

Blickpunkt Standort Emsdetten: Ein neues Netzwerk für die Wirtschaft

VR-Bank stellt ihre Führung ab 2017 neu auf

Zwei neue Bereichsdirektoren

EMSDETTEN. Ab dem 1. Januar 2017 fungiert die VR-Bank Kreis Steinfurt eG mit einer neu aufgestellten Führungsspitze. **Friedhelm Hagemann** (Foto, l.) und **Wilfried Köster** (Foto r.) übernehmen ab diesem Zeitpunkt gemeinsam die Leitung der Firmenkundenbank als Bereichsdirektoren. Beide blicken auf eine langjährige Erfahrung im Firmenkundengeschäft zurück und bringen ideale Voraussetzungen mit, um den Bereich auch zukünftig erfolgreich zu führen, so die VR-Bank in einer Pressemitteilung.



Sie lösen **Jürgen Feistmann** auf seiner Position ab, der schon im Oktober des vergangenen Jahres zum Generalbevollmächtigten ernannt worden war. Zum 1. Januar 2017 übernimmt er diese Funktion vollständig und

entlastet somit den Vorstand im Marktbereich. Im Bereich der Marktfolge wird **Benno Völler**, ebenfalls Generalbevollmächtigter, den Vorstand unterstützen.

Vorstandsmitglied **Franz-Josef Konermann** wird die VR-Bank zum 30. Juni 2017 verlassen und tritt dann in den wohlverdienten Ruhestand ein – die EV berichtete vor kurzem über die Personalie. Ab diesem Zeitpunkt führen die Vorgesetzten **Hubert Overesch** und **Ulrich Weßler** die VR-Bank Kreis Steinfurt eG zu zweit weiter.

„Wir sind fest davon überzeugt, dass wir mit der neuen Führungsspitze für die Zukunft sehr gut aufgestellt sind und wir uns den kommenden Herausforderungen stellen können“, erklärt der Vorstand zuversichtlich.



Die neue Führungsriege der VR-Bank Kreis Steinfurt eG (v.l.): Franz-Josef Konermann, Benno Völler, Jürgen Feistmann, Ulrich Weßler und Hubert Overesch. Fotos: prf

Neuausrichtung: Emsa will „den Garten umgraben“

Marken etablieren, neue Märkte erschließen

EMSDETTEN. Die Emsa GmbH richtet ihre „Business Unit“ Garten strategisch neu aus. Ziel ist die Erschließung neuer Märkte und die „nachhaltige“ Stärkung der eigenen Wettbewerbsposition, heißt es in einer Pressemitteilung.

Um Trends noch frühzeitig zu erkennen und gleichzeitig schneller auf die Bedürfnisse des Marktes reagieren zu können, hat Emsa das Geschäftsfeld Garten unter der Leitung von **Matthias Hemme** neu ausgerichtet. Erste Ergebnisse werden bereits im Gartensortiment 2017 sichtbar, so die Firma.

Jeweils ein Kompetenzzentrum für Kunststoff, Fiberglas und Terrakotta in Deutschland, Vietnam und Griechenland sind die strategische Antwort von Emsa auf den von Dynamik geprägten Markt für Gartenartikel.

So könne das Unternehmen die unterschiedlichen, derzeit gefragtesten Materialien für Pflanzgefäße & Co. mit den beiden Marken Emsa und Esteras aus einer Hand anbieten.

Die zentrale Steuerung aus der Unternehmenszentrale in Emsdetten ermögliche dabei schnelle Reaktionszeiten auf Markt- und Verbraucherbedürfnisse sowie flexible Anpassung, Ergänzung und Optimierung des Sortiments beider Marken, so die Informationen aus der Pressemitteilung weiter.

Darüber hinaus sei eine kontinuierliche Qualitätsprü-

fung und -sicherung entlang der gesamten Prozesskette garantiert, was wiederum einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil sichere.

Unter der Führung von **Matthias Hemme**, der die Emsa Garten Unit seit 2007 leitet, sollen neben den Hauptmärkten Deutschland, Österreich und der Schweiz auch weitere Länder erschlossen werden.

