

americas • europe • africa • asia • australasia



BNI[®]

BNI-ONLINE.DE

Deutschland

Österreich

Schweiz

Frühjahr 2011

Success**NET**

BNI-Magazin



Ergebnisse
brauchen Zeit

Changing the Way the World Does Business



- BNI Events
- 3 **Vorsicht Kurzschluss!**
BNI 19 in Dresden
 - 4 SuccessNet auf einen Blick
 - 5 Zahlen und Fakten 1. Quartal 2011
Best Practice
 - 6 **Mit einem Brief Besucher überzeugen**
Schreib mal wieder
 - 7 **Die größte Empfehlung, die ich jemals hatte**
 - 8 **BNI macht TRÄUME wahr**
- Netzwerk-Wissen
- 9 **Reden ist Silber ...**
Das Geheimnis versteckter Elemente
 - 10 **Besser werden mit System**
 - 12 **Ergebnisse mit Hand und Fuß brauchen Zeit!**
- Aus den Chapters
- 14 **Powerteam im Bahnhof**
BNI hilft, Einwanderer zu integrieren
- Fotografin Lydia Segginger
- 15 **Ein robuster Einzelbaum**
im eindrucksvollen Eichenhain
- Schlaglichter
- 16 **Neujahrsbrunch**
 - 17 **BNI sichtbar machen**
Als die Träume laufen lernten
- Willkommen bei BNI
- 18 **Region Cottbus aktiv**
LEUCHTTURM SCHINKELTURM erfolgreich gestartet
Menschen brauchen Menschen!
- Aus den Chapters
- 19 **Genussvoll empfehlen**
4 Jahre Chapter WIESEL bei Wien
- Best Practice
- 20 **Wann geht Ihnen ein Licht auf?**

Liebe Netzwerk-Freunde,

»im Märzen der Bauer die Röslein einspannt« ist eine Strophe aus einem alten Volkslied. Wer im Herbst die Ernte einfahren will, muss im Frühjahr säen. Das Bild des »Ackerbaus« wird beim Thema Netzwerk gerne herangezogen, weil es dem Wesen des Aufbaues und der Pflege entspricht.

Zeit ist ein wesentlicher Faktor für diese Prozesse. Mit einem guten Marketingsystem lässt sich der Zeiteinsatz bis zur erfolgreichen Ernte perfekt optimieren. Aktivität für die Netzwerkgruppe ist dabei ein ganz wesentlicher Faktor und genau deshalb misst BNI in seinem D-A-CH-Ranking alle Chapters und Regionen im Bereich der Aktivität. Sie erinnern sich? Unser Ziel im Jahr 2011 ist es, möglichst viele Chapters in den grünen Bereich zu bekommen. Auch wenn Ihr Chapter im orangenen Bereich ist und die Unternehmer mit dem Erreichten zufrieden sind, lohnt es sich, noch mehr für einander zu tun. In Bezug auf ein bestimmtes Chapter im grünen Bereich meinte neulich ein Mitglied aus einem orangenen Chapter: »Unser Umsatz pro Mitglied ist besser als in dem Vergleichschapter!«. Das war richtig, aber das grüne Chapter hat im vergangenen Jahr beim Umsatz eine Steigerung von 100 % hingelegt. Was würde das für die Mitglieder im orangenen Bereich mit besserem Umsatz bedeuten, wenn sie dieselbe Steigerung hinbekämen? Rechnen Sie selbst!

Das Chapter-Ranking kann zeigen, an welchen Schrauben Sie in Ihrem Chapter noch drehen können, um mehr zu erreichen! Deshalb: Go green! Der Weg in den grünen Bereich braucht Feingefühl und Zeit. Wie der Faktor Zeit und Ergebnisse zusammenhängen, erfahren Sie in dieser Ausgabe.

Ihre Nationalen BNI-Direktoren

Harald Lais

Michael Mayer

Unser Titelbild:

»Was Männer bewegt« war das Motto eines Themenabends des Luzerner A-Capella-Chors OSTINATO. Lydia Segginger, BNI-Mitglied im Chapter EICHE Luzern, fing die sechs Musiker fotografisch ein. Das dynamische Bild dient uns als Einleitung zur aktuellen Ausgabe unter dem Thema »Ergebnisse brauchen Zeit«.

BNI Events

Vorsicht Kurzschluss!

Der »Networking disconnect« – die versteckte Spannungsquelle
Wer sich beruflich mit dem Thema Netzwerk beschäftigt, möchte gerne Energiepotentiale anderer nutzen. Grob gesagt, zwei Pole (Kontakte) bringen eine Lampe zum Leuchten (Umsatz). Wer eine brennende Glühbirne einmal angefasst hat, weiß, dass die ganz schön heiß wird. Wird die Glühbirne herausgenommen und werden die Pole direkt verbunden, wird die Energie anders freigesetzt. Der Elektriker würde von einem Kurzschluss sprechen. Genau das passiert immer wieder auf Netzwerkveranstaltungen.

»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 der Veranstaltung der Internationalen Netzwerk Woche 2011 wurde diese Frage in den Raum gestellt. Fast 50 % der Besucher haben 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 der Internationalen Netzwerk Woche 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 Bezie-



BNI 19 in Dresden

International Networking Week – in diesem Rahmen trafen sich am 8. Februar 2011 Unternehmer, Netzwerker und andere Netzwerke, wie Lions-Club, IHK, Rotary, XING, sowie alle, die BNI einmal in einer Abendveranstaltung kennenlernen wollten. Das Internationale Congress Center in Dresden bot auch in diesem Jahr wieder einen mehr als adäquaten Rahmen für einen gelungenen Netzwerkabend. Am Ende taten die Teilnehmer bei einer Tombola mit ihren Einsätzen richtig Gutes: 380 Euro gingen an den Förderverein Lions Club Dresden Elbflorenz zugunsten eines Kinderkurheims für Tschernobyl-geschädigte Kinder. Hier bedankt sich BNI Sachsen ganz besonders für das Engagement von Dr. Thomas Walther, Geschäftsführer der DOK Dr. Walther GmbH aus dem Chapter CONSTANTIA VON COSEL. Netzwerken zieht an – das zeigten die Besuche von vielen Gästen aus BNI Berlin und sogar aus BNI Krakau in Polen und Michael Mayer, Nationaler Direktor D und A aus Wien, bei der INW 2011 in Dresden.

Sabine Ronsdorf
Chapter KARL MAY, Radebeul
T: +49-(0)351-42644590
personal@personalagentur-ronsdorf.de

hungen 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.

Internationale Netzwerk Woche 2011 in D-A-CH

Die Idee hinter diese Veranstaltung ist so simpel wie genial: Wer in der heu-

tigen Zeit effektiv vernetzt sein will, kommt mit einem Netzwerk nicht wirklich aus – also macht es Sinn, die verschiedenen Netzwerktypen gemeinsam zu präsentieren. Die Internationale Netzwerk Woche bietet mit vielen regionalen Veranstaltungen die Chance, regionale, nationale und internationale Netzwerke auf einer Veranstaltung kennenzulernen. Dabei steht vor allem der Austausch von Netzwerkkontakten im Mittelpunkt. Veranstaltungen zur Internationalen Netzwerk Woche 2011 gab es in der Woche vom 07. bis 11. Februar 2011 unter anderem in München, Wien, Dresden, Köln, Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt, Würzburg, Augsburg, und Hessdorf.



BNI SuccessNet auf einen Blick: Finden Sie die spannendsten Netzwerkgeschichten und sehen Sie, wo sie passieren!

