

Die Netzwerktätigen

Das „Business Network International“ ist nach eigenen Angaben der größte Empfehlungs-Verband für Unternehmer weltweit. Das Geschäftemachen folgt strengen Regeln. Von Daniel Krauser

Ooooch“, sagt die Heilpraktikerin. „Ooooch. Autsch. Aua. Aaaach, aach, ach nee. Nee, nee. Mmmm.“ Kurzes Innehalten, schneller Blick auf die innere Uhr. So viel Zeit muss dann doch noch sein: „Wenn Ihnen der Rücken wehtut, rufen Sie mich an.“ Helles Gelächter im Raum. Die Sonne hat es immer noch nicht geschafft, sich über den Horizont zu schieben. Wahrscheinlich hat sie's im Rücken.

Es ist kurz nach sieben Uhr, und die Nacht deckt noch den Flughafen in Mannheim-Neustadt zu. Netzwerke im „Business Network International“ (BNI) ist nichts für Morgenmuffel, und die frühe Uhrzeit der Treffen im Restaurant neben dem Flughafen ist dem gewissenhaften unternehmerischen Umgang mit dem eigenen Zeitbudget geschuldet: „Man trifft sich um sieben, um sich gegenseitig nichts von der Arbeitszeit zu stehlen“, sagt Markus Kohlmeyer, Inhaber einer PR-Agentur aus dem vorderpfälzischen Dannstadt, und grinst.

Die Treffen sind eine Mischung aus Unternehmertreffen, Erweckungspredigt und Tupperparty.

Sie sind, wenigstens für Außenstehende, eine Mischung aus Unternehmertreffen, US-amerikanischer Erweckungspredigt und Tupperware-Party, die Treffen der BNI-Gruppen, „Chapter“ genannt. Rund 200 davon gibt es nach BNI-Angaben in Deutschland. Weltweit sollen es gut 5800 mit über 130.000 Mitgliedern sein – und rein kommt man zumeist nur auf Einladung. Um das zu tun, was – je nach Betrachter – entweder gut organisiertes wirtschaftliches Netzwerken oder schon das Knüpfen wirtschaftlicher Seilschaften für Fortgeschrittene darstellt.

Im Grunde arbeiten die BNI-Mitglieder als Akquisiteure füreinander

FRÜHAUFSTEHER

Um sieben Uhr morgens treffen sich die Mitglieder der „Business Network International“-Gruppen wie die des Chapters Heine in Mannheim. Um sich gegenseitig nichts von ihrer wertvollen Arbeitskraft zu stehlen. (foto: kunz)



DAS NETZWERK

MEHRWERT

Das Business Network International (BNI) wurde 1985 in den USA gegründet. Heute gibt es laut BNI-Angaben Gruppen (Chapter) in über 44 Ländern. Der im Netzwerk generierte Mehrumsatz lag 2010 laut BNI weltweit bei rund 2,8 Milliarden US-Dollar. (dlk)

– verschaffen sich also gegenseitig Aufträge. Das spezielle Flair – und nach BNI-Meinung auch das spezielle Erfolgsrezept – liegt darin, dass diese gegenseitige Hilfe bei der Auftragsgewinnung sehr strukturiert und sehr reglementiert stattfindet. Und sehr öffentlich.

Das, was die Heilpraktikerin gerade gemacht hat und der Personal-Trainer, der Hotelier und die Galeristin noch vor sich haben, ist die öffentliche Vorstellungsrunde zu Beginn jeder Sitzung. 50 Sekunden hat jedes der Mitglieder im Mannheimer Chapter „Heine“ Zeit, die Stärken seines Betriebs herauszustellen – und seine Wünsche nach Kunden zu artikulieren. Wenn sich Chapter-Direktor Tilo Freudenberger, von Beruf Hautarzt, von seinem Stuhl erhebt, heißt das:

Die Zeit läuft ab, und bestimmtere Signale wird Freudenberger heute morgen nicht aussenden müssen. Man ist offensichtlich trainiert in der knappen Selbstdarstellung. Die Treffen sind „eine Riesenschule in der Präsentation“, sagt die Heidelberger Galeristin Petra Kern.

Auf die Vorstellungsrunde folgt das eigentliche Kerngeschäft der Netzwerktätigen – und das läuft darauf hinaus, dass der Hautarzt dem Schreiner genauso Arbeit verschafft wie der Architekt der Wellness-Beraterin. Und damit Geschäftspartner empfiehlt, von deren Seriosität er selbst überzeugt ist. „Wenn jemand hier Mist baut, fällt das sehr schnell auf“, sagt Kern.

Jedes Mitglied des Mannheimer Chapters ist angehalten, pro Woche

mindestens eine Empfehlung für andere Chapter-Mitglieder vorzuweisen – schriftlich und in dreifacher Ausfertigung auf eigenen Laufzetteln. Eine Kopie der Empfehlung geht ans Chapter, „wir kontrollieren das auch“, sagt Dagmar Börsch, Projektmanagerin aus Ludwigshafen und Besucherbetreuerin der Mannheimer Gruppe.

Was den Druck auf die Mitglieder erhöht, Aufträge für andere Chapter-Mitglieder heranzuschaffen – aber alleine das Abfragen in öffentlicher Runde und das anschließende Zelebrieren der Empfehlungs-Übergabe erzeugt wohl schon genügend davon: „Es wäre schön, wenn Sie eine Empfehlung hätten“, sagt Freudenberger zu einem Mitglied, das keine hat – freundlicher Ton, deutliche Botschaft, die durch die Gruppe als Resonanzkörper verstärkt wird.

1046 Empfehlungen haben die 36 Mitglieder des Mannheimer „Heine“-Chapters binnen eines halben Jahres erteilt und damit – laut Aushang im Frühstücksraum – Aufträge im Wert von 1,24 Millionen Euro generiert. 780 Euro beträgt der Jahresbeitrag für die Mitglieder.

Womit sich die Frage verknüpft, ob Netzwerken nicht auch gratis zu haben ist – und was von der gegenseitigen Auftragsbeschaffung generell zu halten ist. „Der Gedanke, der dahinter steht, ist nicht schlecht“, sagt Jochen Heck, Jurist bei der Kreishandwerkerschaft in Ludwigshafen. „Als geschlossenen Zirkel hielt ich es allerdings nicht für gut – und die Gebühren sind nicht wenig.“

„Wer gibt, gewinnt“, lautet allerdings das BNI-Motto, und das heißt für PR-Fachmann Kohlmeyer: im Jahr 2011 60.000 Euro Nettoumsatz zusätzlich über die Empfehlungen im BNI-Netzwerk. Und der Ludwigshafener Hotelier Sebastian Benke verweist auf einen weiteren Mehrwert der Treffen: „Es ist nicht nur der Umsatz – es ist auch der Bekanntheitsgrad.“

Der Name der Heilpraktikerin ist jedenfalls hängen geblieben. Frau Ooooch, Autsch, Aua.