„Unser Ziel ist es, Emsa und Esteras als Hersteller von Pflanzgefäßen deutschland- und europaweit zu etablieren“, erläutert **Matthias Hemme**. „Mit Gruppe SEB haben wir seit diesem Jahr eine starke Mutter an unserer Seite, die sehr wachstumsorientiert agiert und neue, vielversprechende Möglichkeiten zur Internationalisierung bietet“, schildert der 50-Jährige die Firmensituation.

„Wir sehen interessante Potenziale in diesem dynamischen und für uns neuen Produktbereich und freuen uns, gemeinsam weitere Märkte zu erschließen“, erklärt indes **Volker Lixfeld**, Senior Vice President der Gruppe SEB, für die das Geschäftsfeld Garten bislang noch nicht zum Kerngeschäft gehört. Emsa bleibe auch als Tochter von Gruppe SEB für Lieferanten und Händler ein leistungsstarker Geschäftspartner. Immer neue Trends fordern Innovationskraft und Flexibilität der Anbieter von Gartenartikeln. Hier sieht man sich bei Emsa „auf einem guten Weg“.



Gut gelaunt in die wunderbare Welt des Netzwerks: Carola Nahnsen (Mitte) hat mit dem „Chapter Morgentau“ die Emsdettener Gruppe des Business Networking International (BNI) gegründet. Das freut vor allem Chapterdirektorin **Silke Baatsch** (2.v.r.). Auch die Emsdettener Unternehmer (von links) **Diethard Pankatz**, **Larissa Krühler** und **Marcus Bolwin** sind von Anfang an dabei. EV-Fotos: Beutgen

„Klüngeln“ mit dem Hahnenschrei

Business Network International gründet Ableger in Emsdetten: Marketing per Empfehlung

Von Peter Beutgen

EMSDETTEN. Nennt man es „Klüngeln“, „Zuschustern“ oder schlicht „Empfehlen“, was da Woche für Woche donnerstagsmorgens ab 7 Uhr im Handelshof Wefers abgeht? Eine illustre Schar von Chefs kleiner und mittelgroßer Unternehmen aus Emsdetten und dem näheren Umkreis sitzen dort bei Kaffee und Brötchen zusammen. Sie überlegen, wem aus ihrem Umfeld sie welche Leistung der anderen Frühstückler empfehlen. Kurz: Hier wird Mundpropaganda zur Marketingwaffe.

Am Donnerstagmorgen wurde – ausnahmsweise im großen Saal des Hotel-Restaurants Pötter – das „Chapter Morgentau“ des Business Network International (BNI) gegründet. „Chapter“ nennen sich lokale Gruppen des globalen Netzwerks, das ein Ziel zusammenhält: Umsatzsteigerung. Die Mitgliedschaft kostet rund 1000 Euro im Jahr.

Unternehmensgeschichten

wird Ihnen präsentiert von



Nach einem halben Jahr Vorlauf, den rund 23 Gründungsmitglieder unter der Ägide von **Carola Nahnsen** gestaltet haben, gibt es nun auch einen Ableger in Emsdetten. Nahnsen arbeitet als selbstständige Imageberaterin in Steinfurt und networkt seit vier Jahren mit. Rund 120 Interessierte hatten sich am Donnerstag quasi mit dem ersten Hahnenschrei um Punkt 7 Uhr bei Pötter zum Frühstück eingefunden. Darunter auch Emsdettens Bürgermeister **Georg Moenikes**, der sich in seinem Grußwort bei der Gründung des „Chapter Morgentau“ am Donnerstag als „Fan des Netzwerks“ outete.

Das Prinzip des BNI klingt denkbar einfach: Jedes Mitglied fungiert für die Schwestern und Brüder seines Chapters als „ehrenamtlicher Außendienst“. Sie oder er empfiehlt provisionsfrei deren Leistungen seinen Geschäftspartnern, Freunden und Bekannten. Und dokumentiert die Empfehlungen. Wichtigste Werkzeuge sind dabei eine weiße Mappe mit Visitenkarten sowie viele kleine Zettelchen. Darauf werden Empfehlungen notiert und Umsätze peinlich genau vermerkt.