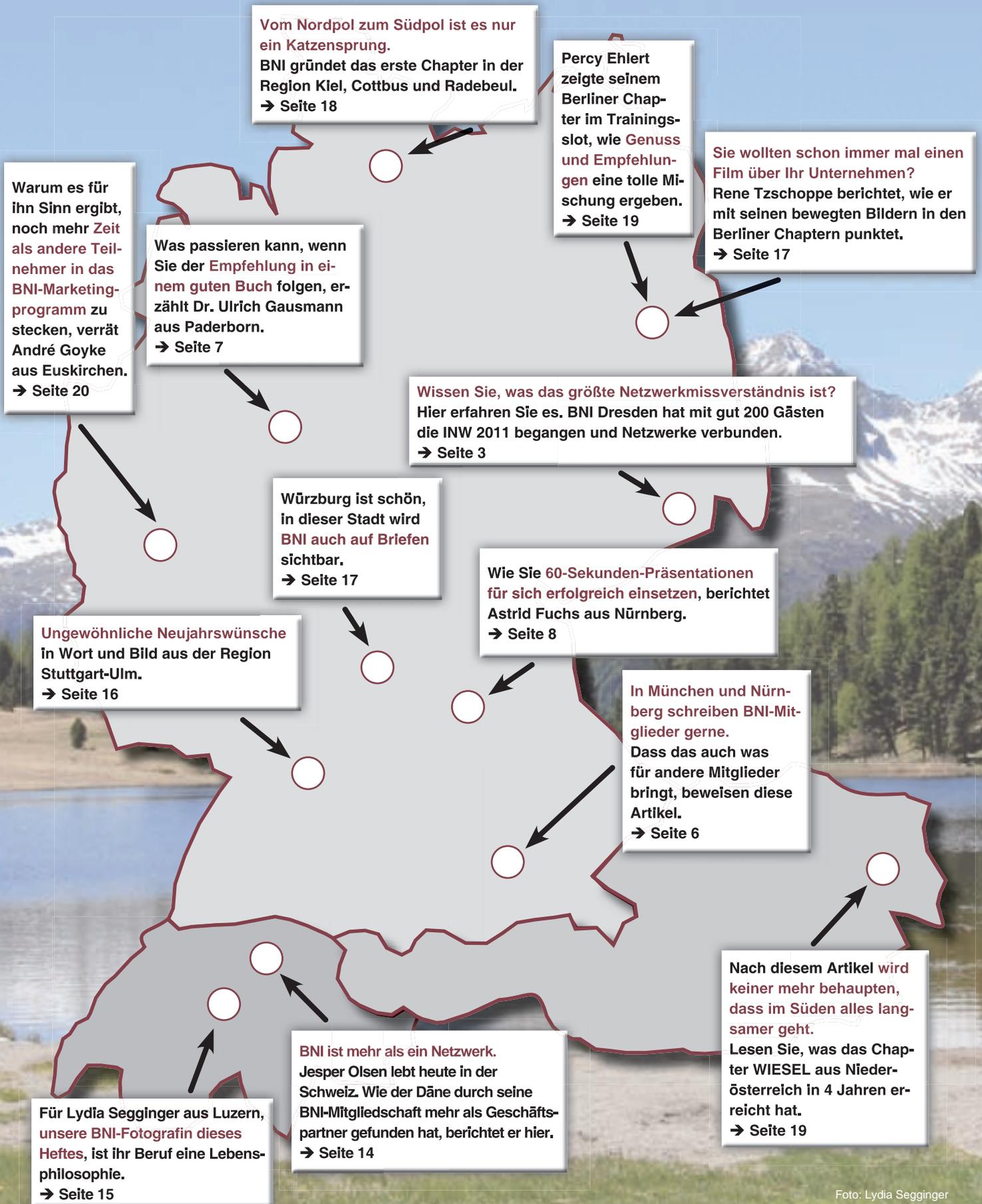
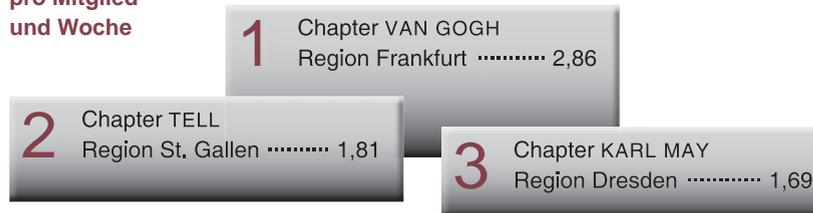


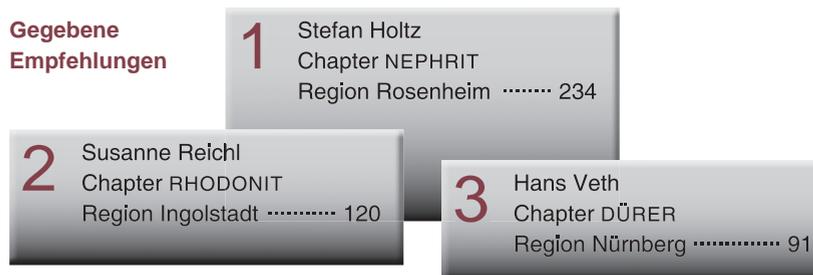
Foto: Lydia Segginger

Zahlen & Fakten 1. Quartal 2011

BNI-Charts D-A-CH

Empfehlungsschnitt
pro Mitglied
und Woche

Besucher

Gegebene
Empfehlungen

Neue Chapter

Deutschland

Chapter LEUCHTTURM
SCHINKELTURM, Norderstedt
Region Kiel

Direktorin: Perdita Habeck

Chapter LILIE, Wiesbaden
Region Wiesbaden

Direktor: Kevin Barber

Chapter VAN GOGH, Frankfurt
Region Frankfurt

Direktor: Bernd Möller

Chapter LIPPE, Paderborn
Region Bielefeld

Direktor: Bernd Harenkamp

Chapter KARL MAY, Radebeul
Region Dresden

Direktor: Jens Fiedler

Chapter APOLLON, Singen
Region Konstanz

Direktor: Andreas Späth

Chapter

JOHANN GOTTLIEB FICHTE, Ohorn

Region Cottbus

Direktor: Jens Fiedler

Österreich

Chapter AQUILA, Innsbruck

Region Innsbruck

Direktor: Christian Elsner

Schweiz

Chapter TELL, Seedorf Uri

Region Luzern

Direktorin: Danja Hermetschweiler

Chapter NIESEN, Spiez

Region Bern

Direktor: Ueli Gertsch

Chapter VADIAN, Abtwil SG

Region St. Gallen

Direktorin: Danja Hermetschweiler

Chapter ST. JAKOB, Basel

Region Bern

Direktor: Martin Nussbaum

BNI-Kerngruppen

Chapter vor Gründung

Deutschland

Adolph Kolping	DEGGENDORF
Albatros	BERLIN
Aphrodite	VILLINGEN-SCHWENNINGEN
Amalie von Sachsen	FREITAL
Aquamarin	MÜNCHEN
Aquisgranum	AACHEN
Andreas Osiander	GUNZENHAUSEN
Athene	LINDAU
Aue	ZEVEN
Augustina	LANGENZENN
Bad Dürkheim	BAD DÜRKHEIM
Bad Kissingen	BAD KISSINGEN
Bad Neustadt	BAD NEUSTADT
Bison	BERLIN
Bastion	KÖLN
Bautzen	BAUTZEN
Bensheim	BENSHEIM
Beryllium	MOERS
Blaifränkisch	ERLANGEN
Cello	RATINGEN
Christian Knorr von Rosenroth	SULZBACH-ROSENBERG
Cranach	ASCHAFFENBURG
Da Vinci	FRANKFURT
Dachs	BERLIN
Dornfelder	BAYREUTH
Dreisam	FREIBURG
Ebena	HAMBURG
Ellisee	BREMEN
Freiheit	KÖLN
Freystadt	FREYSTADT
Galaxis	ULM
Gebrüder Grimm	HANAU
Gelnhausen	GELNHAUSEN
Hahn	BERLIN
Hermes	TUTTLINGEN
Höhenburg Haus Vorst	SOLINGEN
Humboldt	POTSDAM
Konrad-Max-Kunz	SCHWANDORF
Landau	LANDAU
Lapislazuli	ERDING
Lenne	POTSDAM
Leopard	BERLIN
Leuchtturm Holtenau	KIEL
Leuchtturm Neuland	ITZHOE
Leuchtturm Westerhever	KALTENKIRCHEN
Limes	WETTERAUKREIS
Lithium	MÜLHEIM
Meistertrunk	ROTHENBURG
Mond	SCHWÄBISCH GMÜND
Mosbach	MOSBACH
Müller Thurgau	SCHWEINFURT
Neutraubling	NEUTRAUBLING
Olea	HAMBURG
Passau	PASSAU
Piano	WUPPERTAL
Pinus	HAMBURG
Portugieser	HASSFURT
Posseidon	FRIEDRICHSHAFEN
Quitte	HEINSBERG
Regen	REGEN
Regent	VEITSHÖCHHEIM
Remscheid	REMSCHIED
Richard Hartmann	CHEMNITZ
Robinia	HAMBURG
Rodenberg	ROTENBURG
Schloss Burg	SOLINGEN
Stadion	KÖLN
Thuja	HAMBURG
Trollinger	BAMBERG
Vulkan	LAUTERBACH
Weißenburg	WEISSENBURG
Wilhelm Röntgen	HANNOVER
Zittau	ZITTAU

Österreich

Centurion	INNSBRUCK
Cicero	INNSBRUCK
Falco	WIEN
Falcone	INNSBRUCK
Hochkönig	BISCHOFSHOFEN
Oktagon	DEUTSCH WAGRAM
Primus	TULLN
Schmittenhöhe	ZELL AM SEE
Schönberg	WIEN
Wagner	WIEN

Schweiz

Bellinzona	BELLINZONA
Dorneck	DORNACH
Dübendorf	DÜBENDORF
Egerkingen	EGERKINGEN
Gossau	GOSSAU
Pappillon	KERZERS
St. Margrethen	ST. MARGRETHEN
Uster	USTER
Vaduz	VADUZ
Volketwil	VOLKETWIL

Best Practice

Nürnberg

Mit einem Brief Besucher überzeugen

Bernd Kaiser aus Nürnberg lädt seine Geschäftskontakte gerne per Brief in sein Chapter ein. 9 Besucher hat er so in den letzten Monaten für sein Chapter begeistern können.

»Was ist der Anfang von Gewinnen? Beginnen!«

Wann laden Sie Ihre Geschäftskontakte mit einem persönlichen Brief zu Ihren Chapter-Kollegen ein?

Bernd Kaiser
Chapter SIGENA Nürnberg
T: +49-(0)911-831001

München

Schreib mal wieder

Ein Empfehlungsschreiben, 20 Monate und eine neue Lösung ...
... sind der Mix für eine erfolgreiche Empfehlung.

Oliver Trustaedt ist BNI-Mitglied der ersten Stunde in München und heute Exekutivdirektor für die Region Augsburg. Sein Geschäft ist der Vertrieb und Empfehlungen und Referenzen sind für ihn schon seit Jahren ein Schlüssel für den Erfolg. Deshalb schreibt er auch regelmäßig bei passender Gelegenheit an seine Geschäftskontakte. Vor 20 Monaten empfahl er der Hausverwaltung für eine Immobilie, in der er Miteigentümer ist, Thomas Boekhoff für die Sanierung des Daches. Ein Brief mit einer persönlichen Empfehlung, eine Visitenkarte und ab in die Post, das war das ganze Geheimnis, das nun für 29.000 Euro Umsatz sorgte.

