das schweißt im wahrsten Sinne des Wortes zusammen. Gemeinsam schwitzen für eine Sache, für die man einsteht und als BNI-Chapter inmitten vieler Firmen präsent sein.

Es sind nicht die kurzfristigen Erfolge und Beziehungen, die die Titanen interessieren. Sie setzen auf Nachhaltigkeit. Und wenn Sie sich denken, dass jetzt alles von alleine läuft, dann ist das natürlich ein Trugschluss. Die Titanen wissen, dass das Netz ständig gewartet und nachgespannt werden muss.

Durch die konsequente Umsetzung der Regeln und mit sozialem Engagement hat es das Chapter TITAN zum Top-Chapter in Österreich und zum Top 10-Chapter in DACH geschafft.



## Tagesordnung für ein BNI- Chapter-Meeting

Folgende 20 Punkte werden bei jedem Meeting angesprochen und durchgeführt:

1. Offenes Netzwerken
2. Begrüßung und Vorstellung
3. Zweck und Philosophie von BNI
4. Netzwerk-Training
5. Netzwerker des Monats
6. Austausch von Visitenkarten (Visitenkartenbox)
7. Aufnahme neuer Mitglieder
8. 60-Sekunden-Präsentationen
9. Begrüßung Besucher
10. Mitgliederkoordinator-Bericht
11. Mitgliederausschuss-Bericht
12. Liste der Redner, Vorstellung des Redners der 10-Minuten-Präsentation
13. 10-Minuten-Präsentation
14. Weitergabe von Empfehlungen
15. Realitätsprüfung
16. Bericht des Schatzmeisters
17. BNI Termine und Ankündigungen
18. Verlosung Tagespreis
19. Beenden der Versammlung
20. Einführung von Besuchern und neuen Mitgliedern (CD)

Für den Erfolg des Chapters ist es wichtig, jeden dieser Punkte bei jedem Meeting zu behandeln.





## Stabfechten – Reden mal anders

oder ein Netzwerk-Workshop der besonderen Art

Ein Klicken und Klacken, Stäbe sausen von oben nach unten, durchschneiden die Luft von rechts nach links. Hier wird gefochten und das mit Stäben. Zehn BNI-Mitglieder aus vier Chapters, VENUS, NEPTUN, SATURN, CUBE, trafen sich am Sonntag, den 15.07. zu einem 3-stündigen, nonverbalen Netzwerk-Workshop. Eine außergewöhnliche Begegnung.

Der Himmel ist mit Regenwolken verhangen. Nach und nach finden sich die Mitglieder auf der von Dürr Data zur Verfügung gestellten Wiese ein. Die Sonne kommt heraus. Nach einer kurzen Begrüßung machen sich alle warm und werfen nach kurzer Zeit schon die Stäbe in die Luft. Es geht darum, sich mit dem fremden Element Stab vertraut zu machen.

»Die Konzentration, die man beim Fechten braucht, hat mich sehr überrascht.« Th. Kramer – Kramer Versicherungsmakler

Arne Schneider, Trainer und Inhaber des Institut für Stabfechten, leitet die Einführung in das Stabfechten. Er geht in kleinen Schritten vor; von einfachen Aktionen, wie den eigenen Stab werfen und fangen, bis hin zu komplexen Situationen, bei denen die Stäbe zwischen den Partnern nur so durch die Luft schwirren. Doch alle kommen mit. »Jeder, der einen Stab halten kann, ist fähig, das Fechten mit dem Stab zu lernen«, sagt Arne Schneider. Stabfechten ist eine Mischung aus Stockkampf und dem Säbelfechten aus dem 19. Jh., eine europäische Fechtkunst und Bewegungskunst. Das Besondere daran ist, dass Stabfechten den Körper,

die Sinne, die Persönlichkeit und die Kommunikation schult.

