

LOKALES

„Gibst du mir, geb' ich dir“

Mehr Umsatz im Netzwerk: BNI-Unternehmergruppe „Amisia“ wurde am Donnerstag bei Rielmann gegründet

40. RHEINE. Brütchen und Business – das passt bei BNI durchaus zusammen: Im Alten Gasthaus Rielmann in Altenrheine wurde am Donnerstagmorgen das Chapter „Amisia“ (lat. „Jams“) gegründet, ein lokales Unternehmernetzwerk. Insgesamt gibt es im BNI-Bezirk Nordwest 14 solcher lokalen BNI-Gruppen, unter anderem in Münstereifel, Bielefeld, Osnabrück und Paderborn.

Wer Mitglied im BNI ist oder werden will, muss nicht nur ein besonders kontaktfreudiger Unternehmer, sondern auch Frühhafter sein: Rund 100 Firmenchefs aus dem Raum Rheine – vom Anwalt bis zum Zahnarzt – drängeln sich am Donnerstagmorgen bereits kurz vor sieben im Eingangsbereich des Saales Rielmann. Auch die wöchentlichen Frühstückstreffs beginnen bereits um sieben Uhr. Denn Zeit ist Geld. Und Geld, möglichst mehr Geld, verdienen wollen alle, die zu diesem BNI-Gründungsstreffen gekommen sind.

Bei Lachs-, Käse- und Wurstbrütchen erläutert dann Britta Deuwerth die Vorteile von BNI. Die eloquente Dame aus Osnabrück, Betriebswirtin und selbst Chef eines Unternehmens für Office-Lösungen, ist selbst Mitglied im BNI-Unternehmerkreis Osnabrück und hat überzeugende Zahlen mitgebracht: 6200 BNI-Gruppen in 44 Ländern mit 145000 Mitgliedern generieren 2011 mit 6,5 Millionen Empfehlungen ein Umsatzplus von mehr als 2,1 Milliarden Euro – und das, ganz provisionsfrei, nur durch die Vermittlung von neuen Geschäftskontakten.

Das System BNI ist einfach. Es lautet: „Gibst du mir, geb ich dir“. Wer seinen BNI-



Qualifizierte Geschäftsempfehlungen – das ist das Prinzip von BNI. Im Alten Gasthaus Rielmann in Altenrheine wurde am Donnerstag die Unternehmergruppe „Amisia“ im BNI-Bezirk Nordwest gegründet. Foto: Dierkes

Partnern möglichst viele neue Kunden, Klienten, Patienten oder Mandanten vermittelt, wird auch selbst häufiger mal empfohlen, kommt so an neue Kunden und höhere Umsätze.

Wie das funktioniert, probieren die Teilnehmer des Unternehmerfrühstücks bei Rielmann dann gleich mal aus – und tauschen ihre Visitenkarten. Wer zum

Schluss die meisten Karten hat, gewinnt. Der Gewinner bringt es auf stolze 29 Karten. Als Belohnung gibt es ein Buchpräsent.

Wie die pfiffige Kurzpräsentation eines Unternehmens aussieht könnte, zeigen dann 20 Unternehmer unterschiedlichster Branchen aus Rheine und Umgebung. In nur 60 Sekunden stellen sie Unternehmen

und Geschäftsfeld vor und empfehlen sich damit wärmstens künftigen Kunden.

BNI funktioniert nur, wenn einige Spielregeln eingehalten werden. Welche das sind, erläutert Britta Deuwerth: Regelmäßige Anwesenheit bei den wöchentlichen Meetings, Pünktlichkeit, Hilfsbereitschaft, Verlässlichkeit, seriöses Ge-

schäftsgebaren und die Bereitschaft, sich in den BNI-Trainings – inklusiv im Mitgliedsbeitrag enthalten – fortzubilden.