Wissenswert

Hätten Sie gewusst, dass Sie 25 % an Wärme verlieren, wenn sie keine Kopfbedeckung tragen? Bei Häusern ist das genauso. Mit der neuen Energieeinsparverordnung für das Jahr 2011 werden Hausbesitzer quasi dazu verpflichtet, ihrem Haus eine bessere Mütze aufzusetzen. Das ist ganz klar eine

Betreff: Wie Sie in 60 Sekunden Ihren Umsatz verdoppeln, und dabei noch genüsslich frühstücken können

Sehr geehrte ...,

ich konnte es selbst nicht glauben, aber es funktioniert!

Vorab eine kleine Erfolgsgeschichte: Ich selbst bin Inhaber eines Auto- und Motorradbetriebes mit 44 Mitarbeitern. Bereits vor einigen Jahren hat mich ein Kunde zum Netzwerken eingeladen. Ich habe seine Einladungen regelmäßig ausgeschlagen und immer nach Gründen gesucht, warum ich nicht teilnehmen kann (zu früh, keiner im Betrieb, keine Zeit, bringt nichts u.v.m.).

Dann hat mich mein Hausarzt vor 6 Monaten zum selben Netzwerk eingeladen. Da er mich immer bevorzugt behandelt hat, und ich bei ihm immer am Wartezimmer vorbeigeschleust wurde, habe ich mich verpflichtet gefühlt, und dann doch einmal teilgenommen.

Ich habe sofort beim ersten Besuch das unglaubliche Potential erkannt, die dieses wöchentliche Treffen mit sich bringt. Bereits nach kurzer Zeit habe ich die ersten Aufträge erhalten, und auch erfolgreich abgeschlossen.

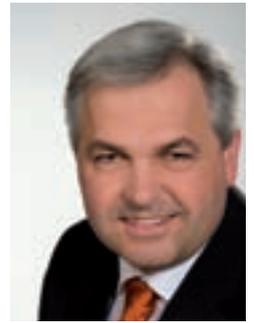
Ich selbst habe dann bekannte Unternehmer, z.B. eine selbstständige Optikermeisterin zu unserem Treffen eingeladen. Diese hat zuerst genauso wie ich nach Gründen gesucht, nicht teilzunehmen. Doch meine Überzeugungskunst war stärker! Und jetzt, nachdem sie seit 3 Monaten dabei ist, kann Sie sich ihre Unternehmertätigkeit ohne BNI nicht mehr vorstellen!

Gerne stelle ich Ihnen meine Bekannte bei unserem Schnuppertag vor, dann können Sie sich selbst davon überzeugen, dass ich hier die Wahrheit ohne Übertreibungen schreibe.

Anbei finden Sie die Einladung zu dem erwähnten Schnuppertag bzw. Schnuppermorgen. Ich rechne fest mit Ihnen!

Bernd Kaiser

P.S. Zur Überschrift noch folgendes: 60 Sekunden deshalb, weil Sie sich in dieser Zeit allen Teilnehmern vorstellen können (und natürlich noch anschließend in Einzelgesprächen).



Herausforderung für Hausverwaltungen, die für die Einhaltung dieser Verordnung sorgen müssen. Und hier beginnt eine Netzwerk-Geschichte, die ihren Anfang vor 20 Monaten nahm.

Passende Lösung bringt Erfolg

Über die Einladung zu einem Beratungsgespräch bei einer Münchner Hausverwaltung freute sich Thomas Boekhoff sehr. Er staunte nicht schlecht, als er beim Beratungsgespräch seine Visitenkarte schon auf dem Tisch vorfand. Das 20 Monate alte Empfehlungsschreiben hatte ihm die Tür geöffnet. Mit seinem Angebot, die 290 qm Kriechspeicher-

boden in einem Tag mit einer hochwertigen neuen Isolierschicht aus hochverdichteter Zelluloseeinblasdämmung zu versehen, überzeugte er. Kein vergleichbares Angebot brachte das gleiche Kosten-/Nutzenverhältnis in Sachen Wärmeschutz, Schallschutz und Heizkostenersparnis bis zu 35 %. Wen aus Ihrem Chapter wollen Sie mit einem Brief an Ihre Geschäftskontakte empfehlen?

Thomas Boekhoff
Chapter IRIDIUM, München
T: +49(0)-173-7116210
info@enertherm.de

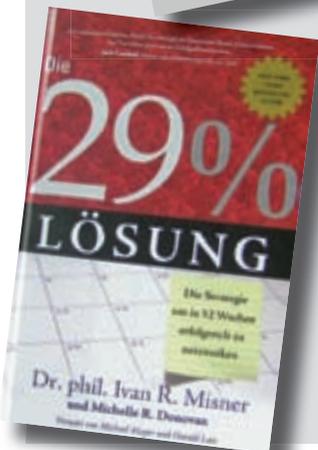
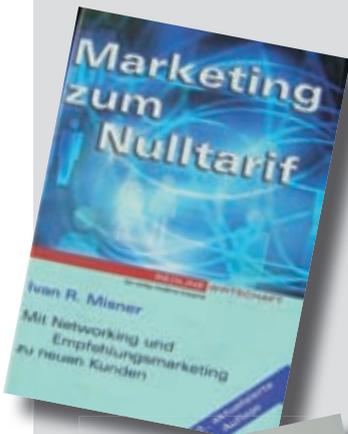
Handwerkszeug vom Profi

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



Paderborn

Die größte Empfehlung, die ich jemals hatte

Wie die Paderborner ihr Ding durchzogen

Es begann mit einer Grippe: Im April 2009 war ich mit meiner Familie im Urlaub in der Schweiz, musste aber auf Grund einer Grippe für zwei Tage das Bett hüten. Eine gute Gelegenheit, endlich einmal in aller Ruhe zu lesen.

Dazu gehörte auch das Buch »Marketing zum Nulltarif« von Ivan Misner. Ich hatte schon viele Marketingbücher gelesen, aber das schien mir doch »zu schön, um wahr zu sein«. Jedenfalls ließ mich das Thema BNI ab dann nicht mehr in Ruhe. Mein erster Live-Kontakt war die Gründung des Chapters PRINZIPAL in Münster. Ich war überwältigt! Mehr als 130 Unternehmer morgens um 6:30 Uhr auf den Beinen – in Münster! Ein Hammer! Ich bin Dr. Ulrich Gausmann, Ruhestandsplaner, spezialisiert auf die Beratung von Führungskräften, wie Geschäftsführern, Vorständen, leitenden Angestellten und von Freiberuflern.

Das will ich auch ...

... in Paderborn. Nach dem Partnerdirektoren-Training ging es nach dem gelernten System mit dem »INIT 1« (Initiatoren-Treffen 1) am 11.10.2010 los. Durch meine gute Vernetzung vor Ort gelang es mir sehr schnell, ca. 15 Unternehmer zur Teilnahme zu bewegen. Schon bald schälten sich die berühmten »Leuchttürme« – besonders engagierte Teilnehmer – heraus. Mit dem Wechsel in den Frühstücksmodus kam die nächste Hürde: Der Wecker klingelte um 5:00 Uhr, statt wie bisher um 6:30 Uhr. Das war für mich eine ernste Herausforderung. Erst als ich mir sagte: »Du hast einen sehr wichtigen Termin mit mehr als einem Dutzend Unternehmern, und da musst du fit sein«, da ging es auf einmal wie von selbst. Die »Leuchttürme« begannen aktiv zu werden und Besucher mitzubringen und so waren wir nach dem INIT 3 elf Bewerber. Der erste Meilenstein war genommen. Nach nur sieben Treffen waren 23 Unternehmer/innen »an Bord«.

Nach der Pflicht,

nun zur Kür: unsere Gründungsveranstaltung war vorzubereiten. Mit den Vorlagen und der Erfahrung von 25 Jahren war es

für die Gruppe einfach. Sie nahm ihr Geschick zunehmend in die eigenen Hände. Und noch etwas Persönliches: Ich musste lernen loszulassen und Teilaufgaben zu delegieren – erst als ich es umsetzte, fiel die Last zunehmend ab und es entwickelte sich TeamWORK. Am 04.02.2011 – unserem Gründungstag – kamen um 6:15 Uhr die ersten Besucher. Schnell bildete sich eine lange Schlange an den Anmeldungen. Doch gemeinsam sind wir stark und jeder übernahm einen Teil der Aufgaben. Sage und schreibe 150 Unternehmer (!) hatten wir zu Besuch – ein absoluter Knaller. Manche Besucher staunten die berühmten Bauklötze. »Eine verrückte Truppe seid ihr ja, aber ihr gefällt mir« oder »Das ist ja der Hammer«, war zu hören. Die Presse berichtete in großen Artikeln, und um 6:30 Uhr hatte ich bisher auch noch kein Radio-Interview gegeben.

Das Ergebnis

Der verdiente Lohn waren 7 Bewerbungen an diesem Morgen. Als ich gegen 11:30 Uhr in mein Büro kam, war das Fax voll! Nochmals Bewerbungen im zweistelligen Bereich. Inzwischen ist es bei uns am Freitagmorgen ziemlich voll, zuletzt zählten wir fast 50 Unternehmer im Raum. Und mit jetzt 37 Mitgliedern wird das Chapter LIPPE in Paderborn wohl in Kürze »ausgebucht« sein. Eines ist für mich schon jetzt klar: Zahlen fallen nur ins Gewicht, wenn Kombination sie vereint und Kenntnis sie leitet. Seit der Gründung haben wir 194 Empfehlungen getauscht, Dankeschön-Karten im Wert von 29.000 Euro zurückgegeben und 29 weitere Besucher begrüßt. Ganz nebenbei werden aus Geschäftspartnern auch Freunde – was will man da mehr, oder?

