

# DM-Tipp

So machen Sie sich fit für die Partnersuche



**Bevor Sie sich auf die Partnersuche machen, sollten Sie sich intern vorbereiten. Machen Sie sich Gedanken über Ziele, mögliche Massnahmen und den Nutzen für Ihren Partner. Getreu dem Motto des Cross-Marketing-Beraters Simon Thun: «Überzeugen kann man nur mit der richtigen Vorbereitung: Einen möglichen Partner gewinnt man weder mit einem bereits finalisierten Konzept noch durch eine vollkommen offene Diskussion.»**

**1. Bestimmen Sie eine verantwortliche Person.**

Die Verantwortung des Kooperationsmanagers wird in der Regel einem Produktmanager oder dem Marketing-beziehungsweise Vertriebsleiter übertragen. Im Idealfall verfügt die Person über Erfahrungen im Kooperationsmarketing und ist entscheidungsbefugt. Der Kooperationsmanager trägt eine hohe Verantwortung, denn von ihm hängt der Erfolg der Kooperation massgeblich ab. Er braucht das absolute Vertrauen seiner Geschäftsleitung, um sich auf seine Aufgabe konzentrieren zu können.

**2. Informieren Sie die Mitarbeiter.**

Der Verantwortliche informiert zunächst alle Beteiligten aus Geschäftsleitung, Marketing und Vertrieb über die geplante Kooperation und über deren Sinn und Zweck im Allgemeinen.

**3. Definieren Sie die Cross-Marketing-Ziele.**

Der Kooperationsmanager diskutiert in einem Gremium mit Produktmanager, Marketing- und Vertriebsleiter, eventuell einem Mitglied der Geschäftsleitung sowie den Leitern der Verkaufs-, Werbe- und PR-Abteilung die Frage: «Welche Marketingziele können wir durch Cross-Marketing besser erreichen als alleine?». Dies kann zum Beispiel die Ansprache neuer Zielgruppen oder die Verjüngung des eigenen Markenimages sein. Anschliessend werden die eigenen Cross-Marketing-Ziele möglichst präzise definiert.

**4. Skizzieren Sie mögliche Cross-Marketing-Massnahmen.**

Sammeln Sie nach der Zieldefinition in einem Brainstorming Ideen, wie Sie diese Ziele erreichen könnten. Überprüfen Sie anschliessend jede Idee hinsichtlich ihrer Realisierbarkeit – u.a. in Bezug auf die Kosten. An diesem Punkt kann und soll noch kein detailliertes Cross-Marketing-Konzept erarbeitet werden. Für die Gespräche mit potenziellen Kooperationspartnern ist es jedoch sinnvoll, bereits erste Ideen vorzubereiten. Das Konzept erarbeiten Sie später gemeinsam mit Ihrem Partner.

**5. Überlegen Sie den Nutzen für Ihren Partner.**

Dieser Punkt ist zentral bei der internen Vorbereitung, denn um einen Partner zu gewinnen, müssen Sie ihm die Win-win-Situation verdeutlichen. Beantworten Sie dazu die Frage: «Was können wir unserem Kooperationspartner bieten?». Ermitteln Sie dazu anhand einer SWOT-Analyse die Stärken Ihres Unternehmens. Dies kann zum Beispiel eine bevorzugte Stellung bei einer bestimmten Zielgruppe sein, auch positive Imageeigenschaften der eigenen Marke, finanzielle Mittel, Stärken in der Distribution oder der Produktentwicklung sind mögliche Stärken. Aus diesen Vorteilen und den im Brainstorming ermittelten Massnahmen können Sie nun mögliche Kooperationsziele für potenzielle Partner ableiten.

**6. Ziehen Sie wenn nötig einen externen Berater bei.**

Wenn die Beteiligten in Ihrem Unternehmen über wenig Erfahrung im Kooperationsmarketing verfügen, ist es sinnvoll, einen externen Dienstleister beizuziehen, der alle wichtigen Prozessschritte begleitet.

**Mögliche Kooperationsziele**

- Kalkulation günstiger Preise
- Angebot zusätzlicher Produkte und Dienstleistungen
- Erschliessung neuer Absatzmärkte
- Gewinn zusätzlicher Kunden
- Möglichkeit der Übernahme von Komplettaufträgen
- Imagegewinn
- Kosteneinsparung bei Marketing, Vertrieb, Logistik
- Hilfe beim Markteintritt
- Ausbau der Marktposition

Quelle: «Gemeinsam stärker – Kooperationen planen und Durchführen», Herausgeber: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

**Übrigens: Ob Sie bereit sind, sich auf eine Kooperation einzulassen, können Sie mit dem Kooperationsfähigkeitstest von [Handwerk.com](https://www.handwerk.com) herausfinden.**

Weitere Informationen unter [www.post.ch/directpoint](https://www.post.ch/directpoint).

Die Schweizerische Post  
PostMail  
Direct Marketing  
Viktoriastrasse 21  
3030 Bern

Telefon 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint)