americas • europe • africa • asia • australasia

BNI®

BNI.DE BNI.AT

Deutschland
Österreich
Schweiz

Frühjahr 2014

SuccessNET

BNI-Magazin

Local Business – Global Network™

Nicht, dass man dich nicht kennt, sei deine Sorge;
sorge dafür, dass du des Kennens wert.
Konfuzius

Inhalt

3 Maler des Jahres

4 Erfolg ist ansteckend –
2 Millionen Umsatz im Jahr 2013

5 BNI-Meilenstein:
300 Mitglieder in Wien

BNI Karlsruhe:
10,9 Millionen Umsatz

6 100 000 Euro Umsatz …
in der Woche

8 55 % Umsatz für
Unternehmensberater

9 2013: Rekordergebnis in
Deutschland und Österreich

10 Die Marke BNI
Die 12 wichtigsten Ergebnisse der
Markenbefragung

12 Gewinnen durch Kontakte!
Lokal handeln,
globales Netzwerk nutzen

52 Besucher pro Jahr

13 Neues Visitenkartenbuch
im Starterpaket

PR-Vorlagen
für Ihre Pressearbeit

20 000 Euro in fünf Minuten

14 Mut zur Spezialisierung

16 50 000 Euro Umsatz
quer durch Deutschland

17 121 Wohneinheiten
auf einer Empfehlung

18 BNI Berlin feiert im TIPI

20 BNI sucht Franchise-Partner
in Deutschland

Titelbild

© Gottfried Frais
www.lichtzeichen.cc

Liebe Netzwerk-Freunde,

woran erkennen Sie ausgezeichnete Netzwerker? Sie sind aktiv! Empfehlungen und Umsatz können dafür eine Messgröße sein. Für die Netzwerker bei BNI in Deutschland, Österreich und der Schweiz heißt das, deutlich mehr als 8500 Unternehmer sorgten im Jahr 2013 für über 300 000 Empfehlungen, aus denen mehr als 443 Mio. Euro Umsatz entstanden sind. Aktiv zu sein, heißt aber noch etwas anderes: sich einsetzen, für andere etwas tun, besser als der Durchschnitt sein, interessiert sein und die Extrameile für die anderen gehen. Das trifft auf unsere BNI-Teilnehmer zu.

Wir sagen an dieser Stelle gerne »danke« und versprechen gemeinsam mit ihrem BNI-Team an noch mehr Nutzen, noch mehr Empfehlungspartner, mehr Chapter und die Aktivierung aller geplanter Regionen zu arbeiten. Je stärker Ihre Marke BNI ist, desto leichter wird es für jeden Teilnehmer mehr und bessere Empfehlungen in sein Netzwerk einzubringen. Das hat nicht nur mit »unserer« BNI-Vision 1000 Chapter, 25 000 Mitglieder und eine Milliarde Euro Umsatz für die BNI-Teilnehmer zu tun, es hat vor allem etwas mit dem Ausbau Ihres Geschäftes zu tun und sorgt für Sichtbarkeit, Akzeptanz und Glaubwürdigkeit ihres Unternehmens als Partner eines BNI-Chapters.

Im vergangenen Jahr haben Sie nicht nur neue Rekorde in Sachen Empfehlungen und Umsatz geliefert, Sie haben auch wieder für unzählige Erfolgsgeschichten gesorgt. Angefangen von der perfekten 10-Jahresfeier in Berlin und Stuttgart, über besondere Ergebnisse beim Besuchereinladen wie in Freiburg oder wie in Oberösterreich in 12 Wochen ein Chapter auf 43 Mitglieder aufgebaut wurde, bis hin zu unzähligen Geschichten über Kontakte, Chancen und Empfehlungen. Quer durch alle Regionen liefern unsere Netzwerker ganz besondere Leistungen. »Wer gibt, gewinnt!« ist einfach mehr als nur eine Philosophie. Wir freuen uns mit Ihnen auf eine spannende zweite Hälfte des Jahres 2014.

Ihre Nationaldirektoren

Harald Lais

Michael Mayer

Maler des Jahres 2013

BNI-Unternehmer Ronny Vander Vreken ausgezeichnet

Mit der Neugestaltung einer HNO-Praxis hat Maler- und Lackierermeister Ronny Vander Vreken den Branchenpreis »Maler des Jahres 2013« in der Kategorie »Raumkonzept gewerblich/öffentlich« gewonnen. Die Wahl fiel auf den BNI-Unternehmer aus 70 Einreichungen in sechs verschiedenen Kategorien. Seit zwei Jahren ist Ronny Vander Vreken aktiver Teilnehmer im Chapter AQUISGRANUM in Aachen.

Warum BNI?

»Ohne ein bestehendes Netzwerk wie BNI kann ein Projekt wie das preisgekrönte nicht umgesetzt werden. Wir planen alles – vom Boden bis zur Elektrik. Dafür brauchen wir zuverlässige Partner«, sagt der glückliche Gewinner über die Vorteile des BNI-Netzwerks, bei dem er im zweiten Jahr seinen BNI-Umsatz verdoppeln konnte.

Ronny Vander Vreken
Chapter AQUISGRANUM, Aachen
Vander Vreken Malerwerkstätte GmbH
+49-2403-5027467
ronny@vander-vreken.de

Jury-Mitglied Georg Trenz, Dozent an der Fachschule für Farb- und Lacktechnik München, Anke Vander-Vreken, Matthias Heilig Chefredakteur der Mappe und Ronny Vander-Vreken (v.l.n.r.)

Foto: © Ducke/Mappe – Die Malerzeitschrift

Foto: © Robert Hansel

Fotos: Gert Richter · www.richterundfink.de

Erfolg ist ansteckend – 2 Millionen Umsatz im Jahr 2013

K.I.S.S. – Keep it short and simple

In Augsburg gibt es aktuell drei Chapter. Alle haben 30 oder mehr BNI-Teilnehmer. Das war nicht immer so. Im Jahr 2013 hat das Chapter BALLISTA in Augsburg zum ersten Mal die Zwei-Millionen-Euro-Grenze bei Umsatz-Dankeschön durchbrochen. 35 Unternehmer, 74 Besucher, 1500 Empfehlungen und 2,05 Mio. Euro zusätzlicher Umsatz sind die nackten Zahlen des Jahres 2013. Seit 2007 arbeiten die Unternehmer an ihrem Erfolg, leben das BNI-Marketingsystem vor. Nachdem ab dem Jahr 2011 einmal im Jahr ein Meeting mit allen drei Chaptern veranstaltet wird, bewegt sich viel bei allen Chaptern.

Mehr Umsatz

Im Oktober 2007 wurde das Chapter BALLISTA gegründet. Erfolgreiches Netzwerken braucht Zeit und der Prozess der Beziehungsbildung endet nie. Bis heute haben sich über 100 Unternehmer im Chapter beworben und 99 wurden aufgenommen. 64 Unternehmer davon konnten oder wollten die Anforderung des BNI-Marketingsystems auf Dauer nicht erfüllen. Trotzdem ist die Verlängerungsquote seit 2011 nicht unter 70 % gesunken, das Chapter arbeitet immer weiter am gemeinsamen Erfolg. Das Chapter erwartet von Unternehmern Aktivität, dauerhaft! Teilnehmer im Chapter BALLISTA bekommen für den Jahresbeitrag das BNI-Marketingsystem pur. Fast wörtlich wird sich an die vorgegebene Tagesordnung gehalten, dadurch wird eine sehr homogene Gruppe erreicht. Wer eine Aufgabe im Chapter-Team übernimmt, füllt diese auch mit Leben. So bleibt für alle der wöchentliche Zeitaufwand überschaubar.