Dr. Ulrich Gausmann
Chapter LIPPE, Paderborn
T: +49-(0)171-6394100
info@gvb-team.de





Sie haben einen Raum – mehr oder weniger gut geschnitten
– aber – mal ehrlich – sieht doch irgendwie fad aus ...

Best practice

Nürnberg

BNI macht tRÄUME wahr ...!

Um meine kreative Ader leben zu können, wagte ich 2008 den Schritt in die Selbständigkeit und brachte nach dem Fernstudium der Raumausstattung und Innenarchitektur mein Unternehmen tRÄUME Einrichtungsberatung an den Start. Nachdem ich einiges an »Lehrgeld« für Zeitungsanzeigen usw. bezahlt hatte, wurde ich zum BNI-Frühstück eingeladen. Meine Netzwerker-Lei-denschaft war geboren ...

Die erste 60-Sekunden-Präsentation
– ein peinliches Gestammel unzusammenhängender Wortketten. Doch die Trainings, die regelmäßige Übung, der regelmäßige Anspruch, den richtigen Inhalt gekonnt zu platzieren – all das ließ mich wachsen.

Die Chance für seltene Branchen: Cross-Chaptern

– also andere Chapter oder Workshops zu besuchen, ist gerade in meiner seltenen Branche ein großer Gewinn. Zum einen kann ich für ein großes Gebiet meinen Kunden den Mehrwert bieten, ihnen Firmen wie Schreiner, Elektriker, Trockenbauer usw. zu vermitteln, die meine Umgestaltungsvorschläge ausführen. Zum anderen kann ich gezielt Unternehmern mein Gespür für Farben, Formen und Proportionen für das Einrichten von gewerblichen wie privaten Räumlichkeiten nahebringen. Wenn ich ein Chapter zum ersten Mal besuche, nutze ich die »Bühne BNI«: Ich stelle mich ganz in schwarz gekleidet als »Raum« zur Schau und statte diesen Stück für Stück aus ... Das ist Sprechen in Bildern – das belebt die Sitzung und bleibt im Gedächtnis. Zeitungsanzeigen sind für mich Vergangenheit – dank BNI!

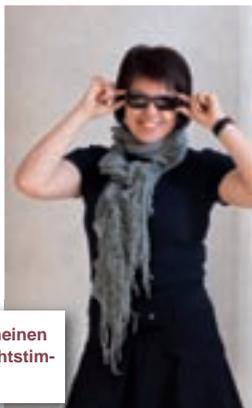
Jetzt blicke ich auf 9 Monate Moderation als Chapter-Direktorin im SIGENA-Chapter in Nürnberg zurück. Wenn ich andere Netzwerktreffen besuche, habe ich nie Probleme, Anschluss zu finden, ins Gespräch zu kommen.

Astrid Fuchs
Chapter SIGENA, Nürnberg
T: +49-(0)176-82156577
astrid.fuchs@t-raeu.me

Ich helfe Ihnen, ihn mit Wohntextilien aufzupeppen – das können Gardinen, Teppiche, neue Bezüge und dergleichen sein.



Ein ganz großes Augenmerk liegt in meinen Beratungen auf unterschiedlichen Lichtstimmungen im Raum.



Ganz viel erreicht man mit kontrastreichen Farbkonzepten ...



Enorm wichtig – vor allem für die Frau – ist das Einplanen ausgeklügelter Stauraumkonzepte!



Bei mir erhalten die Kunden pfiffige Lösungen für störende Elemente – das kann z.B. das Verstecken des »Hauptsicherungskastens« sein.



Bei umfangreicheren Renovierungen kommt es schon auch mal vor, dass ich Trennwände oder den Einbau eines Podests vorschlage ...



Netzwerk-Wissen

Reden ist Silber ...

... Schweigen wäre oft Gold! Wissen Sie, was passiert, wenn Netzwerk-Teilnehmer nicht miteinander, sondern übereinander reden? Gewaltiger Mehraufwand für alle Beteiligten und oft auch für informelle Verantwortliche innerhalb der Gruppe.

Punkt 3 des BNI Ehrenkodex

Ich werde gegenseitiges Wohlwollen und Vertrauen sowohl unter den BNI-Mitgliedern als auch zwischen den BNI-Mitgliedern und den von Ihnen empfohlenen Interessenten fördern.

Es »menschelt«

Wenn verschiedene Menschen aufeinandertreffen, dann ist es nicht nur harmonisch. Eine unbedachte Mail mit emotionalem Unterton, ein nicht klar formulierter Vorwurf und schon brodelt es in Netzwerkgruppen. Das Gute an Mundpropaganda ist: Menschen reden darüber.

Das Schlechte an Mundpropaganda ist: auch darüber reden Menschen. Die Herausforderung dabei: Jedes Dementi verstärkt die Gerüchte noch. Psychologen der Kellogg School of Management und der Stanford Business School haben dieses Phänomen im Internet erforscht. Die Erkenntnis: Widerlegungs-

versuche brechen dort selbst Giganten wie Coca Cola das Genick. Seit Jahren dementiert der Konzern Gerüchte über die angebliche arabische Bedeutung der Marke.

Unser Tipp:

Halten Sie sich an den BNI-Ehrenkodex und unterlassen Sie in Ihrer Netzwerkgruppe alles, was nicht das Vertrauen aller Beteiligten stärkt. Positives Feedback geben Sie offen in der Gruppe. Negatives Feedback im persönlichen 4-Augen-Gespräch. Das hilft allen und ist ein großer Vorteil von Netzwerkgruppen.

Achtung:

Wenn ein persönliches Gespräch mit dem Betroffenen bei Termin-, Qualitäts- oder Preisproblemen nicht hilft, melden Sie ernsthafte Verstöße schriftlich dem Ansprechpartner im Mitgliederausschuss!

Die wichtige Qualitätsfrage in Netzwerkgruppen

Das Geheimnis versteckter Elemente

Es kommt vereinzelt vor, dass wichtige Punkte der BNI-Tagesordnung weggelassen werden. Das ist meistens keine böse Absicht, aber oft ein Zeichen, wie wichtig – gerade auch – versteckte Elemente sein können. In den über 25 Jahren, in denen Unternehmer am Marketingsystem von BNI arbeiten, wurde mehr verpackt als man sich im ersten Moment vorstellen kann.

»Sagen Sie mir eine Sache ...

... die Ihnen heute am Meeting besonders gefallen hat?« ist so ein verstecktes Element. Dabei ist es wichtig, die Frage exakt so zu stellen. Warum? Die Antwort sagt dem Führungsteam, wie Außenstehende Ihr Chapter wahrnehmen und bewerten. In einem gut funktionierenden Chapter werden Sie bei jedem Meeting andere Antworten bekommen. Menschen sind unterschiedlich. Dem einen gefällt die Stimmung, dem ande-

ren die Umsätze, dem nächsten das strukturierte Vorgehen, wieder einem anderen die unterschiedlichen Berufssparten ... die Aufzählung kann noch beliebig weitergehen.

Das Warnsignal!

Sollten Ihre Besucher jede Woche die gleiche Antwort geben, dann sollten Sie da genau hinschauen. Haben Sie den Fokus wirklich noch auf dem richtigen Thema? Wenn immer nur kommt – »tolle Präsentationen« oder »super Stim-



mung«, dann ist es für die Verantwortlichen an der Zeit, zu handeln. Besonders ernst sollten Sie die Situation nehmen, wenn dabei noch von einzelnen Mitgliedern Unzufriedenheit mit den Umsätzen ausgesprochen wird. Wahrscheinlich hat Ihr Chapter den Fokus auf Empfehlungen bzw. Geschäft verloren, vielleicht täte wieder etwas mehr unternehmerische Disziplin gut oder, oder ... Fragen Sie in diesem Fall doch einfach mal Ihren betreuenden BNI-Direktor, ob er helfen kann.



Zwei Schlüsselstrategien

Besser werden mit System

Von Ivan Misner und Stephan K. Galleitner

Erwischt! Sie gehören zu den 98 % der Unternehmer, die in Empfehlungen den besten Weg zu neuem Geschäft sehen. Diese Netzwerkzeitung halten Sie in aller Regel nur dann in der Hand, wenn Sie aktiv eine Netzwerkgruppe von BNI besucht haben. Viel spannender für Sie ist aber, dass Sie zu den 3 % gehören, die sich auf den Weg machen, eine Strategie einzusetzen, um mehr Empfehlungen zu bekommen. Nehmen Sie heute einfach die beiden wesentlichen Schlüsselstrategien auf dem Weg zum Meister des Empfehlungsmarketings mit. Die richtige Anwendung dieser beiden Schlüsselstrategien spart Ihnen richtig Zeit!

Schlüsselstrategie 1:

Ihr Kontaktnetz

Wie viele Kontakte Sie auch immer haben, die Anzahl ist nur ein Faktor. Die wesentliche Frage ist: »Wer bringt Sie weiter und warum wird er das auch tun?« Die Antwort auf diese Frage dürfen Sie ab jetzt gestalten und das ist der erste Schlüssel. Wenn wir hier von Strategie für Mundpropaganda sprechen, dann sprechen wir auch von dem Gedanken eines Mundpropaganda-Marketing-Teams. Marketing ist, ganz einfach gesagt, die Lehre von allen Dingen, die mit dem Absatz von Produkten und Dienstleistungen zu tun haben. Dieses Team soll Ihnen mehr Geschäftsgelegenheiten verschaffen. Auch wenn Sie Teilnehmer einer großen Netzwerkgruppe sind, sollten Sie bei der Auswahl Ihres tatsächlichen Mundpropaganda-Marketing-Teams sehr anspruchsvoll sein. Zu diesen Menschen sollten Sie wirklich eine tiefe Beziehung aufbauen.

