

# Auf fette Beute aus

Beim Frühstück des Business Network International geht's um viel Geld – für Neulinge ist das allerdings sehr verwirrend

Von Claudia Wessel

**München** – Für Dirk Bredtmann läuft's heute Morgen richtig gut. Er bekommt nicht nur den „Oscar“ für die beste Präsentation, sondern auch noch eine beträchtliche Empfehlung. „Mein Mann braucht einen Volvo“, verkündet von hinten eine Zahnärztin, spezialisiert auf Kiefergelenke. Und den wird er ganz sicher bei Bredtmann, dem Autohändler, erstehen. Bei einem der nächsten Frühstücke darf der dann sein „Umsatzdanke“ vortragen und sein Kartchen für die Statistik einreichen. Die Summe von 50 000 Euro, die vermutlich darauf stehen wird, löst gewiss frenetischen Applaus aus. Entspricht sie doch perfekt dem Motto, das die hier versammelten Geschäftsleute mit Augenzwinkern und dem doch gebotenen Ernst über ihr Tun stellen: „Allzeit fette Beute“.

Es ist inzwischen nach 8 Uhr im Restaurant Conti an der Max-Joseph-Straße, passenderweise nahe beim Haus der bayerischen Wirtschaft. Hier trifft sich das „Chapter Dolomit“ des Business Network International (BNI) jeden Dienstag zu sehr früher Stunde. Das Netzwerk stammt aus den USA, wo es vor 27 Jahren von Professor Ivan Misner erfunden wurde. Dem Unternehmensberater war ein großer Auftrag weggebrochen, er fragte bei seinen Geschäftsfreunden nach, ob sie ihm helfen könnten. So entstand das Netzwerk, das inzwischen aus 6500 Chapters in 48 Ländern besteht. Die deutsche Sektion gibt es seit 2003. In München selbst gibt es acht Chapter, in der Region 20, in Südbayern mehr als 200. Ein Chapter ist eine Gruppe mit rund 20 Personen aus verschiedenen Branchen. Eine Doppelung ist ausge-

schlossen, damit bei Empfehlungen keiner in Gewissenskonflikte kommt. Wenn es nur einen Anwalt in der Gruppe gibt, ist der Auftrag klar: Diesen soll man so oft wie möglich an Bekannte außerhalb des Chapters weiterempfehlen. „Don't sell to the room“ lautet ein Grundsatz. Nicht an die Leute im Raum soll man etwas verkaufen, sondern nach draußen.

Wer bei BNI mitmachen will, muss früh aufstehen. Denn jede Woche steht ein Frühstück auf dem Programm, für Mitglieder ist die Teilnahme Pflicht. Beginn: 6.45 Uhr. Ende: 8.30 Uhr. Eine kurze, aber adrenalineschwangere Zeit, in der nicht einfach nur geplaudert wird, sondern knallharte Deals gemacht werden. Freundlichen Applaus gibt es für die 30 beziehungsweise 60 Sekunden dauernden Vorstellungen der Einzelnen, in denen sie schildern, was sie machen und was für Kunden sie suchen. Richtig heftiger Beifall dagegen brandet auf, wenn die Facts genannt werden: „Ich habe zwei Empfehlungen.“ Was auf Deutsch heißt: Ich werde bei zwei Leuten aus diesem Netzwerk etwas kaufen.

Als Untermauerung dieser Ankündigung wird ein Empfehlungszettelchen an den Glücklichen weitergereicht. Und dabei bleibt es nicht. Bei einem der nächsten Frühstücke folgt der „Realitätscheck“: Aus dem Stapel der Empfehlungszettelchen werden einige gezogen und nachgefragt, was draus wurde. „Wir schreiben gerade das Angebot“, „Termin beim Zahnarzt ist schon gemacht“ sind dann die erfreulichen Antworten.