»Ich genoss das Stabfechten und etwas über dessen Hintergrund zu erfahren. Es ist ein beeindruckender Kontrapunkt zu den Wirren und Herausforderungen des Tagesgeschäftes!« J. Schneider, Dürr Data

Nach einer Stunde sind alle Beteiligten nun sicher in der Stabführung. Es herrscht heitere Stimmung. Die Bewegung und körperliche Begegnung mit dem Stab stimmt alle munter und heiter. Das kann man vom Wetter nicht behaupten. Es regnet. Doch waschechte BNler kann das nicht aufhalten. Es wird kurzerhand auf einen trockenen Unterstellplatz ausgewichen – und weiter geht's.

»Das absolute Abschalten der Gedanken und das Einlassen in die Bewegung gefiel mir gut. Ich hatte das Gefühl von »Im Jetzt sein«.  
A. Schrickler, Heilpraxis Schrickler

Mit drei Hieben gehen die Kollegen paarweise aufeinander los, doch keiner verletzt sich. Wie kann das sein? Der Stabfecht-Trainer erklärt: »Es geht nicht darum, den anderen fertig zu ma-

chen. Es geht um den fairen Streit, dabei ist die klare Ausrichtung auf das Ziel, die Intention, Blickkontakt, Aufmerksamkeit, wichtig und deshalb wird sie in Übungen vertieft. Der Stab ist beim Fechten die Verlängerung des Armes. Alles, was mit dem Stab an Aktionen ausgeführt wird, kommt vom Fechter selbst, d. h., die Verantwortung liegt wortwörtlich in unserer Hand. Standpunkte werden vertreten oder gewechselt. Durch Angriff und Paraden entstehen zwischen den Fechtern sich dauernd ändernde Aktiv- und Passiv-Aktionen. Es ist vergleichbar mit reden und zuhören in einem Dialog.«

Nach zweieinhalb Stunden fechten alle miteinander und das sicher und spielerisch. Was von außen wie ein Hauen und Stechen aussieht, ist in Wirklichkeit ein schlagfertiger Austausch unter BNI-Kollegen, die sich einmal auf nonverbaler Ebene begegnen. Das spielerisch und mit viel Spaß. Ein aktiver Workshop, den so schnell keiner vergessen wird.

**Arne Schneider**  
Chapter CUBE, Stuttgart  
T: +49-(0)711-4081589  
post@stabfechten.de



Ralf Hartmann  
Rosenheim

René Zimmer  
Berlin

Roberto Wendt  
Bremen

Roland Reckerzügl  
Heidelberg

Rolf Hempel  
Berlin

Rolf Neijman  
Osnabrück

Rolf Weißner  
Konstanz





Christina Riedel (4. v.l.) und das großartige Bauteam aus dem Chapter AUGUST DER STARKE

## Ein großes Dankeschön!

### Die Profis vom Frühstück

Ich selbst bin nicht bei BNI. Aber mein Mann, Ralf Riedel, ist Chapterdirektor im Chapter AUGUST DER STARKE in Dresden. Als Unternehmensberater unterstützt er mich in allen Dingen der Geschäftseröffnung und -finanzierung. Er organisierte den Um- und Ausbau der Praxis, der mit vielen seiner Chaptermitglieder realisiert wurde. Insgesamt 10 Gewerke aus BNI waren an der Maßnahme beteiligt. Davon allein 9 Gewerke aus dem Chapter AUGUST DER STARKE.

Für mich war es beeindruckend, wie unkompliziert und einfach sich die Zusammenarbeit der verschiedenen Gewerke abspielte. Man kannte sich vom gemeinsamen Frühstück, hatte hier und da bereits Empfehlungen untereinander getauscht und wusste, was der Andere leistet. Auf dieser Basis war es scheinbar selbstverständlich, dass die Handwerker sich untereinander abstimmten und koordinierten, sodass durch das vorausschauende Miteinander keine Leerläufe oder Fehler entstanden.

Zuverlässig, ordentlich und reibungslos verliefen die Umbauten der künftigen Praxisräume. Ich bin sehr zufrieden mit der geleisteten Arbeit. Zudem machte es die offene und unkomplizierte Art und Weise, in der die BNI-Mitglieder miteinander agierten, deutlich, dass der Zusammenhalt über den rein wirtschaftlichen Aspekt hinausreicht.