Mundpropaganda-Marketing-Team im BNI-Chapter

Im Marketingsystem von BNI wirkt dieser Schlüssel im Powerteam. Die Idee hinter dem Powerteam ist es, nicht einfach bestimmte Berufsgruppen zusammenzuführen, sondern um ein Thema ganz besondere natürliche Multiplikatoren zu versammeln. Die können dann eigentlich gar nicht anders, als Sie weiterzuempfehlen, da sie Ihre Dienstleistung oft brauchen, um die eigene Dienstleistung perfekt und vollständig zu machen. Ihr Angebot darf die Leistungen der anderen Teilnehmer ergänzen. Damit der Schlüssel wirklich passt, ist es Ihre Aufgabe, die anderen von Ihrer Qualität, Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit zu überzeugen.

Unser Tipp:

Ob in einem Netzwerk oder in Ihrer persönlichen Kontaktdatenbank (Kunden, Zulieferer, Partner) finden Sie ein Thema, das dieses Mundpropaganda-Marketing-Team verbindet. Je genauer Sie diese Verbindung beschreiben können, umso schneller werden Sie erleben, dass das Marketing-Team funktioniert und Sie müssen sich auf der gleichen Ebene bewegen. Die Themen »Event«, »Gesundheit«, »Bau« sind oft zu allgemein für Ihre besondere Leistung. »Hochzeit«, »Schmerzen« oder »Altbausanierung« beinhalten schon eine viel genauere Definition der potentiellen Kunden, da sie viele »Zeitdiebe« ausschließen können.



Fotos: Lydia Segginger



Schlüsselstrategie 2: Botschaft und Übermittlung

Der erste Schlüssel bringt ohne den zweiten keinen Erfolg. Wenn Sie mit Ihrem Mundpropaganda-Marketing-Team ein gemeinsames Thema gefunden haben, dann müssen Sie diesem Team auch wirklich gute Gründe an die Hand geben, Sie weiterzuempfehlen. Mit der Gewichtung 60 %, 30 % und 10 % der Themen Bekanntheit (Wie bekannt sind Sie?), Wahrnehmung (Was ist Ihr Image?) und Kompetenz (Welchen Nutzen bieten Sie?) wurde Anfang der 80er Jahre bei einer IBM Studie vereinfacht der Erfolg von Unternehmen beschrieben. Der erste Schlüssel richtet sich auf die Bekanntheit, der zweite auf Ihr Image, nur alle drei Schlüssel zusammen öffnen Türen. Was ist die Emotion, die andere von Ihnen mitnehmen sollen? Warum sind gerade Sie in diesem Business tätig, was ist Ihre tiefe persönliche Motivation? Vergessen Sie nie: Die Grundlage positiver, sympathischer, zwischenmenschlicher Beziehungen sind IMMER Emotionen. Damit andere Ihre Botschaft gerne transportieren, verpacken Sie sie positiv und sympathisch!

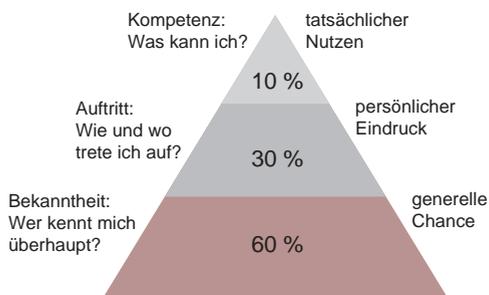
Positive Botschaft im BNI-Chapter

»Wir machen Ihre Webseiten gut und Sie machen Ihren Job gut«, »Ich bin der Mauerflüsterer, ich liebe alte Häuser.«, sind typische sympathische positive Botschaften, die Sie jede Woche in BNI-Chaptern hören können. In Ihren 60-Sekunden-Präsentationen ist der Platz, um wöchentlich eine sympathische positive Botschaft zusammen mit neuen Themen, Fakten und Nutznießern zu platzieren.

Unser Tipp:

Fragen Sie Ihre Chapter-Kollegen nach einem Feedback und arbeiten Sie gezielt an Ihrer positiven sympathischen Botschaft.

Wichtige Faktoren für den Unternehmenserfolg



Über das Referral Institute

Die Leichtigkeit in der Neukundenakquisition ist Kernkompetenz des Referral Institutes. UnternehmerInnen entwickeln im Certified Networker® Program ihren individuellen Plan für strategische Mundpropaganda™ – damit Empfehlungen nicht mehr dem Zufall überlassen, sondern strategisch geplant und erwartet werden.

www.referralinstitute.at

Über Stephan K. Galleitner

Sein Leben ist der Vertrieb und das so fair und clever wie möglich. Win-win-Situationen entstehen nur durch positive menschliche Kontakte. Seit 2009 ist er in München Ansprechpartner und Master-Trainer des Referral Institutes, um Unternehmern zu mehr Erfolg durch positive Mundpropaganda zu verhelfen.

Stephan K. Galleitner
T: +49-(0)172-8176242
skg@referralinstitute.de



Ergebnisse mit Hand und Fuß brauchen Zeit!

Mit Netzwerken ist es wie mit Kindern ...

... sie aus der Taufe zu heben, geht schnell, ihre Entwicklung braucht Zeit, Liebe und Energie, auf nachhaltige Ergebnisse dürfen wir oft länger warten als wir denken. Wenn Sie sich schon gefragt haben, wieso Ihre Ergebnisse nach den ersten Jahren noch nicht so sind, wie Sie erwarten, machen Sie sich doch mit uns auf die Suche nach den Ursachen.

Eine Schwangerschaft dauert 9 Monate

Gut vernetzte Unternehmer können eine Netzwerkgruppe über Nacht aus dem Boden stampfen. Sie haben dann eine Gruppe von weiteren engagierten Unternehmern, die ein gemeinsames Ziel verfolgen. Doch oft ist den »Eltern« dann gar nicht klar, wie sie mit der Situation, den Teilnehmern, den Formalismen umgehen sollen.

Eine Schwangerschaft dauert 9 Monate und das hat seinen guten Grund: Alle Beteiligten müssen sich erst an die neue Situation gewöhnen. Das Nest muss gebaut werden, die Aufgaben klar verteilt werden und Verantwortungen übernommen werden. In der Realität ist das bei Netzwerkgruppen genauso. Netzwerk-Systeme und Leitfäden können helfen, ersetzen aber nicht die Zeit, die zum Reifen notwendig ist. Wissenschaftlich wird das oft als gruppendynamischer Prozess beschrieben und egal, wie erfolgreich Ihr Netzwerk von

Unser Tipp:

Schenken Sie auch Ihrer Netzwerkgruppe zuerst 9 Monate, bevor Sie überhaupt eine Erwartung haben.

Anfang an ist, Sie werden diese Prozesse durchlaufen müssen, mit allen Rückschlägen, die dazu gehören.

Das Kind ist da, und dann?

Falls Sie Eltern sind: Können Sie sich noch erinnern, wie die ersten 12 Mona-

Der kleinste gemeinsame Nenner für Netzwerkgruppen:

1. Regelmäßige Anwesenheit
2. Pünktlichkeit
3. Mehr geben, als nehmen (»Wer gibt, gewinnt!«)
4. Trainieren der Fähigkeiten

te waren? Schwangerschaft und Geburt sind überstanden und das Kind ist gesund. War dann alles so, wie Sie es sich vorher vorgestellt haben?

Haben sich gleich alle in ihre Aufgabe eingefunden? Kind, Mutter und Vater haben perfekt harmoniert, die Nächte durchgeschlafen, den notwendigen gegenseitigen Respekt erbracht, klaglos alle Aufgaben in den bisherigen Alltag integriert? Wenn ja, Glück gehabt!

Im Netzwerk wird das heißen: Die gemeinsame Arbeit beginnt. Mit der Geburt ist oft alles anders. Sie dürfen in Ihren bisherigen Workflow neue Bereiche integrieren, die Partner besser kennenlernen, beschnuppern, Eigenheiten erkennen, pflegen und zum Vorteil der Gemeinschaft einsetzen – Sie dürfen das neue Kind »pampern«. Für einige Zeit wird es zum absoluten Mittelpunkt werden und Ihnen wirklich alles abverlangen, inklusive schlafloser Nächte, Nahrungsbeschaffung und Küschelstunden.

Unser Tipp:

In den Monaten 9 bis 21 ergibt es durchaus Sinn, wirklich viel Energie in die Bedürfnisse Ihrer Netzwerkgruppe hineinzustecken: Da sein, Zusagen einhalten, 4-Augen-Gespräche führen. In dieser Zeit ist das Motto »Wer gibt!« die Grundlage. Freuen Sie sich über jedes Lächeln, jede positive Reaktion und auch über den kleinsten Erfolg, den Sie erleben.

Den Alltag gestalten

12 Monate nach der Geburt krabbeln die meisten Babys schon, sind kurz davor, zu laufen. Die Tage bestehen nicht nur noch aus Schlafen und Nahrungsaufnahme, sondern erste eigenständige Reaktionen zeigen Erfolge unserer Bemühungen.