Der lange Weg zum Erfolg

Aus dem ersten Jahr sind noch sechs Unternehmer aktiv im Chapter. Katja M. Kuhn (Immobilienmaklerin), Antonie Heinzelmeier (Versicherungen), Christian Kentner (Malermeister), Joachim Prax (Agentur für Kataloge und Produktdaten), Karlheinz Uhl (Werbeagentur) und Claudius Eder (Gebäudereinigung) haben Unternehmer kommen und gehen sehen. Manche sind noch Freunde und Geschäftspartner, zu anderen ist der Kontakt wieder ganz eingeschlafen. BNI ist ein Angebot, mehr Umsatz durch neue Kontakte und Geschäftsempfehlungen zu gewinnen. Es liegt aber an jedem Teilnehmer persönlich, was er daraus macht. Beziehungsaufbau ist ein langer Weg.

Ein Wunsch!

Joachim Prax ist eines der langjährigsten Mitglieder im Chapter. Er ist fachlich und menschlich eine Bereicherung für das Chapter-Team BALLISTA. Er hilft mittelständischen Unternehmen und Konzernen, effizient und kostengünstig Kataloge in Print- und Online-Versionen zu erstellen. Im Chapter gehört er seit Jahren zu den absoluten Gebern und hat im Jahre 2013 anderen über 177 000 Euro Umsatz gebracht. Für ihn sucht das Chapter bundesweit Kontakte zu Unternehmen, deren Geschäftsbasis auch heute noch ein guter Katalog ist.

Claudius Eder
Chapter BALLISTA, Augsburg
Gebäudereinigungsmeister
+49-821-4705861
Claudius.Eder@meistereder.net

BNI-Meilenstein 300 Mitglieder in Wien

Mit Suzana Jokic, Geschäftsführerin der Waldviertler Glasmanufaktur, konnte das 300. Mitglied in Wien gewonnen werden. 2013 haben BNI-Unternehmer in Wien 11 000 Geschäftsempfehlungen ausgesprochen, die zu einem Umsatz von 18 Millionen Euro geführt haben.

Mehr Empfehlungspartner für alle Teilnehmer!

»300 Mitglieder in einem Bundesland sind schon eine tolle Marke. Wir sind auf einem guten Weg und stecken uns für 2014 bereits neue herausfordernde Ziele, dazu zählt auch, den Mitgliederstand in Wien auf 400 zu erhöhen«, erklärt Michael Mayer, Nationaldirektor für BNI Österreich und Deutschland. Derzeit sind in Wien 11 Unternehmergruppen aktiv und zwei Chapter werden in kürze gegründet, alle benannt nach berühmten Komponisten (u. a. Mozart, Schubert, Strauss, Wagner).

1300 Teilnehmern gefällt:

Insgesamt sind in Österreich beinahe 1.300 Mitglieder in 50 Unternehmergruppen im BNI-Netzwerk tätig und sprechen Woche für Woche gegenseitige Geschäftsempfehlungen aus. »Die professionellen Abläufe der Meetings und die Zielorientierung der Mitglieder, mehr Umsatz zu generieren, haben mich rasch überzeugt«, sagt Suzana Jokic über ihre Entscheidung, dem BNI-Netzwerk beizutreten. Die Waldviertler Glasmanufaktur, Spezialist für Bau- und Kunstverglasungen aller Art, wurde 2005 gegründet, 2012 erfolgte der Umzug vom Waldviertel nach Baden.

Suzana Jokic
Chapter SCHUBERT Wien
+43-2252-206009
glasmanufaktur@gmx.at

Michael Mayer (links), Nationaldirektor für BNI Österreich und Deutschland und Josef Waiß, BNI-Gebietsdirektor für Wien, freuen sich über das 300. Mitglied in Wien. Suzana Jokic, Geschäftsführerin der Waldviertler Glasmanufaktur, konnte als neues Mitglied gewonnen werden.
Foto © BNI / Peter Berger · www.peterberger.at

BNI Karlsruhe: 10,9 Millionen Umsatz

Award-Verleihung für erfolgreiche Mitglieder

BNI Südwest lud im September Unternehmerinnen und Unternehmer aus der TechnologieRegion und ihre Gäste zum jährlichen BNI 19 auf die MS Karlsruhe. Rund 270 Teilnehmer folgten dem Aufruf zum »mobilen Netzwerken« auf dem Fluss. Die Award-Verleihung bot die Gelegenheit, erfolgreiche Mitglieder auch vor Nicht-BNI-lern ins Rampenlicht zu stellen und ihnen Anerkennung zu verschaffen.

Ein guter Grund zum Feiern!

Insgesamt haben die 201 Mitglieder der Karlsruher Chapter im vergangenen Jahr 7793 Empfehlungen untereinander weitergegeben und damit einen Umsatz von 10,92 Millionen Euro generiert.

Ehrungen für die Besonderen

Die Auszeichnung für das höchste Umsatz-Dankeschön in Höhe von knapp einer Million Euro erhielt Patrick Rüter, Ingenieurbüro in Pforzheim. Das Chapter FÄCHER wurde für die meisten Empfehlungen und den höchsten Umsatz in der Region geehrt. Der Award für die meisten Besucher ging an zwei Mitglieder des Chapters CASINO: Jürgen Lauten und Winfried Ludwigs mit jeweils 14 Besuchern. Für den besten Trainingsstand (81 %) wurde das Chapter DRAIS ausgezeichnet. Die höchste Anwesenheitsrate erzielte das Chapter WEINBRENNER mit mehr als 99 %. Die Auszeichnung für das kreativste Event ging an das Chapter BELVEDERE.

Der gute Zweck

Die Überschüsse aus den eingenommenen Eintrittsgeldern werden einem guten Zweck zugeführt. Gespendet wird dem St. Antoniusheim in Karlsruhe, das damit ein Zirkusprojekt ins Leben ruft.

Awardübergabe an das Chapter FÄCHER (v.l.n.r. Christian Steffen, Vanja Borko, die neue welle, und Kevin Barber)

Fotos: © BNI Südwest

Foto: © Gottfried Frais · www.lichtzeichen.cc

100 000 Euro Umsa

Von 0 auf 39 Empfehlungspartner in drei Monaten

Das Chapter MÜHL-VIERTEL in der 2500-Einwohner-Stadtgemeinde Rohrbach in Oberösterreich wurde erst am 10. Dezember 2013 gegründet. Die Bilanz nach den ersten 12 Treffen kann sich sehen lassen: 1,2 Mio. Euro eingetragene Umsatz-Dankeschön, 100 000 Euro im Durchschnitt pro Woche sind eine ordentliche Leistung für die heute 43 Teilnehmer am BNI-Marketingprogramm in Rohrbach. Manfred Eilmannsberger der ortsansässige Küchen-Fenster-Türen-Hersteller, hat BNI für »seine Gemeinde« entdeckt. Es geschah auf einer Fortbildung und der kleine BNI-Pin war der erste Kontakt. Dieser Pin versprach, aus gutem Geschäft noch besseres Geschäft durch Beziehungsaufbau zu machen. Ein gutes Stück Arbeit, aber es lohnt sich!