Damit keine Konkurrenz entsteht, ist jede Zunft in einem Chapter nur einmal vertreten. Über neue Mitglieder entscheidet ein Ausschuss.

Die wöchentlichen Treffen wirken im gemütlichen Ambiente zunächst wie ein Plauderstündchen. Wäre da nicht die straffe Organisation. Ein kurzer Gruß, dann folgen Vorträge der Mitglieder. Sehr kurze Vorträge. Nur 60 Sekunden sind jedem Netzwerker erlaubt, um seine Leistung und seine Kontaktwünsche aufzuzählen. Und das jede Woche, immer donnerstags früh von sieben bis halb neun.

„Persönliche Empfehlungen sind die beste Vertriebsstrategie.“

Regionalleiter Michael Bühnen

Chance und Risiko liegen eng beieinander. Wer BNI-Mitglieder, die mit ihren Leistungen nicht überzeugen können, zu seinen Kunden schickt, gerät schnell selbst in ein schlechtes Licht. Die Chapter überprüfen daher jede Mitgliedschaft auf Seriosität. Kontrolle und Selbstkontrolle scheinen oberstes Prinzip. Die wöchentlichen Treffen sind dabei Pflicht. Straffe Organisation und strenge Regeln bringen dem BNI seit 30 Jahren immer wieder den Vorwurf ein, ähnlich wie ein Strukturvertrieb, gar sektenartig, zu agieren. Intern lächelt man darüber und kokettiert ab und an mit diesem Vorurteil, so wie Mitgründer **Diethard Pankatz** von Otremba Hören & Sehen am Donnerstag.

„Persönliche Empfehlungen sind die beste Vertriebsstrategie“, heißt es beim BNI vollmundig, der bei der Gründung durch Regionalleiter **Michael Bühnen** vertreten war. Ob es jedem gleich viel hilft, sei dahingestellt. Nach der Runde bei Pötter war am Donnerstag um 9 Uhr indes zweierlei klar: Die Mitglieder sind satt vom Frühstück und hungrig nach neuen Empfehlungen. Beides scheint gut fürs Tagesgeschäft: Würden die Mitglieder sonst fürs Networking so früh aufstehen?



Sieht locker aus, ist aber straff organisiert: Jeden Donnerstag um 7 Uhr morgens treffen sich die BNI-Mitglieder zum Frühstück – und um Empfehlungen auszutauschen.

Das Motto lautet: „Wer gibt, gewinnt“

Das Business Network International (BNI)

-chb- **EMSDETTEN.** Business Network International (BNI) wurde 1985 vom Unternehmensberater **Ivan Misner** in den USA gegründet. Es hat sich als politisch, religiös und weltanschaulich neutrale Organisation bis heute – nach eigenen Angaben – in 69 Ländern mit mehr als 200.000 Mitgliedern etabliert.

Der deutschsprachige Wirtschaftsraum umfasst derzeit rund 10.500 Mitglieder. Das gebetsmühlenhaft wiederholte Prinzip „Wer gibt, gewinnt“ scheint vor allem im Münsterland zu wirken: Mit 15.000 Empfehlungen und daraus resultierenden 27,9 Millionen Euro Mehrumsatz

behaupten die Chapter der Region Münster/Osnabrück eine Spitzenposition.

Der deutschsprachige Zweig des Netzwerks hat die Rechtsform einer GmbH und sitzt in Wien. Sie bietet auch Trainings und Vorträge an – für Mitglieder oft kostenlos. Wer einen Eintritt erwägt, sollte vorab also klären, ob sein „Business“ mit denen der anderen lokalen Chapter-Mitglieder kompatibel ist und kann erst einmal kostenlos an zwei Treffen teilnehmen. Weltweit gibt es etwa 7300 Chapter, auf die BNI-Mitglieder auf Nachfrage jederzeit zugreifen können.