So stellte sich das Chapter AUGUST DER STARKE für meine Praxis quasi als Allround-Anbieter dar, welcher alle für eine Firmengründung und -ausstattung notwendigen Fachkompetenzen mit sich bringt.

Von der Qualität der Arbeiten sah ich auch meine Eröffnungsgäste beeindruckt, von denen sich einige erkundigten, wer denn dieses und jenes gemacht hätte. Werbung, die aus der geleisteten Qualität selbst kommt. Es ist also keinesfalls übertrieben, wenn ich das Dresdner Chapter als profitable Profi-Tafel bezeichne – denn gelohnt hat sich die Zusammenarbeit für alle Seiten.

Ich habe gelernt, was BNI ist: BNI steht für Umsatz und Erfolg, aber auch für Persönlichkeit. Denn die Grundlage für Umsatz und Erfolg ist das Vertrauen und die Zusammenarbeit als Netzwerk. In Wilsdruff hat dieses Hand-in-Hand zur Eröffnung meiner neuen Gesundheits- und Naturheilpraxis geführt.

Deshalb ist es mir ein Vergnügen, an dieser Stelle noch einmal meinen Dank und meine Anerkennung für die geleistete Arbeit zum Ausdruck zu bringen.

Herzliche Grüße

**Christina Riedel**  
Heilpraktikerin



Ein herzliches Dankeschön von Ralf Riedel (l.) an den Empfehlungsgeber Günther Sickora (m.).

## Ein Handschlag im Wert von 5 Millionen!

Noch nie war ein Handschlag so viel wert – doch als Günther Sickora, Mitglied im Chapter AUGUST DER STARKE in Dresden, im Mai 2012 eine Empfehlung an den Chapterdirektor Ralf Riedel übergab, ertönte das Signal: Die 5-Millionen-Euro-Marke war vier Jahre nach Chaptergründung AUGUST DER STARKE erreicht. Wir gratulieren dem gesamten Chapter zu diesem tollen Erfolg und bedanken uns explizit beim Mitgliederkoordinator Frank Heinze, der mit Engagement und Leidenschaft die Erfolge in Zahlen beobachtet und mit viel Humor kommentiert. Weiter so!



Roman Storm  
Wien

Ruud van der Noord  
Niederlande

Sabine Glaser  
Berlin

Sabine Ronsdorf  
Dresden

Sandra Hoffmann  
Heidelberg

Sandro Moor  
Schweiz

Simon Schiffer  
Zürich



Foto: www.thorsten-jochim.de

## BNI-Bücher

# Handwerkszeug vom Profi

### 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 über den Buchhandel beziehen: Im kleinen Buchladen ums Eck ebenso wie bei Amazon.



## Sichtbarkeit erhöhen

### Netzwerken in den Chapters bringt 90 000 Euro Umsatz

Andere Chapter zu besuchen erhöht die eigene Sichtbarkeit bei den Netzwerkgruppen in der Region. Michael Henkel ist seit Ende 2011 Mitglied im Chapter PIANO. Während der ersten Eingewöhnung besuchte er in den letzten Wochen immer mal wieder andere Chapter. Hierbei ergaben sich gute Kontakte, freundschaftliche Beziehungen und, so soll es sein, Aufträge. Nachdem er als Gast im Chapter SAXOPHONE in Essen eingeladen war, wurde er nach ca. einer Woche von einem Garten- und Landschaftsplaner angerufen, der ihm erzählte, ein Kollege hätte ein Problem und suche dringend einen Metallbauer.

### Warmer Kontakt

Nach kurzer Kontaktaufnahme und Besprechung, worum es genau geht, wurde der erste Baustellentermin spontan, innerhalb einer Stunde, vereinbart. Ge-

sucht wurde ein Metallbauer, der für einen Showroom eines großen Düsseldorfer Chemieunternehmens drei große Deckenringe (3 + 8 + 14 m Durchmesser) als Lampenkonstruktion anfertigen und montieren sollte. Es war Eile geboten. Von Dienstag auf Mittwochnachmittag lagen bereits 63 Segmente à 2200 mm Länge in der Werkstatt von Fockner Edelstahl. Nach 9 Tagen war die komplette Aktion fertiggestellt. Dabei konnte das Unternehmen sogar die abgegebene Kostenschätzung unterschreiten. Ein weiterer Auftrag ist bereits erteilt, zwei weitere werden gerade besprochen. Bis Anfang Oktober konnten so Leistungen für über 90.000 Euro erbracht werden. Tolle Empfehlung, toller Job, tolles Kundenteam.