Das will ich auch in Rohrbach!

Die positiven Erzählungen mehrerer BNI-Mitglieder über die progressive Entwicklung ihres Unternehmens und die damit verbundene Umsatzsteigerung seit dem Beitritt zu »Business Network International« machten Manfred Eilmannsberger immer neugieriger, wie das System dieses Netzwerkes aussieht, worauf es fußt und welche Optionen es bietet. Er fühlte sich sofort angezogen von der Idee, so ein Netzwerk auch in seiner Heimat im Mühlviertel in Oberösterreich zu etablieren. Nicht zuletzt deshalb, weil er schon seit vielen Jahren verlässliche Partner hat, mit denen der Unternehmer immer wieder zusammenarbeitet, um gemeinsam größere Projekte im Einrichtungs-, Sanierungs- und Baubereich abzuwickeln, war er sich sicher, dass so etwas auch in der 2500-Seelengemeinde funktionieren wird.

Fahrspaß für Unternehmen

Manfred Eilmannsberger ist Unternehmer und hatte sich sehr schnell für das BNI-Marketingsystem entschieden. »Mehr Umsatz durch neue Kontakte und Geschäftsempfehlungen« klappt dann, wenn das ganze Team beim wöchentlichen Boxenstopp im Unternehmertreffen aktiv ist. Zum ersten Treffen hat er zehn seiner guten Geschäftspartner eingeladen und alle haben mit ihm die Bewerbung für das BNI-Marketingsys-

Fotos: © Christian Mathè, Chapter MÜHL-VIERTEL

Chapter MÜHL-VIERTEL

Initiatoren	Manfred und Silke Eilmannsberger
Erster Mailkontakt	23.07.2013
Erstes Gespräch	21.08.2013
Erste 10 Mitglieder	10.09.2013
Gründungsveranstaltung	10.12.2013
Anwesende Gäste	140
Mitgliederzahl vor Gründung	26
Abgegebene Anträge	12
Mitgliederstand heute	44
Umsatz bis März 2014	2 Millionen Euro

Die 10 Pioniere

Manfred Eilmannsberger	Küchen, Fenster, Türen
Reinhard Wögerbauer	Steinmetz
Josef Degenhart	Heizung, Sanitär
Christoph Wohlmuth	Fliesenleger
Uwe Seidl	Ofenbau
Johann Greiner	Zimmerei, Dachdecker
Josef Reitinger	Gartengestaltung
Friedrich Wolfesberger	Elektroinstallation
Werner Pernauer	Malerei, Trockenbau
Peter Gruber	Gastronomie

tz ... in der Woche!

tem unterschrieben. Bei den nächsten drei Treffen waren immer drei bis vier Besucher anwesend und ca. die Hälfte wollte bei dieser Gruppe dabei sein. Für den Unternehmer war das nicht effizient genug. »Ich habe geglaubt, hier ein Auto gekauft zu haben mit sehr viel PS, jetzt möchte ich überholen und ihr steigt mir auf die Bremse!«, war seine Ansage an sein gesamtes Unternehmerteam beim ersten Schwächeln. Und unausgesprochen schwebte die Frage im Raum: Wo sind **eure** zehn guten Kontakte, die ihr uns mitbringt? Bremsen wollte keiner und deshalb ist das gesamte Chapter MÜHL-VIERTEL heute auf Erfolgskurs. Jeder bringt sich ein.

Emotion und Statistik

Die Fahrt von Linz nach Rohrbach führt zuerst entlang der Donau und anschließend über landschaftlich interessante Hügelrücken, immer wieder mit einprägsamen kleineren Ortsdurchfahrten. Moderne Gewerbebauten säumen den Straßenrand, hier sind Unternehmer, hier gibt es funktionierende Netzwerke. Wie viel mehr Geschäft könnte ich machen, wenn ich die Unternehmer in den Gewerbebauten kennen und kontaktieren könnte? BNI ist die gute Möglichkeit, mit klarem geschäftlichem Fokus Kontakte mit anderen Unternehmern zu pflegen, so dass diese mir mehr Geschäft bringen. Manfred Eilmannsberger hat das erkannt und dafür gesorgt, dass er ein Teil dieses Netzwerkes ist. Zur Gründungsveranstaltung wurden gemeinsam 140 Unternehmer und Selbstständige begrüßt. Die Gruppe wuchs von 26 auf 39 Teilnehmer. Zwölf Meetings bis zum 28. März: Im Schnitt 50 Empfehlungen, 3,7 Besucher in der Woche und Umsatz-Dankeschön in Höhe von 1,2 Mio. Euro sind das Ergebnis. »Wer gibt, gewinnt!« BNI gewinnt 43 Mitglieder und die aktiven Teilnehmer gewinnen ein starkes Vertriebsteam. Das Fitness-Studio BNI für Unternehmer funktioniert – wir alle müssen nur an die Geräte!

Manfred Eilmannsberger
Chapter MÜHL-VIERTEL, Oberösterreich
Inneneinrichtung
+43-7289-40083
office@eilmannsberger.at

Foto: © Gottfried Frais · www.lichtzeichen.cc

Karl Rotters Tipps für neue BNI-Mitglieder

Wer gibt, gewinnt! Warte nicht, bis die Leute auf dich zugehen, gehe auf die Leute zu!

Weniger ist mehr – BNI »zwingt« dich, dein Geschäft zu hinterfragen und kurz und bündig zu definieren, was in dein Leistungsspektrum fällt und was kein Auftrag für dich ist.

Versuche, dich einzubringen – beispielsweise durch die Übernahme einer Funktion im Führungs- oder Unterstützungsteam. Verbreite gute Stimmung und tue Gutes, du bekommst es vielfach zurück (Resonanzgesetz)! Am meisten Freude bereitet es, in einem erfolgreichen Chapter Direktor sein zu dürfen.

Foto: privat

55 % Umsatz für Unternehmensberater

BNI stärkt Reputation

Karl Rotter ist seit Sommer 2011 BNI-Teilnehmer im Chapter MOZART in Wien. Er hilft Unternehmern ab 10 Mio. Euro Jahresumsatz durch Strategieentwicklung, Planerfolgsrechnung und Eigenkapitalbereitstellung noch erfolgreicher zu werden. Warum BNI für ihn eine gute Entscheidung war? 55 % seines Umsatzes entspringen einer BNI-Empfehlung bzw. einer Weiterempfehlung durch zufriedene (BNI-)Kunden. Seine Geschichte bei BNI begann, wie fast alle: Ein Kunde lud ihn zum ersten BNI-Meeting ein!

Sein »Warum«

Interessante Persönlichkeiten arbeiten innerhalb eines strukturierten Rahmens daran, sich gegenseitig zu mehr Geschäft zu verhelfen. Durch die BNI-Mitgliedschaft war es ihm möglich, innerhalb von zwei Jahren seinen Betrieb von Wiener Neustadt (50 km südlich von Wien) nach Deutsch-Wagram (unmittelbar an Wien, nordseitig, angrenzend) zu verlegen. Durch den Beziehungsaufbau zwischen den Mitgliedern verfügt sein Unternehmen RE-Consult, über ein Netzwerk, das er mit gutem Gewissen weiterempfehlen kann. Das stärkt seine Reputation und bringt den anderen mehr Geschäft.

