

Kooperation: gemeinsam zum Erfolg

Alles dreht sich um Vertrauen, Transparenz und Leadership. Sich Kooperationspartner zu suchen, könnte Ihr Business beflügeln. Das können Partner aus der gleichen Branche, aber auch Unternehmen einer anderen Sparte sein. Vergessen Sie in jedem Fall nicht, die für eine nachhaltige Zusammenarbeit erforderlichen Hausaufgaben zu machen.

Wenn man den Weg in die Selbstständigkeit gewählt hat, hat man sich – in der Regel – mit dem eigenen Business bereits beschäftigt. Im Businessplan steht unter anderem, welche Dienstleistungen ich anbiete. Welches Know-how müsste ich mir also aneignen, um über meine Kernkompetenzen hinausgehende Dienstleistungen erfüllen zu können? Wie hoch ist der Aufwand dafür – finanziell und zeitlich? Oder will ich mir dafür einen oder mehrere Partner ins Boot holen? Diese Entscheidung zu treffen hängt davon ab, ob man gerne den Weg alleine oder mit anderen zusammen geht. Ich vergleiche das gerne mit dem Sport. Manche Menschen sind die geborenen Teamplayer. Deshalb entscheiden sie sich – meist schon im jungen Alter – für eine Sportart wie Handball, Fußball oder Hockey. Das Gemeinsame steht im Vordergrund. Einer allein steht selten für den Erfolg eines Teams, meist ist es das Kollektiv. Und den Sieg gemeinsam zu feiern, hat ja seinen Reiz.

Das soll jetzt keineswegs heißen, dass man im Berufsleben unbedingt ein Team-player sein muss, um Erfolg zu haben. Es gibt in unserer Fachgruppe unzählige Beispiele von erfolgreichen Ein-Personen-Unternehmen. Ähnlich wie im Sport: Tennisspieler Dominik Thiem, Slalomläuferin Katharina Liensberger oder Dartspieler Mensur Suljović. Hinter jedem dieser Einzelkämpfer steht natürlich ein Betreuerstab. Aber haben das EPU nicht auch?

> ***Kooperation ist die Zusammenarbeit unterschiedlicher Intensität, zeitlicher Dauer und Zielrichtung zwischen rechtlich selbstständigen Unternehmen. (Dr. Carsten Weerth)***

Einen IT-Fachmann, der sich um mein Netzwerk kümmert. Eine Steuerberaterin, die meinen Jahresabschluss macht. Vielleicht ist es uns nicht immer bewusst. Wer hat schon einmal daran gedacht, mit diesen Personen intensiver zusammenzuarbeiten, zu kooperieren? Klingt schwierig. Ist es auch. Dazu braucht es aus meiner Sicht drei Dinge: Vertrauen, Transparenz, Leadership.

Vertrauen

Vor sechs Jahren wagte ich den Sprung in die Selbstständigkeit. 25 Jahre im Marketingbereich von großen, börsennotierten Unternehmen zu arbeiten, gibt einem das Gefühl, schon viel zu können und zu kennen. Dennoch wurde mir rasch bewusst, dass es in

vielen Bereichen ohne Partner nicht funktionieren kann. Den Gedanken vom „Büro zu Hause“ habe ich deshalb gleich verworfen und mich bei einem Unternehmensberater eingemietet. Er ist Spezialist für Finanzierungen und Förderungen, ein anderer Mieter in dieser Bürogemeinschaft ist Personalmanager und ich bin Marketingmanager. Eine Basis für ein Netzwerk, aber noch lange keine Kooperation. In so einer Situation gilt es, die Basis für die Zusammenarbeit zu schaffen. Wie ist die Arbeitsweise der anderen? Sind sie überhaupt an einer Kooperation interessiert? Kann ich dem anderen vertrauen, wenn ich ihm eine Kundin empfehle? Bekomme ich etwas von ihm zurück? Fragen, die sich wahrscheinlich alle handelnden Parteien stellen.

Also braucht es Kommunikation. Offen, regelmäßig, zu zweit oder in der ganzen Gruppe. Mit einer Verteilung der Aufgaben. Sodass man das Gefühl hat, dass alle etwas beitragen, aber auch alle nehmen können.

Transparenz
Kooperationen müssen auf Augenhöhe laufen. Dazu braucht es einen gewissen Rahmen. Und dieses Regelwerk muss gemeinsam erarbeitet werden. Oft scheitern Netzwerke, weil sie gar nicht oder zu spät über die Finanzen gesprochen haben. Ist es legitim, bei einer Weiterempfehlung eines Kunden eine „Tipp-Provision“ zu verlangen? Meiner Meinung nach ja, aber nur dann, wenn es von vornherein klar ist, in welcher Höhe diese Provision verrechnet wird und natürlich nur bei Beauftragung des Kooperationspartners. Von Vorteil für die Nachhaltigkeit einer Kooperation kann das Einzahlen eines Teils der Provision in einen gemeinsamen Topf sein. In unserem Netzwerk haben wir das eingeführt und bestreiten aus diesem Budget Aufwendungen für Events, IT-Investitionen oder klassische Werbung.

Leadership
In Kooperationen muss klar sein, wer die Führung hat. Wenn ich einen Kunden weiterempfehle, bleibt der Lead (bis auf weiteres) bei mir. Damit ist einerseits für den Auftraggeber eine Kontinuität gewährleistet, andererseits wird unsere Kooperation als eine klare Struktur mit einem gemeinsamen Ziel gesehen: dem Kunden in jedem Bereich die besten Experten aus dem Netzwerk zur Seite zu stellen.

Fazit
Wenn Sie an Kooperationen interessiert sind, machen Sie den ersten Schritt. Nehmen Sie Kontakt zu Ihnen vertrauens-würdig und ehrlich erscheinenden Unternehmern auf. Sie werden sehr rasch auf Resonanz stoßen. Und dann sprechen Sie mit dem Förderservice der WKNÖ und lassen sich einen Kooperationsexperten für die Erstberatung empfehlen.

Weitere Informationen:

Michael Simon betreibt eine unabhängige und inhabergeführte Unternehmensberatung und Marketingagentur, die MarketingBasis. Sie ist im B2B-Bereich tätig. Mit der Konzentration auf das strategische Marketing plant er gemeinsam mit seinen Kunden Maßnahmen auf regionaler Ebene zur Steigerung von Nachfrage und Umsatz. Michael ist ein aktives Mitglied in der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation und engagiert sich im Fachgruppenausschuss. Er ist ein gelisteter Berater des Förderservice der WKNÖ.

Weitere Informationen:

Hier geht es zu den Details der speziellen Förderung für Kooperationen der WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation.

Foto: AdobeStock/Viacheslav Lakobchuk