**Michael Henkel**  
**Kompetenz in Metall**  
**Chapter PIANO, Wuppertal**  
**T: +49(0)-202-706566**  
**info@fockner-edelstahl.de**



Stefan Blohm  
Hamburg

Stefan Kaus  
Ingolstadt

Stefan Rota  
Köln/Bonn

Steffen Nägele  
Heidelberg

Tanja Tomescheit  
Konstanz

Thomas Stegemann  
Heidelberg

Thomas W. Albrecht  
Wien



## Nähe bringt Kontakte

### Ein Besuchertag mit Mitgliederzuwachs, Umsatz und Presseecho

Da die Mitgliederzahl unseres Chapters DOLOMIT auf 23 gesunken war, beschlossen wir, unseren aktuellen Schwerpunkt auf das Chapterwachstum zu legen. Was bietet sich dafür mehr an als ein Besuchertag? Völlig unbürokratisch machten wir uns an die Umsetzung. Jeder schrieb seine Einladungsbriefe, dann wurde nachtelefoniert (mit getauschten Einladungslisten oder auch mit der eigenen). Daraus ergaben sich dann sage und schreibe 59 Zusagen. Das war eine Zahl, mit der wir nicht gerechnet hatten.

Alle Mitglieder erschienen pünktlich um 6.00 Uhr. Das Besucherbetreuer-Team wurde tatkräftig unterstützt, um den Ansturm der Besucher in die richtigen Bahnen zu lenken und jedem Gast das Gefühl vermitteln zu können, dass er wichtig und willkommen ist.

Sogar eine Journalistin und ein Fotograf der Süddeutschen Zeitung hatten sich zu dieser frühen Stunde in der Conti Gastronomie in München eingefunden. Vielleicht lag es ja wirklich an der Tageszeit, dass die Dame in ihrem Artikel dann einiges durcheinanderbrachte.

Das Lokal war bis auf den letzten Platz gefüllt. Zwei unserer Mitglieder haben das Frühstück sogar an einem Stehtisch »durchgestanden«.

Noch während der Empfehlungsrunde schob mir ein Gast einen Prospekt zu und sagte: »Machen Sie mir doch bitte ein Angebot für eine Übersetzung ins Italienische.« Der weitere Verlauf war dann so, wie man sich das als Unternehmerin nur wünschen kann: Nach dem Meeting erstellte ich das Angebot und am Abend bekam ich dann den Auftrag. Nachdem wir die Übersetzung geliefert hatten, erhielt ich eine Mail, über die ich mich sehr freute. Kurzfassung: »Liebe Frau Sixt, Sie haben schnell und professionell eine hervorragende Arbeit geleistet. Besten Dank dafür. So kann man arbeiten! Ich werde Sie und Ihr Übersetzungsbüro auf alle Fälle immer weiterempfehlen und ebenfalls selbst in Zukunft ausschließlich nutzen. PS: Bitte rechnen Sie mir Ihre Leistungen ab.«

Schneller und reibungsloser kann ein Auftrag in unserer Branche nicht ablaufen! Und dann noch ein Kunde, der darum bittet, dass man ihm eine Rechnung schickt!

Doch war dies kein Zufall. Meine Chapterkollegin Anja Niemöller, von der Arcon Steuerberatungsgesellschaft mbH, hatte ihrem Gast bereits im Vorfeld erzählt, dass in ihrem Chapter auch die Agentur für SprachenService Mitglied ist.

Als Gründungsmitglied des Chapters DOLOMIT bin ich nun seit sieben Jahren BNI-Mitglied und habe logischerweise schon einige Besuchertage miterlebt. Doch diese Veranstaltung hat

mir wieder gezeigt, dass immer noch eine Steigerung möglich ist. – Gäste, die bereits wissen, wen sie treffen werden, kommen sicherlich mit ganz anderen Vorstellungen zur Veranstaltung und haben hinterher vielleicht sogar das Gefühl, etwas erledigt zu haben. – Der Besuch war also keine Zeitverschwendung.