Bringt das einer Unternehmensberatung Geschäft?

Insgesamt 55 % seines Jahresumsatzes führt er heute auf seine BNI-Mitgliedschaft zurück. Seine Lieblingsempfehlung war ein Strategieentwicklungsprozess. In einer Liquiditätskrise wurde dann eine nach vorn gerichtete Strategie mit Planrechnung für die Hausbank eines Handwerksbetriebes entwickelt. Der Soll-Ist-Vergleich nach einem Jahr zeigte, dass der Kunde den Plan nicht nur erreicht, sondern um 15 % übererfüllt hat. Nun ist auch Karl Rotter Kunde bei dieser Hausbank und genießt einen enormen Vertrauensvorschuss, der sich auch im Umgang mit Kreditlinien für Projektzwischenfinanzierungen zeigt! So hat sich, dank BNI, die Reputation unseres Kunden sowie unsere eigene Position gegenüber der Hausbank enorm gestärkt.

Karl Rotter
Chapter MOZART, Wien
RE-Consult GmbH
+43-2247-21277
office@re-consult.at

2013: Rekordergebnis in Deutschland und Österreich

Über 305 000 Empfehlungen sind 2013 innerhalb des Unternehmernetzwerks Business Network International im gesamten D-A-CH-Bereich ausgesprochen worden und haben zu einem Zusatzumsatz von 443 Millionen Euro für Klein- und Mittelbetriebe geführt. Das entspricht einem Plus von 13,6 % im Vergleich zu 2012 und einem Umsatz von rund 52 600 Euro für jedes der 8 400 BNI-Mitglieder.

»Die tollen Zahlen für Deutschland und Österreich unterstreichen einmal mehr, welche herausragenden Möglichkeiten unser Netzwerk kleinen und mittelständischen Unternehmen bietet«, sind sich Harald Lais und Michael Mayer, die beiden BNI-Geschäftsführer für Deutschland und Österreich, einig. »Sowohl die etablierten Regionen als auch die im Auf- und Ausbau befindlichen haben sich erstklassig entwickelt und wir blicken optimistisch auf weitere Steigerungen im laufenden Jahr«, ergänzen die beiden.

DACH	2012	2013	Entwicklung
Mitglieder	7 707	8 400	9,0 %
Chapter	326	348	6,7 %
Empfehlungen	262 006	305 355	16,5 %
Umsatz in Euro	390 178 133	443 363 764	13,6 %

Deutschland	2012	2013	Entwicklung
Mitglieder	5 464	5 853	7,1 %
Chapter	230	242	5,2 %
Empfehlungen	194 982	222 770	14,3 %
Umsatz in Euro	249 938 471	294 504 796	17,8 %

Österreich	2012	2013	Entwicklung
Mitglieder	1 001	1 286	28,5 %
Chapter	41	50	22,0 %
Empfehlungen	30 610	44 656	45,9 %
Umsatz in Euro	34 656 232	55 803 538	61,0 %

Die Marke BNI
Die 12 wichtigsten E
der Markenbefragung

Im Frühjahr 2014 wurden die Markenspezialisten BIESALSKI & COMPANY mit einer umfassenden Zielgruppenbefragung in Deutschland und Österreich beauftragt, mit dem Ziel, die Wahrnehmung der Marke BNI und die Wirkung der durchgeführten Maßnahmen bei bestehenden und neuen Mitgliedern zu überprüfen. 907 BNI-Mitglieder, 734 aus Deutschland und 173 aus Österreich, haben den Online-Fragebogen vollständig ausgefüllt. Insgesamt wurde die Befragung an 7300 Personen verschickt. Die erfreuliche Responsequote von 12,4 % lässt valide Aussagen und Auswertungen in Bezug auf die Wahrnehmung der Marke BNI zu. Hier die wichtigsten Erkenntnisse.

1. Markenbekanntheit
BNI verfügt über eine starke Präsenz in den Köpfen der Zielgruppe, welche die Referenzwerte starker B2B-Marken übertrifft. Das Business-Netzwerk ist länderübergreifend bei neun von zehn bestehenden Mitgliedern qualifiziert bekannt

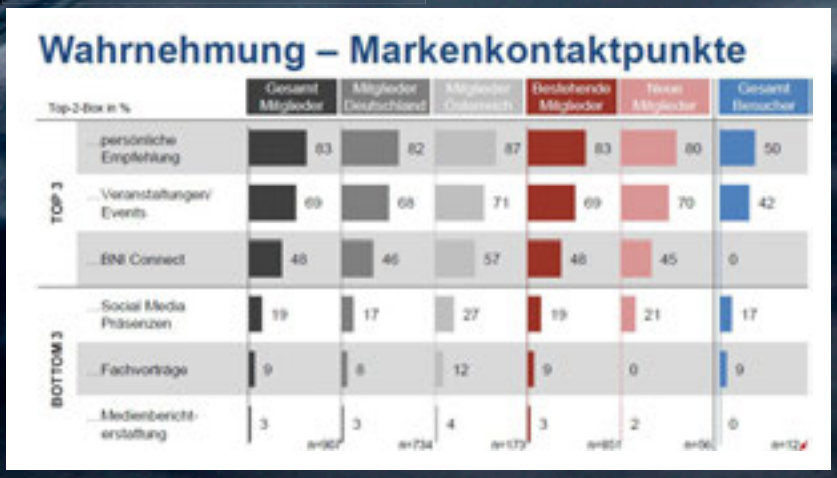
2. Wahrnehmung – Markenkontaktpunkte
BNI erreicht die Zielgruppe der Mitglieder und Besucher bislang insbesondere über persönliche Kontaktpunkte, wie Empfehlung (83 %) oder Veranstaltungen/Events (69 %). Demgegenüber erhalten Fachvorträge (9 %) oder Medienberichterstattung (3 %) die geringste Aufmerksamkeit.

3. Wahrnehmung – Qualität der Markenwahrnehmung
Das Markenbild von BNI wird insgesamt sehr positiv bewertet. Die Marke wird von Mitgliedern wie Besuchern als sehr klar (84 %) und einzigartig (83 %) bewertet und übertrifft damit deutlich den Durchschnitt der B2B-Referenz.

4. Wahrnehmung – Spontane Assoziationen
Offen abgefragt assoziiert die Zielgruppe der Mitglieder und Besucher eine Vielzahl konkreter und differenzierender Merkmale mit BNI. Die wichtigsten Unterscheidungsmerkmale sind:
- »klarer strukturierter Ablauf«
- »frühe, regelmäßige Treffen«
- »verbindlich«

Die am häufigsten genannten Assoziationen zu BNI sind:
- »Unternehmernetzwerk«
- »Empfehlungen«
- »Gemeinschaft/Miteinander«

5. Wahrnehmung – Nutzenversprechen
Auch gestützt abgefragt werden BNI viele Nutzenversprechen auf hohem Niveau zugeordnet. Am stärksten werden der persönliche Austausch (97 %) und der Aufbau neuer Geschäftskontakte (96 %) bewertet.



rgebnisse
g

6. Wahrnehmung – Persönlichkeitsmerkmale

Die gestützte Abfrage bestätigt die zahlreichen Persönlichkeitsmerkmale, welche die Zielgruppe stark mit BNI verbindet. Neun von zehn Mitgliedern bescheinigen dem Netzwerk Ergebnisorientierung, dahinter rangieren positiv (87%) und engagiert (85%).