Spätestens jetzt ist es an der Zeit, sich klare Regeln für den Familienalltag in Erinnerung zu rufen. Rituale machen das Leben in der Gemeinschaft leichter. Sie funktionieren aber nur, wenn sie von allen Beteiligten eigenverantwortlich vorgelebt werden. Halten Sie sich (noch immer) an die Regeln in Ihrer Gemeinschaft?

Zuverlässigkeit und Disziplin werden jeden Tag auf den Prüfstand gestellt. Gut für alle, die diese gemeinsamen Regeln schon während der Schwangerschaft definiert und in ihren Alltag integriert haben. Für alle anderen Familien ist das die Zeit, um gemeinsame Regeln zu definieren, einzuführen und mit Leben zu füllen.

Jetzt können Sie auch langsam aber sicher erste wirkliche Ergebnisse erwarten. Das Kind beginnt zu laufen, zu sprechen und seine eigene Welt zu entdecken. Je klarer die Struktur in der Familie bisher war, umso höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass das Kind sich einfach in diese Gemeinschaft und die Gegebenheiten integriert. Die »Zeit des reinen Kümmerns« wird weniger und selbst Ungeduldige dürfen sich jetzt über gewünschte Ergebnisse freuen, wenn das Kümmern mit der notwendigen Zeit, Liebe und Energie perfekt erfüllt wurde.

Unser Tipp:

Wenn Sie sich weder in der Schwangerschaft, noch in den ersten 21 Monaten auf klare Regeln und Verantwortlichkeiten einlassen konnten und noch nicht die gewünschten Ergebnisse sehen können, dann tun Sie das spätestens jetzt.





Powerteam im Bahnhof

Im Herbst 2010 konnte Heinz Frischknecht (Chapter ULME) im Auftrag der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) eine komplette Heizungssanierung im Bahnhof Wetzikon durchführen. Da er bereits das ganze Bahnreisezentrum Wetzikon für die SBB umbauen durfte, wurde ihm die Organisation und Durchführung der Sanierung übertragen.

Powerteam aus drei Chaptern

Aus dem Chapter ULME wurden folgende BNI-Mitglieder mit der Ausführung der Sanierungsarbeiten betraut: Bernhard Rüegg, Reichmuth & Rüegg Metallbau, Laupen; Bruno Pauli, Elektro Bretscher AG, Küsnacht; Roland Gammeter, Bodenbeläge, Meilen; Isi Jasharaj, Gipser- und Malerarbeiten, Stäfa; Danijela Kalinovic, barrientos reinigungen und Christian Barth, Baumeister, Forch (ehemaliges Mitglied). Ebenfalls Teil des Powerteams waren folgende Personen: Andi Ilg, Schreiner, Zollikerberg (Chapter ZOLLIKERBERG); Roland Blumer, Heizungsinstallationen, Kloten und Roland Blumer, Bohrarbeiten, Kloten (beide Chapter BALS-

BERG): Eberhard & Schnider AG, Jona und Schneebeli Metallbau AG, Zürich (beide Besucher im Chapter ULME).

Ein Dankeschön für den tollen Einsatz

Alles in allem wurde ein Netto-Umsatz von rund CHF 100'000 erzielt. Auch kleinere Aufträge müssen gut koordiniert und engagiert durchgeführt werden. Ich danke an dieser Stelle allen beteiligten Unternehmern für den tollen Einsatz und die hohe Fachkompetenz.

Heinz Frischknecht
Chapter ULME, Rapperswil-Jona
T: +41-(0)44-7931790
hf@architektur-frischknecht.ch

Das Paket muss passen

Ohne eine Selektion dürfen auch die Schweizerischen Bundesbahnen keine Direktaufträge erteilen. So muss immer eine genügende Anzahl Offerten von ausgewiesenen Fachleuten zum Vergleich vorliegen. Es war selbstverständlich, dass ich durch meine BNI-Kontakte die entsprechenden Unternehmer zur Offertstellung einlud. Aufgrund meiner dreijährigen Erfahrung mit BNI wusste ich, dass BNI-Mitglieder durchaus ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis anbieten.

BNI hilft, Einwanderer zu integrieren

Jesper Olsen ist seit zwei Jahren BNI-Mitglied im Chapter ULME in Rapperswil-Jona. Seine Mitgliedschaft bei BNI hat wesentlich dazu beigetragen, dass er als Einwanderer aus Fakse Ladeplads / Dänemark in Zürich / Schweiz geschäftlich als Webagentur wie auch privat schnell Fuss fassen konnte.

Wer als Ausländer ...

... in die Schweiz kommt, hat es nicht immer leicht. Vor dreieinhalb Jahren ist Jesper Olsen von Dänemark in die Schweiz eingewandert. Durch Heinz Frischknecht (Chapter ULME) auf BNI gestoßen, wurde ihm klar, welche großartige Plattform sich ihm bot, um Kontakte mit Schweizerinnen und Schweizern zu knüpfen und die Landessprache zu üben. Das Konzept von Toweb GmbH passt natürlich auch perfekt zu BNI, mit seiner klaren und übersichtlichen Struktur, dem unschlagbaren Preis-/Leistungsverhältnis sowie dem Slogan »Wir machen Webseiten und Sie, Sie machen, was Sie gut können«.

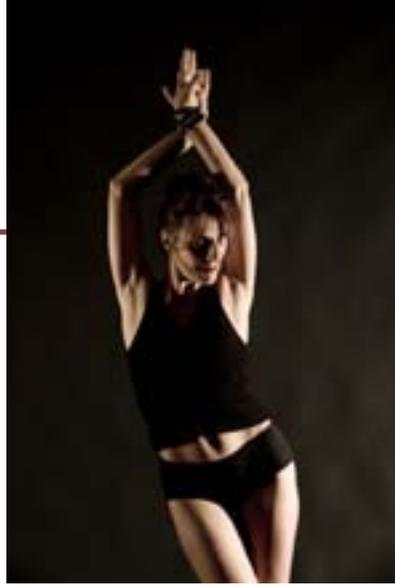
Aktives Mitmachen verhilft zum Erfolg

Jesper Olsen war sich schnell bewusst, dass ein aktives Mitmachen im Chap-

ter viel zum geschäftlichen Erfolg beitragen kann. Mit Heinz Frischknecht als Sponsor und Nico Lundgreen in der Funktion des Partnerdirektors hatte er zudem zwei erfahrene BNI-Männer zur Seite, die ihn tatkräftig unterstützten. Er ergriff die Chancen, die ihm BNI bot. Bereits im ersten Jahr seiner Mitgliedschaft konnte er 47 neue Kunden gewinnen. 2010 war er vier Monate in Folge Empfehlungs-Champion in ganz D-A-CH. Pro Meeting durfte er im Schnitt 1,5 Empfehlungen abgeben und deren 0,93 empfangen. Zudem glänzt Jesper Olsen mit den meisten 4-Augen-Gesprächen im Chapter ULME. Er ist BNI dankbar für die tolle Unterstützung: »Keep up the amazing work!«.

Jesper Olsen
Chapter ULME, Rapperswil-Jona
T: +41-(0)43-4885342
Jesper.olsen@toweb.ch





Lydia Segginger, die BNI-Fotografin dieses Heftes

Ein robuster Einzelbaum im eindrucksvollen Eichenhain

Fotografieren – »easy« – kann jeder, kochen auch, doch nicht jeder ist deswegen ein Koch. Fotografie ist für mich eine Lebensphilosophie. Respektvoll beobachten, verschiedene Sichtweisen erkennen, mich persönlich mit dem zu fotografierenden Objekt auseinandersetzen, mich in einen Zustand frei von Wertungen begeben, dann visualisieren und fotografisch sichtbar machen.

Den Auslöser zu betätigen, heißt, Verantwortung für die gemachten Bilder zu übernehmen. Ob Architekturaufnahmen, Porträts, Fotostudienreisen, Fotoprojekte, Workshops, ich liebe meine Tätigkeit, mag es, mit Menschen zu arbeiten und ihnen mit Hilfe meiner medialen Fähigkeiten erweiterte Lebenssichtweisen aufzuzeigen. Ein respektvoller Umgang mit meinen Kunden gehört zu meinem Schaffen wie Licht und Schatten.

Die offene Tür des Chapters EICHE

Es hat Überzeugungskraft gebraucht, mich als Mitglied zu gewinnen. Das Chapter EICHE hat dies geschafft. Das Urwort für Eiche ist »Duir«, das sich im Laufe der Zeit zu »Tür« gewandelt hat. Die Bäume bilden riesige Haine oder wachsen als stämmige Einzelbäume und sind Sinnbild purer Lebenskraft und Stärke. Ich bin durch die offene Tür des Chapters EICHE getreten, weil ich mich mit dieser »Eiche« sehr gut identifizieren kann.