Das Chapter möchte aber nicht unter sich bleiben. Jedes Mitglied ist aufgerufen, zu den Frühstücken jeweils zwei bis fünf Gäste mitzubringen. An diesem Dienstag Ende November ist überdies

„Besuchertag“, sodass besonders viele Neue da sind. Das Restaurant ist voll, aber jeder kommt dran. Die Neuen haben 30 Sekunden, um sich vorzustellen, die Mitglieder 60 Sekunden. Mitglieder erkennt man außerdem daran, dass sie nicht nur reden, sondern auch ein bisschen spielen: Sie haben alle ein Accessoire dabei, das ihre Branche symbolisiert. Der Mann vom Bau setzt erst mal einen Helm auf, der Drucker rührt in schwarzer Farbe, der Architekt hat ein Modell in der Hand. Bei der Vorstellung ist natürlich überdies Witz gefragt. Nicht umsonst bekommt Dirk Bredtmann, der übrigens auch der derzeitige Chapterpräsident ist – dieser wird alle

Für den besten  
Auftritt gibt es  
einen „Oscar“.

sechs Monate neu gewählt –, heute den „Oscar“, eine Figur, die bei jedem Frühstück weitergereicht wird. Unter anderem für seinen Satz: „Autos kann man nicht wie Menschen behandeln. Autos muss man lieben.“ Doch nicht nur er hat sich ins Zeug gelegt, um im Gedächtnis der Anwesenden zu bleiben. „Wenn's bei Ihrem Nachbarn knackt, schicken Sie ihn zu mir“, sagt die Kiefergelenk-Expertin. „Wir vollstrecken sehr intensiv, damit Sie zu Ihrem Geld kommen“, verkündet ein Anwalt.

Die ungewöhnlichsten Branchen sind an diesem Morgen hier vertreten. Der Mann, der auf die Herstellung von Kirchenkerzen spezialisiert ist, und der Experte für Körpersprache; die Frau, die Maßanzüge für Männer macht und ver-

kündet: „Der Mann ist das Bild, ich mache den Rahmen.“ Die Haarstylistin, die behauptet, im Raum habe sichtbar „der ein oder andere Bedarf“, oder die „Beraterin der chinesischen metaphysischen Wissenschaften“, die alles über Lebensenergie und Feng Shui weiß und die verkündet: „Auch wenn jemand die Rechnung nicht bezahlt, kann man mit Energie Abhilfe schaffen.“

Zum heutigen Besuchertag hält Blumentritt noch eine allgemeine Ansprache über BNI. „Wer gibt, gewinnt“, erklärt er. Was bedeutet: Wenn ich von jemandem empfohlen werde, revanchiere ich mich natürlich. Er selbst habe in den sechs Jahren seiner Mitgliedschaft rund 1000 Empfehlungen ausgesprochen, sei selbst etwa 520-mal empfohlen worden und habe daraus an die 320 erfolgreiche Mandate bekommen.

Die Neuen, die an diesem Morgen so früh aufgestanden sind, sind beeindruckt. Beim Frühstück wurden 38 Empfehlungen ausgesprochen und „Umsatzdankes“ für 30 860 Euro mit Beifall bedacht. Ja, Interesse habe er schon, sagt Andreas Orzol, der IT- und Mediendienstleistungen anbietet. Aber es ging alles so schnell, und es waren so viele Leute. Ein bisschen verwirrt wirkt er noch und will sich deshalb noch ein zweites Frühstück anschauen, bevor er entscheidet, ob er Mitglied werden will. Wer zu einem der Frühstücke kommen möchte, sollte sich übrigens auf [www.bni-munich.de](http://www.bni-munich.de) anmelden. Und etwas ganz Wichtiges nicht vergessen: einen dicken Stapel Visitenkarten, die im Saal verteilt werden. Wenn man die Karten später anschaut, erinnert man sich. Und wenn dann mal das Kiefergelenk knackt oder jemand einen Volvo braucht – dann weiß man gleich wohin.