7. Markenstärke

Die Marke BNI ist in der Zielgruppe stark verankert: Das ausgeprägte Markenbild mündet in einer ebenso überdurchschnittlichen emotionalen Bindung dem Netzwerk gegenüber – selbst bei neuen Mitgliedern. Österreicher bringen der Marke auffallend mehr Sympathie und Vertrauen entgegen als Deutsche. Die wichtigsten Punkte bei der Qualität der Markenwahrnehmung sind:

- Klarheit (84%)
- Einzigartigkeit (83%)
- Attraktivität (79%)

Bei der Markenbindung liegt

- Loyalität (84%)
- vor Sympathie (80%)
- und Vertrauen (79%)

8. Wahrnehmung – generelle Urteile

Die Zustimmung der BNI-Mitglieder zu generellen Urteilen liegt insgesamt auf einem guten Niveau, 90% wollen auch in Zukunft Mitglied von BNI bleiben und 89% würden die Marke BNI ohne zu zögern weiterempfehlen.

9. Präferenz

Knapp drei Viertel aller Mitglieder und zwei Drittel aller Besucher nehmen BNI in die engere Wahl, wenn es um Business-Netzwerke geht. Als tatsächliche Präferenz nennen überdurchschnittlich viele Mitglieder die Marke BNI. Die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung von BNI fällt aus Mitgliedersicht insgesamt sehr hoch aus. Ebenso positiv fällt die Wechselwahrscheinlichkeit der Mitglieder in Bezug auf BNI aus. Bei über 60 Prozent der bestehenden Mitglieder und sogar mehr als zwei Drittel der neuen Mitglieder ist ein Wechsel eher unwahrscheinlich.

10. Umsatz durch BNI

Mehr als die Hälfte aller Befragten kann durch die Mitgliedschaft bei BNI eine Umsatzsteigerung von bis zu zehn Prozent verbuchen – bei neuen Mitgliedern sind es sogar zwei Drittel. Knapp 30 Prozent erzielen sogar ein Umsatzplus von 11 bis 30 Prozent durch das Netzwerk.

Gemäß den Umsatzrückmeldungen hat 2013 jedes BNI-Mitglied im Schnitt 52600 Euro Zusatzumsatz durch das Netzwerk erwirtschaftet.

11. Bedeutung von BNI als Qualitätsnachweis

Für ein Viertel aller befragten Mitglieder spielt die Zugehörigkeit zu BNI als Nachweis ihrer Qualität und Leistungsfähigkeit eine mittlere Rolle. Für 36% eine große oder größere Rolle, für 38% eine geringere oder überhaupt keine Rolle.

12. Zusatzleistungen

Auf die Frage »Welche zusätzlichen Leistungen könnte BNI noch anbieten?« gab es folgendes Ranking:

- Erweiterung und Verbesserung der Coachings/Seminare/Workshops (17,8%)
- Stärkung der Außendarstellung/Vermarktung (17,2%)
- Verbesserung/neue Tools beim Webauftritt und bei BNI Connect (9,1%)
- Stärkere (internationale/chapterübergreifende) Vernetzung (7,7%)

Foto: © Gottfried Frais · www.lichtzeichen.cc

Fotos: privat

Gewinnen durch Kontakte!
Lokal handeln, globales Netzwerk nutzen

Stellen Sie sich vor, Sie kommen in ein fremdes Land, treffen dort Experten, arbeiten an einem Projekt, in das viele Unternehmen und Spezialisten eingebunden sind. Sie kennen in der Heimat der anderen Spezialisten eigentlich niemanden. Doch bringen Sie die Lösung für ein Problem, weil Sie über BNI vernetzt sind! Dr. Tilko Dietert ist freiberuflich technischer Unternehmensberater. Seit Juli 2008 ist er BNI-Teilnehmer im Chapter MARKGRAFEN in Ansbach. Genau das hat er in den USA erlebt!

Das Problem

Für Experten: Bei Dr. Tilko Dietert geht es um Lean Production, Lean Manufacturing, Lean Innovation, Lean Development, vereinfacht gesagt: er hilft Unternehmen dabei, die Entwicklung, die Fertigung und die Prozesse zu optimieren. Es geht um komplexe Anlagen, die von Spezialisten konzipiert, gebaut und gewartet werden und um die Zusammenarbeit dieser Anlagen mit anderen Anlagen und anderen Unternehmen in der Welt. Wenn so eine Anlage steht, kann die Produktion von verschiedenen Unternehmen in der Welt stehen. Genau das ist hier passiert, als Dr. Tilko Dietert für zwei Monate als Berater für ein deutsches Automobilunternehmen zu einem Zulieferer in die USA gesandt wurde.

Die Lösung

Dr. Tilko Dietert hat sich auf dieses Beratungsmandat vorbereitet und schon aus Deutschland den Kontakt zum örtlichen BNI-Büro in Nord-Alabama gesucht. Er war vorher noch nie in den USA und dachte, er muss sich ausschließlich auf sein Know-how verlassen. Damit sein Projekt lief, fehlte am Ende ein Spezialist, der in der Lage war, eine bestimmte, komplexe Werkzeugmaschine zu aktivieren. Mit einer Suchanfrage an alle BNI-Mitglieder in der Region konnte er dann als einziger eine Lösung vor Ort erreichen, innerhalb von 48 Stunden, ohne einen Handwerker oder Unternehmer vor Ort persönlich zu kennen. BNI ist einfach mehr als ein Netzwerk für »Mehr Umsatz durch neue Kontakte und Geschäftsempfehlungen«.

Dr. Tilko Dietert
Chapter MARKGRAFEN, Ansbach
Technischer Unternehmensberater/EDV
+49-9831-619225
tilko@dr-dietert.eu

52 Besucher pro Jahr

Besucher einladen mit System

Udo Neumaier aus dem Chapter SCHAUINSLAND hatte ein klar formuliertes Ziel: »2013 werde ich mindestens 40 Besucher in mein Chapter mitbringen.« Am Ende des Jahres lag die Zahl der Besucher, die Udo Neumaier aus dem Chapter SCHAUINSLAND eingeladen hatte, sogar bei sagenhaften 52! Das Geheimnis des Schreiners: »Jede Woche ist das Thema ‚Besucher einladen' fest in meinem Terminplan verankert. Dann telefoniere ich – das ist eigentlich fast alles.«

Welcher Zeitaufwand steckt dahinter?

Im Schnitt sagt jeder zweite Angerufene ja zu einem Chapterbesuch. Ein Telefonat dauert höchstens zwei bis drei Minuten. Und wie genau lädt er ein? Was sagt er zu den potenziellen Besuchern? Udo Neumaier: »Viel über unser gutes, regional arbeitendes Chapter und wenig bis gar nichts über die Organisation BNI. Dann schlage ich meinem Gesprächspartner vor, dass er sich und seine Dienstleistung einmal bei uns präsentieren kann.« Kaum einer sagt dazu nein – wer möchte sich und sein Unternehmen nicht gerne in einer Unternehmergruppe vorstellen?

Am Ende aller Kontakte?