60 Sekunden können ganz schön lang sein

Bei meinen ersten 60-Sekunden-Präsentationen kam ich mir vor, wie wenn ich durch eine Kamera schaue, bei welcher der Objektivdeckel noch drauf und eine Langzeitbelichtung eingestellt ist: Blackout! Das hat mich ziemlich verwirrt, da ich es gewohnt bin, vor Men-

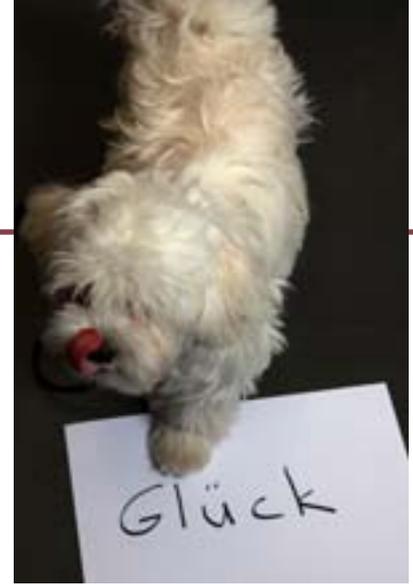
schen zu sprechen. So nahm ich in Gedanken den Objektivdeckel ab, setzte ein Weitwinkelobjektiv ein, um meine Chapterkollegen im Blickfeld zu haben und mir in diesen 60 Sekunden ein Bild von der Situation zu machen. Die Kamera (mich) wieder im Griff zu haben, war ein gutes Gefühl. In meinen 60 Sekunden kommuniziere ich jetzt in *meiner* Bildsprache, zeige Fotos, spreche aus dem Bauch heraus, improvisiere und bin vor allem authentisch. An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an meine geduldigen Chapterkollegen. Black is out, Light is on! Freude bereite mir kürzlich Hansruedi Kathriner (Parkett & Bodenbeläge). Er nahm in seiner 60-Sekunden-Präsentation Anlauf, um mit Schwung auf dem Parkett dahinzugleiten und dem schönen Holzboden zu huldigen. Das Bild von ihm, kniend und mit leuchtenden Augen, wird mir positiv in Erinnerung bleiben und auch, für welche Dienstleistung Hansruedi steht. Visualisierung pur!

Seien Sie neugierig

Nehmen Sie die Neugier bei sich wahr und machen Sie sich selber ein Bild von meinem Schaffen. Mit einem Lachen – metemene Lache ...

Lydia Segginger
Chapter EICHE, Luzern
T: +41-(0)41-2403260
info@foto-focus.ch





Auftaktveranstaltung in der Region Stuttgart-Ulm

Neujahrbrunch

Zum 5. Mal hat am 22.01.2011 die chapterübergreifende Auftaktveranstaltung der BNI-Region Stuttgart-Ulm stattgefunden. Über 100 Netzwerker haben an diesem Samstag von 10:00 bis 15:00 Uhr den Neujahrbrunch genossen – und 15 Kinder von 1½ bis 13 Jahren waren auch dabei!



Chapterübergreifende Veranstaltungen

bringen den BNI-Mitgliedern Mehrwert:

- neue Kontakte kennenlernen
- bestehende Kontakte in angenehmer Umgebung pflegen (ohne Agenda, einfach nur gut essen und netzwerken)
- die Familie teilhaben lassen
- neue Kooperationspartner kennenlernen
- eigenes Vertreterteam weiter ausbauen
- und natürlich für alle in seltenen Berufskategorien: neue potentielle Kunden treffen



Dieses Jahr

gab es etwas Besonderes: Der Fotograf Ralf Heikaus hat sich gerade zum Motto gemacht, Menschen auf ihrem Lebensweg zu begleiten. So auch die BNI-Mitglieder in der Region. Was wollen diese, was ist ihnen wichtig, was wünschen sie sich für 2011? Jeder der Anwesenden hatte die Möglichkeit, seine Wünsche, Ziele, Herzensangelegenheiten alleine oder mit Partner fotografieren zu lassen – freiwillig und kostenlos. Interessant ist, was den Mitgliedern in der Region wirklich wichtig ist. Es ist schön, diese Art von Wünschen zu lesen und zu wissen, dass es bei BNI sehr menschlich zugeht. Danke an alle Teilnehmer, danke an Ralf Heikaus von <http://www.heikausfoto.de/>



Schlaglichter

Würzburg zeigt Flagge auf Briefen

BNI sichtbar machen



Mit dem richtigen Produkt, den richtigen Kontakten richtig punkten

Als die Träume laufen lernten

Spätestens mit den neuen Smartphones gibt es im WorldWideWeb einen klaren Trend: bewegte Bilder. Eine Chance, die scheinbar für kleine und mittelständische Unternehmen nur schwer zu nutzen ist, denn klassisch produziert können Filme richtig teuer sein. Rene Tzschoppe aus Berlin hat sein Geschäftskonzept genau um dieses Klientel aufgebaut und mit BNI in neun Monaten 50 % Mehrumsatz erzielt.



Seit Anfang Dezember 2010 frankiert die BNI Region 38 in Würzburg alle geschäftlichen Briefe an BNI-Teilnehmer, Gäste, Partner und Freunde mit dem BNI-Logo.

Schnell war die Neugier der Mitglieder geweckt, »Wie machen die das?« Frei nach dem Motto »Think Global, Act Local« wird die Post der Region von einem regionalen Dienstleister übernommen, der bietet dabei die Möglichkeit, das Logo als »Briefmarke« zu nutzen.

Manchmal ist es einfacher als man denkt, den Bekanntheitsgrad zu steigern. Der positive Effekt: »Es wurde uns bestätigt, dass unsere Briefe mehr auffallen«, meint Wolfgang Thoma, verantwortlicher BNI-Ansprechpartner in der Region, »... der Brief mit der BNI-Briefmarke.«



Grünes Licht für mehr Bekanntheit von BNI!
Foto: Lydia Segginger

Gutes muss nicht teuer sein

Ein Werbefilm ist dann gut, wenn er erreicht, was er verspricht. Das gilt auch für ein Netzwerk. In Sachen Netzwerk schwört Rene Tzschoppe seit Juli 2010 auf BNI. Überzeugt haben ihn neben den BNI-Teilnehmern vor allem die hohe Verbindlichkeit im Netzwerk und die in Berlin angebotenen Trainings. In einem seiner ersten Treffen als Mitglied hat er gleich sechs Empfehlungen weitergeben können. »Es war mir klar, dass man erst gibt, bevor man bekommt.«

Seitdem bekommt er auch regelmäßig Empfehlungen. Seine Firma produziert HD-Videoportagen und vermarktet diese gezielt, regional oder überregional bei Google. Das Besondere ist die Bezahlung. Die erfolgt nämlich nur im Erfolgsfall und zwar erst dann, wenn ein Interessent die Werbung wirklich gesehen hat.

Am Ende zählen Ergebnisse

Insgesamt hat Rene Tzschoppe bisher 28 Empfehlungen bekommen und 46 Empfehlungen gegeben. Wenige Wochen nach seinem Eintritt übernahm er eine Aufgabe als Besucherbetreuer und wird in der nächsten Periode gleich das Chapter moderieren. Von Anfang an hat er sich Kontakte auch in anderen Chapters aufgebaut und das nicht nur in Berlin, sondern auch in Frankfurt und Dresden. Die Win-win-Situation ist ihm wichtig. »Je erfolgreicher meine Werbung beim Kunden läuft, umso erfolgreicher werde ich.« Wie bei BNI bringt er nur ein Unternehmen aus einer Branche in der Region mit diesem Konzept an die Spitze.

Rene Tzschoppe
Chapter HABICHT, Berlin
T: +49-(0)60-8200877
tzschoppe@ebn-network.com



Johann Gottlieb Fichte

Region Cottbus aktiv

Ein BNI-Chapter mitten auf dem Land – auch das geht! Am 3. Dezember 2010 bewiesen das ca. 60 Unternehmer inkl. der 20 Gründungsmitglieder und feierten diesen Start gebührend. Vielen Dank an das Autohaus Winter in Bretnig-Hauswalde bei Cottbus, welches trotz draußen herrschenden tiefsten Winters mit 29 cm Schnee für die stimmungsvolle Umgebung zur Gründungsveranstaltung sorgte. Partnerdirektorin und Mitarbeiterin des Autohauses Winter, Ivonne Dosse, war super zufrieden mit dem ersten, durch sie als Partnerdirektorin gegründeten Chapter: »Ich habe so viel Herzblut da reingesteckt und freue mich schon darauf, das Chapter nun zu betreuen und im Wachstum zu begleiten!« Belohnt wurde die Mühe schon im ersten Vierteljahr mit über 130 Empfehlungen und Umsatzrückmeldungen von fast 100.000 Euro. Viel Erfolg in Cottbus!



Mit BNI immer auf dem richtigen Weg.
Foto: Lydia Segginger



Führungsteam des Chapters LEUCHTTURM SCHINKELTURM: Von links: Jens Krause (Schatzmeister), Claudia Trebs (Chapterdirektorin), Florian Hayko (Mitgliederkoordinator), Perdita Habeck (Exekutivdirektorin), Foto: Jan Haeselich, info@jan-haeselich.de

1. Leuchtturm in der BNI-Region Kiel – Norderstedt

LEUCHTTURM SCHINKELTURM erfolgreich gestartet.

Am Mittwoch, dem 16.2.2011 fand die Gründung des BNI-Chapters LEUCHTTURM SCHINKELTURM mit den Mitgliedern und 62 interessanten und interessierten Unternehmern in der Tribühne im Rathaus von Norderstedt statt. In der ersten Engagement-Runde wurden 23 Empfehlungen übergeben und 12.500 Euro Umsatz generiert. Im Anschluss wurden 5 Bewerbungen abgegeben, von denen 4 aufgenommen werden können.

Gründung des Chapters KARL MAY in Radebeul bei Dresden

Menschen brauchen Menschen!



Seit 2008 durfte ich einige Male als Gast, einmal als Mitglied und nun als Partnerdirektorin bei einer Gründungsveranstaltung dabei sein. Das für mich Auffälligste an diesem eisig kalten Januarmorgen war, dass bereits um 6:00 Uhr bei den Mitgliedern des Chapters KARL MAY eine harmonische, entspannte und natürlich erwartungsvolle Stimmung herrschte.