Typisch amerikanisch kommt BNI daher. Das Netzwerk ist kein Kaffeekränzchen, sondern ganz klar auf Umsatzsteigerung fokussiert. „Aber ist das nicht das Ziel eines jeden Unternehmers?“, gibt Bernd Harenkamp, ge-

bürtiger Rheinenser und BNI-Bezirksdirektor Nordwest, zu bedenken. Angefangen hat der Kaufmann bei BNI ehrenamtlich, heute ist es für ihn ein Fulltime-Job. „Wir erwarten von unseren Mitgliedern einen gewissen Einsatz, daraus machen wir gar keinen Hehl“, so Harenberg. „Eine Geschäftsempfehlung pro Woche sollte es schon sein. Aber das ist ein Prozess, der sich entwickelt. Später läuft das ganz von selbst.“ Wer allerdings gar nicht aus dem Quark kommt, nur Empfehlungen einsackt, aber nichts zurückgibt, dessen BNI-Mitgliedschaft wird irgendwann nicht mehr verlängert.

Nach 90 Minuten ist die Präsentation beendet. Endlich Zeit, ins Gespräch zu kommen. Markus Bier, Chef einer großen rheiner Anwaltskanzlei, ist noch skeptisch. Als Anwalt muss er besonders genau überlegen, wenn er seinen Mandanten einen BNI-Partner empfiehlt. Ausschlaggebend ist für ihn der persönliche Eindruck, der direkte Umgang, das offene Gespräch. Bier: „Das können Computer-Netzwerke nicht leisten.“ Überzeugt von BNI ist Torsten Eilinghoff von der rheiner Werbeagentur Eilinghoff-Team. Erst seit sechs Wochen Mitglied in der Gründungsgruppe, ist er bereits Leiter der neuen BNI-Gruppe „Amisia“. Eilinghoff: „In unserer Branche sind Geschäftskontakte alles.“

Zurzeit hat die BNI-Gruppe „Amisia“ 20 Mitglieder. Nach dem Unternehmerfrühstück bei Rielmann lagen mehrere neue Mitgliedsanträge bei Bernd Harenkamp auf dem Tisch. Angepeilt sind 40 Mitglieder. Harenkamp ist optimistisch. „Da kommen wir hin, gar keine Frage.“

Zum Thema

Zum Thema: Unternehmer-Netzwerk BNI wurde 1985 in den USA gegründet

Das Business Network International (BNI) wurde 1985 in den USA gegründet und ist heute nach eigenen Angaben die größte und erfolgreichste internationale Unternehmervereinigung für Geschäftsempfehlungen weltweit. Im BNI sind derzeit über 145.000 Unternehmer in über 6500 sogenannten „Chaptern“ (lokale Gruppen) in 50 Ländern vertreten.

Hauptzweck von BNI ist der Austausch von qualifizierten Geschäftsempfehlungen, um neue Kunden zu gewinnen und so den Unternehmensumsatz zu steigern. Damit sich Mitbewerber nicht gegenseitig die Kunden abjagen, wird in einer lokalen BNI-Gruppe jeweils nur ein Vertreter pro Berufskategorie bzw. Branche zugelassen. Die zusätzlichen Umsatz-

steigerungen werden durch ein komplexes Rückmeldungssystem festgehalten. Wer Mitglied werden will, wird auf seine Seriosität geprüft, denn ein einwandfreier Leumund ist quasi das Geschäftskapital von BNI. Ein besonderes Merkmal ist der persönliche Kontakt. Dies unterscheidet BNI etwa von Business-Netzwerken wie Xing. Die Mitglieder der lokalen

Unternehmergruppen – von A wie Anwalt bis Z wie Zahnarzt – treffen sich einmal wöchentlich zum Frühstück und gegenseitigen Austausch. Kostenlos ist BNI nicht: Eine zweijährige Mitgliedschaft kostet 1590 Euro. Außerdem wird eine Aufnahmegebühr von 150 Euro berechnet. Im Jahresbeitrag sind bis zu vier Business-Trainings-einheiten enthalten.