Mittlerweile sind Neumaiers eigene gute Geschäftskontakte hinsichtlich des Themas »Besucher einladen« natürlich längst erschöpft. Doch er ist überaus findig: Keine Fortbildung, kein Empfang, den er nicht nutzt, um Unternehmer anzusprechen. Darüber hinaus haben sich auch Zeitungsartikel, in denen Firmeninhaber und ihre Unternehmen vorgestellt werden, als eine sehr gute Quelle erwiesen.

163 Besucher im Chapter

Das Engagement von Udo Neumaier wirkte in mehreren Richtungen: Aus Besuchern wurden natürlich neue Mitglieder. Die Besucher brachten darüber hinaus auch viele Empfehlungen und damit Umsatz ins Chapter – sowie neuen Schwung. Und auf einmal schien auch das etwas schwierig anmutende Thema »Besucher einladen« ganz leicht zu sein. Der Ehrgeiz anderer Mitglieder war geweckt und so konnten bis Ende des Jahres im Chapter SCHAUINSLAND insgesamt 163 Besucher begrüßt werden! Doch eines ist ganz klar, wie Udo Neumaier sagt: »Es nützt nichts, wenn ich mir vornehme, mehr Besucher einzuladen. Ich muss es auch tun!«

Udo Neumaier
Chapter SCHAUINSLAND, Freiburg
Schreinerei
+49-761-88869835
neumaier@ihre-einrichter.de

Neues Visitenkartenbuch im Starterpaket

Das völlig neu überarbeitete und beim BNI-Mitglied Carsten Fest (Senne-Plastik GmbH) in Deutschland (Made in Germany) produzierte Visitenkartenbuch ist ab sofort erhältlich. Robust als Ringbuch gestaltet, enthält es eine stabile Karte als Halter für ein Namensschild und zwei Pins (einer mit Nadel, einer magnetisch), einige Taschen für Visitenkarten und das BNI-Regelheft.

Weiterhin gibt es Taschen für Empfehlungszettel und für Danke-für-den-Umsatz-Karten (je 5 Stück integriert) sowie einen Köcher samt Kugelschreiber. Das neue Visitenkartenbuch ist in der Grundfarbe weiß, mit dem BNI-Logo versehen.

Alle neuen Mitglieder erhalten das Visitenkartenbuch im Rahmen des Starterpakets voll ausgestattet. Aber auch alle bestehenden Mitglieder werden ein neues Visitenkartenbuch bekommen, reduziert um die Teile des bereits erhaltenen Starterpakets.

PR-Vorlagen für Ihre Pressearbeit

Als Unterstützung für Ihre lokale Pressearbeit stehen allen BNI-Mitgliedern unter dem Link www.bni.de/markenbuch/pr rund 20 PR-Vorlagen zur Verfügung, unter anderem zu den Themen:

- Besuchertag
- Einladung Gründung
- Netzwerker des Monats
- Chapterjubiläum
- Umsatz in der Region

und viele mehr

Diese Texte sind so konzipiert, dass diese lediglich mit den individuellen, regionalen Daten und Fakten befüllt werden müssen. Die Vorlagen werden laufend erweitert, sollten Sie einen Vorschlag für eine weitere Vorlage haben, so wenden Sie sich bitte an Robert Nürnberger (r.nuernberger@bni-no.de) im Nationalbüro.

www.bni.de/markenbuch/pr

Stephanie Holmes
Foto: privat

20 000 Euro in fünf Minuten

Viele BNI-Unternehmer unterschätzen die Wichtigkeit dieses einfachen Netzwerkwerkzeuges.

Wer kennt wen?

Durch drei Vier-Augen-Gespräche gab es mehrere 10000 Euro Umsatz für verschiedene BNI-Mitglieder. Sabine Kassel, Organisations- und Personalentwicklung aus Nördlingen und Stephanie Holmes, Social Media-Expertin aus Nürnberg, kennen sich nicht. Beide kennen aber Dimitri Koranis, Einkaufsoptimierung für Unternehmen. Vier-Augen-Gespräche – auch außerhalb des Chapters – sind einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren auf dem Weg zu »Mehr Umsatz durch neue Kontakte und Geschäftsempfehlungen«. Stephanie Holmes sprach beim ersten Mal nur fünf Minuten persönlich mit Dimitri Koranis.

Fachlich und menschlich!

BNI ist ein Marketingsystem. In den Chaptern werden die Teilnehmer quasi wöchentlich auf fachliche und menschliche Qualität »geprüft«. Vier-Augen-Gespräche helfen dann, das eigene Netzwerk und die Verknüpfungspunkte mit Unternehmen, zu denen man persönlich keinen Zugang hat, zu erweitern. Dabei ergeben sich oft ungewöhnliche Kombinationen. In diesem Fall arbeiteten nicht nur Frau Kassel und Frau Holmes für den Kunden optimal zusammen, sondern auch noch weitere Gewerke aus dem BNI-Netzwerk. Mit seinen bisherigen Strategien konnte der Auftraggeber, der auf der Suche nach Bauingenieuren ist, nicht die gewünschten Ergebnisse erzielen. Heute ist der Kunde mit der hohen Qualität der Arbeit und der nahtlosen Zusammenarbeit aller Beteiligten sehr zufrieden. Sein Image als Arbeitgeber steigt.

Das Ergebnis

Gute Vier-Augen-Gespräche können nicht nur Dienstleister und Aufträge, sondern auch Spezialisten zusammenbringen. Für den Kunden kann das heißen, für einen Bruchteil der Kosten, die er vor der Zusammenarbeit mit den BNI-Spezialisten investiert hat, bessere Ergebnisse zu erzielen. Die Arbeit mit diesem Kunden war das größte Projekt, das Frau Holmes in 2013 durchgeführt hat. Auch für Frau Kassel ist das Projekt eines der größten, die sie je abgewickelt hat. Der besondere Charme liegt darin, dass der Auftrag erst durch BNI möglich wurde und zum Großteil BNI-qualifizierte Unternehmer an diesem Projekt beteiligt wurden.

Stephanie Holmes
Chapter SIGENA, Nürnberg
YNovation Social Media
+49-177-3081845
stephanie.holmes@ynovation.de

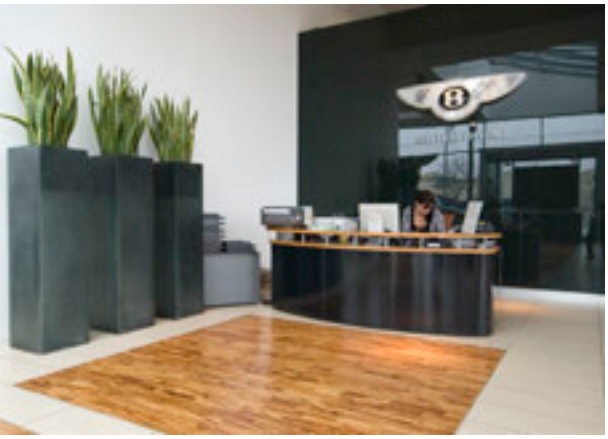
Sabine Kassel
Chapter SOGSELLSO, Nördlingen
Kassel und Partner Unternehmensberater
+49-7321-3551071
info@kasselundpartner.de

»Für mich hat Fotografie von toter Materie, wie Gebäuden, technischen Dingen, Anlagen, Maschinenteilen, viele Parallelen zur erotischen Fotografie.«

Mut zur Spezialisierung

Zukünftige Erfolge erarbeiten

Klare Positionierung, kleinere Zielgruppe, bessere Chancen auf qualifizierte Empfehlungen. Drei Jahrzehnte Selbstständigkeit in den Bereichen Architektur, Grafikdesign und Fotografie alleine haben nicht gelangt, um den konsequenten Schritt zur reinen Spezialisierung auf die persönlichen Leidenschaften zu bewerkstelligen. Die Teilnahme am BNI-Marketingprogramm gab dann den Ausschlag! Seit Januar 2014 firmiert Gottfried Frais unter LICHTZEICHEN photo grafic und begeistert sich nur noch für Aufträge rund um Architektur, Design und Industriekultur.



