

BNI® Chapter Pinnau

Vom Frühstück als Marketingwerkzeug

Das Business Network International Chapter Pinnau stellt sich vor

Rellingen (olz). Knapp 800 Euro pro Jahr ist es den Teilnehmern wert, einmal pro Woche richtig früh gemeinsam zu frühstücken. Im noch recht jungen BNI-Chapter Pinnau tun sie das seit über zwei Jahren. Nicht zum Spaß, wie ihr Chapter-Direktor Ronald Billepp, hervorhebt. Sie säen Geschäftskontakte. Von der guten Ernte ihres morgendlichen Rituals sind sie so überzeugt, dass sie jetzt an den Ort ihrer ersten Zusammenkunft, das Hotel-Restaurant „Krupunder Park“, zurückkehrten, um ihr Konzept weiteren Interessenten bekannt zu machen.

BNI, das steht für Business Network International. 1985 in den USA gegründet, hat die Franchise-Kette einen Siegeszug über alle Kontinente angetreten. Nach eigenen Angaben gehören ihnen über 5800 Chaptern (Gruppen) in 45 Ländern inzwischen 133 000 Unternehmer an. Seit gut sieben Jahren blühen ihre frühen Frühstücksrunden auch in Deutschland auf. Ihr einziger Zweck ist das, was man früher verschämt „Vitamin B“ (für Beziehungen) nannte, was aber für jeden Gewerbetreibenden als „Netzwerken“ längst zum ganz und gar respektablen und sogar unverzichtbaren Bestandteil des



Vernetzung schon bei der ersten Tasse Kaffee. Frühaufstehen ist „in“ bei den Mitgliedern des Business Network International (BNI) Chapter Pinnau. Foto: Stolzenberg

Berufslebens geworden ist.

Aber wie rückt man sich oder die eigene Firma für potenzielle Kunden und Geschäftspartner mit knappen Worten ins rechte Licht? Viele haben dabei Hemmungen, und genau für sie hat BNI ein praktikables Ritual entwickelt: die 60-Sekunden-Präsentation. Soviel Zeit erhält jeder, um über dampfendem Kaffee Neugier am eigenen Tun zu wecken. Zehn Sekunden später gibt es die „Rote Karte“. Au-

ßer dieser wöchentlich wiederkehrenden Routine sind fünf dreistündige Trainingsveranstaltungen und allerhand schriftliches Material im Mitgliedsbeitrag inbegriffen, was den Frühaufstehern dabei hilft, das Werkzeug Empfehlungsmarketing souverän zu handhaben.

System basiert auf gegenseitiger Hilfe

Damit das funktionieren kann, darf jede Berufssparte nur einmal pro Chapter vertreten sein. Die Größe der Frühstücksrunde ist auf maximal 45 begrenzt. Das Netzwerken soll sich aber auch außerhalb dieser Zusammenkünfte fortsetzen. Jeder im Chapter verpflichtet sich, Produkte oder Dienstleistungen eines anderen Mitgliedes weiterzuempfehlen, falls ihm ein konkreter Bedarf bekannt wird. Genau deshalb ist die Visitenkarte ein so wichtiges Requisite, denn

auf deren Wirkung bauen die BNI-Jünger. Mundpropaganda ist der Kern ihrer Strategie. Grundlage sind gegenseitiges Vertrauen und Hilfsbereitschaft. Vergütungen oder Provisionen zwischen den Mitgliedern darf es nicht geben.

Funktioniert das wirklich? Katrin Schulte von der viscosis Agentur für Marketing und Werbung schwört seit 2008 darauf: „Das hier hat mir schon viele neue Kunden eingebracht.“ IT-Dienstleister Kersten Glout hat als Jungunternehmer ebenfalls beste Erfahrungen in der Pinnaugruppe gemacht. Ebenso Julia Schachta von Creditreform Pinneberg. Gemeinsam mit Volvo-Händler Bastian Berschiek und dem Heizungs- und Sanitär-Experten Hans-Reinhold Scheel begrüßte sie diesmal im „Krupunder Park“ die potenziellen „Neuen“ aus 17 zusätzlichen Branchen, unter ihnen auch eine Künstlerin, die Malkurse veranstaltet, und eine Bestatterin.

Es gibt viele Methoden, seinen Forderungen Gehör zu verschaffen. Eine der sichersten hat einen Namen: Creditreform.

Creditreform
Creditreform Pinneberg
Tel. 04101 - 541440
www.creditreform-pinneberg.de