Übrigens sind wir seit dem Besuchertag um 4 Mitglieder angewachsen und einige der Gäste wollen sich im neuen Jahr noch einmal ein »normales« Meeting ansehen. Es können also noch mehr werden.

**Ruth Sixt**  
Chapter DOLOMIT, München  
T: +41-(0)89-31099347  
rs@ass-agentur.de



Tim Komischke  
Hamburg

Ulrich Gausmann  
Münster/Osnabrück

Uwe Wagner  
Köln/Bonn

Volker Hoyler  
Stuttgart/Ludwigsburg

Volker Kurz  
Saarbrücken

Wlfrid Kohrs  
Bremen

Wolfgang Thoma  
Würzburg

# Ein Pool voller Empfehlungen!



Porträtfoto: Karin Mertens

Önder Gün ist Garten- und Landschaftsbauer und seit Februar 2011 Mitglied im Chapter DRAIS in Karlsruhe.

Er hat schon jede Menge Empfehlungen gegeben und als aktives Mitglied auch viele Empfehlungen erhalten. Eine davon ist ihm besonders in Erinnerung, denn sie zeigt, wie einer kleinen Empfehlung mehrere große folgen können:

Im Juli 2011 erhielt er eine kleine Empfehlung für eine Poolabdeckung. Die Kundin empfahl ihm die Firma Gladis Schwimmbadtechnik, die eventuell die gesuchte Abdeckung liefern könnte.

Bei seinem Besuch in der Firma wurde er zwar nicht fündig, hat dort allerdings nicht nur seine Visitenkarte, sondern offenbar auch einen sehr guten Eindruck hinterlassen. Fast ein Jahr später meldete sich die Chefin von Gladis bei ihm und bat ihn, ein Angebot abzugeben. Es ging darum, das eigene Grundstück zur Gartenlandschaft mit Schwimmbad umzubauen, um Kunden einen großen Pool mit Gegenstromanlage in Aktion zeigen zu können. Ein Auftrag mit einem Volumen von rund 35 000 Euro!

Während der Arbeiten erhielt er Besuch von einer Familie, die sich gerade einen Pool bei Gladis gekauft hatte. Diese war so begeistert von seiner Arbeit, dass er gleich den Auftrag erhielt, auch ihren Garten um das Schwimmbad herum zu gestalten. Das Auftragsvolumen ist ebenfalls im fünfstelligen Bereich!

Önder Gün empfiehlt deshalb jedem Unternehmer und vor allem jedem Existenzgründer einen Besuch bei BNI und sofort eine Bewerbung abzugeben. »Mein Sprungbrett in die Selbstständigkeit und das Erreichen meiner unternehmerischen Ziele war BNI!«

**Önder Gün**  
Chapter DRAIS, Karlsruhe  
T: +49-(0)7243-3588809  
[info@gartendesign-guen.de](mailto:info@gartendesign-guen.de)

## Impressum

SuccessNet ist die D-A-CH-Ausgabe der Mitgliederzeitung von Business Network International.

Printed in Germany

© 2012  
Admin Service GmbH & Co. KG  
Steiermärker Straße 3–5  
D-70469 Stuttgart  
Geschäftsführer: Harald Lais

## Herausgeber

Michael Mayer (V.i.S.d.P.)  
Harald Lais  
Peter Hermetschweiler  
Danja Hermetschweiler  
National Directors  
Österreich, Deutschland  
und Schweiz

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

## Redaktion

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

## Lektorat

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

## Titelfoto

Thorsten Jochim  
[www.thorsten-jochim.de](http://www.thorsten-jochim.de)

## Gestaltung und Satz

TypoKonzept  
T: +49-(0)89-2809090

## Druck

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

## Vertrieb

Herbert Utz Verlag GmbH  
T: +49-(0)89-27779100

Redaktionsschluss  
der nächsten Ausgabe:  
14. Februar 2013