Mut zum Speziellen

Seit Juni 2009 ist Gottfried Frais aktiver Teilnehmer im Chapter STRAUSS in Wien. Gut 220 Meetings, 205 gegebene und 90 erhaltene Empfehlungen später ist der Mut da, für das zu stehen, was Gottfried Frais mit seinem Herzblut unterschreibt: erotische Fotografie von Architektur, Design und Industriekultur. »Für mich hat Fotografie von toter Materie, wie Gebäuden, technischen Dingen, Anlagen, Maschinenteilen, viele Parallelen zur erotischen Fotografie«, meint der Künstler im Unternehmer Gottfried Frais. »Die erotische Fotografie zeigt nie ganze Körper, voll ausgeleuchtet. Ich gestalte Bilder mit einfachsten Mitteln, interessanten, minimalisierten Ausschnitten, oft auch mit sparsamster Beleuchtung, um wirklich nur das Notwendigste sichtbar zu machen – den großen Rest überlasse ich der Fantasie, der Kreativität der Betrachter.«

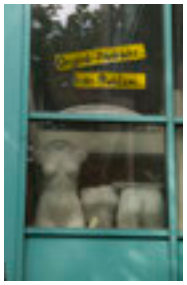
Wunschkunden formulieren

Für den Architekten, Grafiker und Fotografen war es am Anfang nicht einfach, klar zu definieren, wer wirklich von seinen Arbeiten profitiert. Er war auf der Suche nach Menschen, die gute Bilder wollten. Aber wollen wir das nicht alle? Und sind wir »Normalen« bereit, dafür einen hoch ausgebildeten Spezialisten zu bezahlen? Heute sucht Gottfried Frais nur noch Kontakte aus dem Spektrum »gehobene Immobilie«, egal ob Architekt, Bauträger, Inneneinrichter oder Designer sowie anspruchsvolle Kunden aus dem Bereich »Engineering«, die dafür brennen, toter Materie echte Emotionen einzuhauchen. Für Käufer anspruchsvoller Gebäude, Interieurs und Industriedesign-Produkte sind Emotionen essentiell und eine aussagekräftige Präsentation die Voraussetzung, das angestrebte Ziel (kaufen oder verkaufen) zu erreichen.

Sein größter Wunsch …

ist, einem ausgewählten Kunden auf der wohl exklusivsten Oldtimerveranstaltung der Welt, dem Concours d'Elegance in Pebble Beach, Kalifornien, mit außergewöhnlichen Aufnahmen einen Herzenswunsch, wie ein exklusives Magazin, ein Buchprojekt oder eine eigene Firmenausstellung zu erfüllen.

Gottfried Frais
Chapter STRAUSS, Wien
LICHTZEICHEN photo & graphic e.U.
+43-676-4019049
atelier@lichtzeichen.cc



Lichtspiele

Foto: © Gottfried Frais · www.lichtzeichen.cc

Foto: privat

50 000 Euro Umsatz quer durch Deutschland

Große BNI-Chancen für Spezialisten

In Bayern sagt man: »Was der Bauer nicht kennt, das frisst er nicht!« Die Vermittlung von ausländischen Fachkräften ist ein echtes Vertrauensgeschäft. BNI-Unternehmer Stephan Behringer konnte in den vergangenen 12 Monaten durch BNI-Empfehlungen 15 spanische Fachkräfte in Lohn und Brot bringen. Sechs BNI-Unternehmer von Hamburg bis München konnten so ihre Personallücken schließen und ihren Kunden zugesagte Leistungen zur zugesagten Zeit erfüllen. Ein großer Nutzen für die Handwerker, ein klarer Nutzen für den Personaldienstleister. Knapp 30 % des Jahresumsatzes bedeutet das für Stephan Behringer und seine POD Int. Personalberatung GmbH.

Bedarf erkennen und befriedigen

Wer weiß nicht, wie schwierig es ist, einen guten Handwerker aus dem Bereich Sanitär-Heizung-Klima (SHK), Kältetechnik und Elektro ins Haus zu bekommen? Das liegt auch daran, dass in Deutschland einfach Fachkräfte fehlen. In Spanien sieht es anders aus. Gute Fachkräfte suchen eine Perspektive. Was fehlt, sind Sprachkenntnisse, die Kontakte und das Vertrauen zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Diese Lücke schließt die Firma von Stephan Behringer. Er spricht selbst fließend spanisch und kümmert sich persönlich um die Personalauswahl sowie Schulung vor Ort in Spanien vor der Ankunft in Deutschland.

Von Bayern bis Hamburg, dank BNI

BNI Connect und die BNI-Partnerdirektoren waren dabei hilfreich. Der Vertrauensvorschuss der BNI-Philosophie war oft der Türöffner. Mittlerweile konnten bereits knapp 50 spanische Handwerker an deutsche Betriebe vermittelt werden. Insgesamt acht Spanier sind bei den sechs Betrieben angestellt, welche Stephan Behringer direkt über das BNI Connect-Netzwerk ausfindig machen konnte. Diese befinden sich in Bayern, Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen und Hamburg. Durch Folgeempfehlungen konnten dann weitere sieben Fachkräfte vermittelt werden.

Der Nutzen von BNI für den Unternehmer

Stephan Behringer: »Dank der einfachen Suchfunktion von BNI Connect und des Vertrauensvorschusses innerhalb von BNI hatte ich die Möglichkeit, mein für die meisten Betriebe doch recht ungewöhnliches Unterfangen dem jeweiligen Geschäftsführer persönlich, von BNI-Mitglied zu BNI-Mitglied, erklären zu können.« BNI ist ein klarer Mehrwert für Geschäfte, die das besondere Vertrauen benötigen!

Stephan Behringer
Chapter SILVANER, Region Würzburg
POD Int. Personalberatung GmbH
+49-170-4072630
s.behringer@pod-personalberatung.de

121 Wohneinheiten auf einer Empfehlung

Unabhängig davon, dass solche Projekte nicht alltäglich sind, ist Philip Krauss der Meinung dass:

1. die persönliche innere Einstellung zum Thema Netzwerken ausschlaggebend ist.

2. man trotz Türöffner versiert sein muss, in dem was man tut, professionell arbeiten und den Kunden stets nach bestem Wissen und Gewissen bedienen muss.

3. man Freude an den Menschen im Netzwerk haben sollte. Geduld und stetes Engagement zahlen sich langfristig immer aus.

Gut Ding will Weile haben!