Gute Stimmung

Mit der herzlichen Begrüßung der 71 Gäste und der Mitglieder wurde diese Gründungsveranstaltung eröffnet. Eine absolut souveräne, glaubwürdige und authentische Präsentation machte es den Mitgliedern leicht, die anfänglich durchaus skeptischen Gäste nach und nach zu überzeugen und zu begeistern. Dementsprechend positiv war auch das Besucher-Feedback.

Gute Ergebnisse

Zum ersten Frühstück nach der Gründungsveranstaltung durfte das neue Chapter zahlreiche Gäste begrüßen. In den sechs Meetings bisher wurden 134 Empfehlungen getauscht, die zu mehr als 350.000 Euro Umsatz führten. Knapp 200.000 Euro Dankeschön-Karten konnten alleine für 97 Besucher ausgestellt werden. Viel Erfolg für die Zukunft!





Aus den Chaptern

Protokoll eines Trainingsbeitrags

Genussvoll empfehlen

Liebe Gäste, liebe Adler,
das Thema meines heutigen Trainingsbeitrags hat sich aus einer Frage von Alireza entwickelt. Er fragte vor zwei Wochen unsere Therapeutin: »Frau Dilba-Burnautzki, wie kann ich Sie empfehlen? Ich kenne jemanden, der dringend eine Behandlung nötig hätte, aber derjenige wird das niemals einsehen!«

Und in der Tat ist eine Empfehlung wenig aussichtsreich, mit der man dem Empfänger mitteilt, dass etwas mit ihm nicht in Ordnung ist und eine Botschaft mitschwingt wie: Du bist depressiv, Deine Zähne sehen fürchterlich aus, Du kannst nicht mit Geld umgehen, Du hast Deine Mitarbeiter nicht im Griff usw. ...

Meine Damen und Herren, ich möchte Ihnen deshalb heute den Vorschlag machen, die Adressaten für Empfehlungen nicht von ihrer bedürftigen Seite anzusprechen, sondern als Genießer. Nun gebe ich zu, dass das mit manchen Angeboten hier im Chapter nicht ganz einfach ist, weil die etwas heikel sind. Aber da kann man solch ein heikles Ange-

bot mit einem seriösen und unterhalt-samen kombinieren und hat gleich zwei Empfehlungen auf einen Schlag platziert. Nehmen wir das Beispiel Wein: Ist schwierig, weil verknüpft mit Begriffen wie: Glykol ... Alkoholismus ... Kinderarbeit ...

Jetzt kann man aber sagen: »Ein Wein von Icke Petzold, das ist wie ein Besuch beim Rechtsanwalt: prickelnd ... anregend ... bewusstseinsweiternd ...«

Ich verstehe nicht, was es da jetzt zu lachen gibt. Aber bitte, nehmen wir ein anderes Beispiel: »Der Genuss von Cellagon, das ist nur zu vergleichen mit einer Behandlung bei unserer Zahnärztin Juliane Tandetzki: ein einmaliges und unvergessliches sinnliches Erlebnis, geradezu ein Feuerwerk in der Mundhöhle! Ja, so ist das!«

Natürlich lassen sich die Angebote aus unserem Kreis auch einzeln genussvoll empfehlen. Nehmen wir unseren Mann auf dem Motorrad, Micha Wendorff. Ich glaube, es war Joschka Fischer, der einmal sagte: »Micha Wendorff ist der letzte Rock 'n' Roller unter den Druckern!« Und es ist wahr, wir wissen es: »Drucken mit Micha Wendorff – das rockt!« Und so kann ich hier die Runde rumgehen: »Dank Romy Walda auf Du und Du mit dem Goldesel«; »Lexus-Luxus mit Karl-Martin Sämann«; »Zu den 70.000 paradiesischen Jungfrauen mit unserem Geschichtenerzähler Alireza«; »Die schönsten Gärten Berlins vom schönsten Gärtnermeister Berlins« ... Wenn ich jetzt weitermache, ist 8:30 Uhr rum, darum wünsche ich uns nun ein gutes Frühstück und genussvolles gegenseitiges Empfehlen!

Percy Ehler
Chapter ADLER, Berlin
T: +49-(0)30-70781090
kanzlei@piekarek-ehler.de

Mit etwas Phantasie lässt sich aus vielen Gelegenheiten ein guter Aufhänger für Empfehlungen machen.

Fotos: Lydia Segginger

4 Jahre Chapter WIESEL bei Wien

Es gibt wahrscheinlich keinen treffenderen Namen für ein BNI-Chapter als jenen des im niederösterreichischen Vösendorf beheimateten Chapters WIESEL. Denn dessen Mitglieder »wieseln« im wahrsten Sinne des Wortes Woche für Woche durch ihr geschäftliches und privates Umfeld, um aktiv zuzuhören, wo Bedarf besteht, um ihren Kolleginnen und Kollegen lukrative Geschäftsempfehlungen zu vermitteln. Im März feierte es sein vierjähriges Jubiläum.

Vier Jahre Chapter WIESEL

wurden – im Rahmen eines ganz normalen Morgenmeetings – gebührend gefeiert. Und trotzdem war einiges anders als sonst: Das Jubiläumstreffen wurde kurzerhand zum Besuchertag erklärt, und Chapterdirektor Franz Josef Barta lud darüber hinaus auch alle ehemaligen Chapterdirektoren ein, die von Gerhard Kriszt, dem BNI-Exekutivdirektor für Niederösterreich, freudig begrüßt wurden. Zum Ausklang des Meetings wurde mit Sekt auf das Jubiläum angestoßen und eine riesige Torte verspeist.

»Grün« bringt Erfolg

Das Chapter WIESEL liegt im Ranking der letzten Monate stets im grünen Bereich und positioniert sich jeweils auf den Plätzen zwischen 20 und 50 von rund 270 im D-A-CH-Raum. Besonders in den Kategorien Anwesenheit und Verlängerungsquote werden Monat für Monat Spitzenwerte erzielt. Und immerhin hat das Chapter WIESEL seinen Mitgliedern im vergangenen Jahr rund eine Million Euro zusätzlichen Umsatz beschert.

Franz Josef Barta
Chapter WIESEL, Vösendorf
T: +49-(0)676-5503415
f.j.barta@aon.at





Foto: Lydia Segginger



Mehr Zeiteinsatz – mehr Zeitersparnis

Wann geht Ihnen ein Licht auf?

Widersprüche sind oft die besten Geschäftschancen. In vielen Netzwerken sind genau solche Chancen versteckt. André Goyke ist in so eine Chance hineingewachsen. Um in kürzerer Zeit bessere Ergebnisse zu erzielen, ist er BNI-Teilnehmer geworden. Heute steckt er wesentlich mehr Zeit in die Pflege seines BNI-Netzwerkes und spart durch diesen Zeiteinsatz in die Beziehungspflege wertvolle Zeit ein, da schnellere Geschäftsabschlüsse erzielt werden.

24 Monate bis zum Aha

André Goyke war im September 2008 Gründungsmitglied im Chapter TURMFALKE in Euskirchen. Schon im Amt des Chapterdirektors merkte er, wie sich auch geschäftliche Beziehungen durch Verantwortung vertiefen. Mit einem Branchenwechsel in ein Spezialgebiet der Finanzdienstleistung entschloss er sich, mehr Zeit in das Netzwerken zu investieren, um Zeit bis zur Geschäftschance zu sparen. Heute ist er nicht nur Mitglied, sondern er hat den Schritt zum nächsten Level gewagt, betreut ein weiteres Chapter und wird noch eines als Partner-Direktor aufbauen. Für André Goyke heißt das, auf der einen Seite viel Zeit in das gegenseitige persönliche Kennenlernen von Unternehmern, in seine Ausbildung als Partnerdirektor und in

die Betreuung ganzer Gruppen zu investieren. Für sein Geschäft heißt das aber auch: Gepflegtere Kontakte sorgen für wesentlich mehr Kontakte zweiten Grades. Mehr Kontakte heißt aber bei erklärungsbedürftigen Produkten auch mehr Geschäftschancen und eine sehr kurze Zeitspanne bis zu persönlichen Gesprächen mit Entscheidern.

Zwei Tage Training – zwei außergewöhnliche Empfehlungen

André Goyke ist jetzt in der Sparte »Energie sparen« im Bereich des Lichtmanagements tätig. Er berät Unternehmen, die Leuchtstoffröhren (im Volksmund »Neonröhren« genannt) einsetzen. Und diese werden fast überall verwendet, in Produktions- und Dienstleistungsunternehmen, Parkhäusern, Pfl-

geheimen, Krankenhäusern, Einzel- und Großhandel, Autohäusern, Werkstätten usw. Der Nutzen für die Kunden: Austausch gängiger Röhren ohne Umbau, bis zu 60 % Stromkostenersparnis und damit auch umweltbewusstes Handeln sowie eine deutlich bessere (da flimmerfreie) Lichtqualität am Arbeitsplatz. Die Teilnahme am BNI-Direktoren-Training bedeutete für André Goyke Empfehlungen an Verantwortliche im Zentralen Einkauf der AOK und an das Gebäudemanagement von BMW. Mehr Zeiteinsatz heißt also oft auch schnellere Ergebnisse!

André Goyke
Chapter TURMFALKE, Euskirchen
T: +49-(0)174-912 80 51
ag@fairmoney.de

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

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

Lydia Segginger
www.foto-focus.ch

Gestaltung und Satz

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:
18. Mai 2011