Netzwerken ist ein langes Spiel

»Das, was Du gibst, geht nicht verloren. Es wird irgendwo Früchte tragen«, meint Philip Krauss, Immobilienmakler aus Stuttgart und BNI-Mitglied seit Juni 2010 im Chapter JUMP. Dass diese Einstellung für ihn stimmt, beweist diese Geschichte. 174 BNI-Meetings und genau 174 gegebene Empfehlungen später erzählt er von seiner besten Empfehlung, die er bisher erhalten hat: die Vermittlung von 121 Wohneinheiten durch eine einzige Empfehlung.

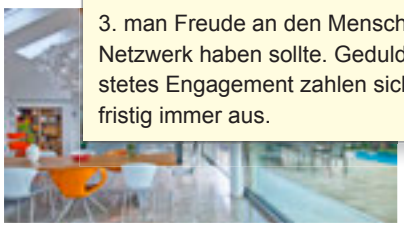
Einstellung

Er lebt das Netzwerken, die Beziehungspflege, den Austausch mit anderen, auch wenn es nicht immer sofort zum eigenen persönlichen Nutzen ist. »Das muss auch nicht sein, denn allein das Geben birgt einen Wert in sich…«, so der Immobilienmakler aus Stuttgart. Im Jahr 1995 hatte er einen schweren Autounfall. Dieser signifikante Lebenseinschnitt lässt ihn heute das tägliche Leben anders wahrnehmen, als vor dem Unfall.

Eine Empfehlung ist nur eine Empfehlung!

Wow, dachte er – das ist ja ein Volltreffer! Doch ein Türöffner bedeutet nicht automatisch einen Verkaufsabschluss. Bei Maklerprojekten in dieser Dimension werden stets mehrere Profis auf Herz und Nieren geprüft. Er hatte sich schließlich gegen zehn weitere Makler durchsetzen **und** anschließend das Projekt zwei Monate **vor** dem vereinbarten Zieltermin abwickeln können! Netzwerken bringt einen weiter, wenn man bereit ist, sich aktiv mit einzubringen und stets sein Bestes gibt – ganz gemäß dem Motto: Wer gibt gewinnt!

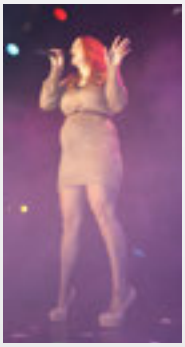
Philip Kraus
Chapter JUMP, Stuttgart
Immobilienmakler
+49-151-56275057
kontakt@philip-krauss-immobilien.de



Fotos: © Gottfried Frais · www.lichtzeichen.cc

10 Jahre BNI

Ende September 2013 war es soweit, BNI Berlin und das Chapter BÄR feierten ihr 10-jähriges Bestehen. Rund 220 Unternehmer und Selbstständige aus Berlin, Deutschland und Österreich folgten der Einladung ins TIPI am Kanzleramt zu einem aufregenden Abend. Das Programm wurde von BNI-Mitgliedern für BNI-Mitglieder realisiert. Überwiegend BNI-Mitglieder und Gäste, die in den letzten 10 Jahren ein Chapter in Berlin besucht hatten, durften an diesem Abend aktiv mitwirken, vom Essen bis zum letzten Showact, fast alles »Made by BNI«.



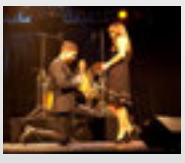
BNI Berlin feiert im TIPI

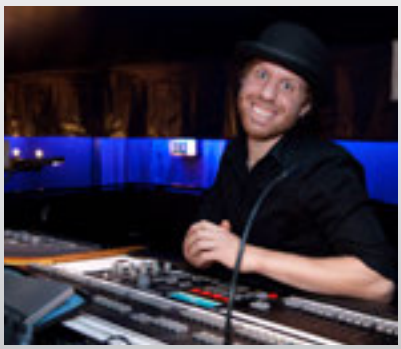
So feiert BNI

Helga Jäger fasste gemeinsam mit Dr. Thomas Jäger, BNI-Exekutivdirektor in Berlin, ihre Eindrücke so zusammen: »An unsere 10 Jahre BNI Jubiläumsfeier werden wir uns alle noch lange erinnern! Es war ein Event der Spitzenklasse, dank Frank Hüpperling, von Hause aus Architekt, hier Moderator, Stepptänzer, Drummer und Organisator, an seiner Seite Thorsten Brede, DJ und technischer Leiter und die vielen, vielen anderen, die bei den Vorbereitungen geholfen haben oder mit einem Auftritt zum Erfolg beigetragen haben. Und alle hatten **Spaß** dabei!«

Netzwerken boomt

In Berlin netzwerken in 12 BNI-Chaptern über 243 Mitglieder, die im Jahr 2013 9019 Empfehlungen getauscht und dafür Umsatz-Dankeschön in Höhe von 10,2 Mio. Euro zurückgemeldet haben.





Fotos: BNI Fototeam Stefan Büchner und Hannelore Schild-Vogel · www.stefanbuechner.com · www.foto-schild-vogel.de

BNI sucht Franchise-Partner in Deutschland

Die hell markierten Regionen sind noch zu vergeben.

Kennen Sie jemanden, für den diese Chance interessant sein könnte?

Empfehlen Sie uns Partner, die gerne eine BNI-Region aufbauen wollen und können.

Wir suchen Unternehmer, die nachweislich erfolgreich sind und für ihre weitere Entwicklung eine anspruchsvolle Aufgabe suchen.

Wir bieten eine starke Marke und einen immensen Pool an Know-how.

Wir suchen aktuell noch Franchise-Partner für Oldenburg, Rostock, Göttingen, Potsdam, Magdeburg, Halle, Recklinghausen, Erfurt, Zwickau, Koblenz, Saarbrücken.

Anregungen, Empfehlungen und Tipps nehmen wir gern entgegen unter info@bni-no.de oder direkt per Telefon unter +49-711-89660460.

www.bni.de

»Mein Mann und ich haben uns 2006 für den Kauf der Region Nürnberg entschieden. Wir haben miterlebt, wie sich BNI zu einem richtig guten Franchisesystem entwickelt hat, das heute viel Unterstützung im Geschäft bietet und trotzdem viel Raum für Eigeninitiative und Kreativität lässt. Uns gefällt nach wie vor das großartige Produkt einer unnachahmlichen Konzeption, die nun auch in unseren Regionen hunderte von Unternehmerinnen und Unternehmern nicht nur erfolgreich miteinander, sondern mit der ganzen Welt verbindet. Unsere Tochter ist mittlerweile mit eingestiegen – gibt es einen besseren Beweis für die Attraktivität von BNI?«

Christiane Zahn
Exekutivdirektorin Nürnberg-Regensburg

Impressum
SuccessNet ist die DACH-Ausgabe der Mitgliederzeitung von Business Network International.

Herausgeber
Michael Mayer
Harald Lais
Nationaldirektoren
Österreich und Deutschland

Chefredaktion
Robert Nürnberger
+49-711-89660461
r.nuernberger@bni-no.de

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

Redaktion
MYRMEX public relations
Stefan Kaus
+49-172-8618622
ska@myrmex-pr.de

Lektorat
Ruth Sixt
Agentur für SprachenService
+49-89-31099347
rs@ass-agentur.de

Titelfoto
Gottfried Frais
www.lichtzeichen.cc

Gestaltung und Satz
TypoKonzept
+49-89-2809090

Druck
Rolf Josephs
Stulz Druck und Medien GmbH
+49-89-86389290
Info@stulz-druck-medien.de