

Zusammen mehr bewegen!
Mit Kooperationen besser beim Kunden punkten

Projekte und Aufträge in der Kommunikationsbranche sind umfangreicher denn je. Know-how in vielen unterschiedlichen Disziplinen ist gefragt. Allroundern geht irgendwann die Luft aus, denn der Tag hat nur 24 Stunden. Kooperationen sind eine beliebte Möglichkeit, Kompetenzen sowie Fähigkeiten zu bündeln.

In Österreich ist der Anteil an Ein-Personen-Unternehmen (EPU) und Klein- und Mittelbetrieben (KMU) enorm hoch. Sie haben einen wesentlichen Einfluss auf die Wirtschaftsstruktur. In der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation sind von rund 4.600 Mitgliedsbetrieben fast 2.600 EPU, quer durch alle Berufsgruppen.

Im Alltag stoßen diese Unternehmer bei ihren Ressourcen rasch an Grenzen, denn Administration, Buchhaltung, Akquisition, Marketing oder Vertrieb sind zeitintensiv. Wenn dann größere Projekte ins Haus stehen, bleiben wichtige Sachen liegen, denn der Tag hat nun mal nur 1.440 Minuten. Hinzu kommt, dass Selbstständige zur Selbstausbeutung neigen, was oft auch finanzielle Gründe hat. Auf Dauer geht das nicht gut und die eigene Gesundheit oder persönliche Beziehungen bleiben auf der Strecke. Kooperationen bieten eine sehr gute Möglichkeit, sich am Markt besser zu positionieren, neue Kunden zu gewinnen, das Risiko zu reduzieren und die Leistungspalette zu erweitern. Vor allem profitieren auch die Auftraggeber von einem höheren Mehrwert.

> *Die Kreativbranche eignet sich gut für die Zusammenarbeit.*

Miteinander mehr erreichen
Gerade im Kreativbereich lohnt sich der Zusammenschluss von zwei oder mehreren Personen. Für einige ist es nicht neu. Ob Grafiker, Texter und Social-Media-Agentur, Werbeagentur und Fotograf oder Event-Veranstalter und PR-Agentur – sie arbeiten schon länger im Netzwerk zusammen und wickeln so auch größere Aufträge bestmöglich ab. Andere strecken ihre Fühler gerade aus und versuchen, in Form von fixen Kooperationen die ersten gemeinsamen Schritte miteinander zu gehen. Das ist auch gut so, denn für viele ist der Zusammenschluss wirklich sinnvoll. Worauf ist im Miteinander zu achten und wie kann es gelingen? Was macht den Erfolg dieser Zusammenarbeit aus? Welche rechtlichen Hürden oder betriebswirtschaftlichen Themen können die gesamte Idee ins Wanken bringen?

Was zeichnet Kooperationen aus?
Die Partner beschließen von sich aus, miteinander zu kooperieren, und verfolgen ein gemeinsames Ziel über einen längeren Zeitraum hinweg. Jedes Unternehmen bringt bestimmte Leistungen mit ein und im Endeffekt haben alle etwas davon, finanziell und persönlich.

Die Partner können aus einer Branche oder aus verschiedenen Branchen stammen. Es muss jedenfalls der Mehrwert für den Einzelnen deutlich erkennbar sein und auf Dauer bleiben. Im besten Fall kann sogar eine gemeinsame Firma entstehen. Die Zusammenarbeit bietet viele Pluspunkte, hat aber auch einige Minuspunkte im Talon.

Vorteile von Kooperationen

Gemeinsamer Marktauftritt: Eine gemeinsame Präsenz und das Wir-Gefühl stärken jeden Einzelnen im Team. Unterschiedliche Leistungen werden aus einer Hand angeboten. Das ist vor allem bei größeren Kunden von Vorteil.

Akquisition: Manchen fällt es leicht, neue Kunden zu gewinnen, für andere ist es die größte Hürde überhaupt. Hier kann das Team entweder gemeinsam an die Sache herangehen oder sich gegenseitig weiterempfehlen.
Leistungssteigerung: Miteinander geht einfach mehr. Es entsteht eine höhere Effizienz in den Abläufen, allerdings muss man sicher viele davon anpassen. Weiters wird das Angebot schlagartig breiter und die Partner punkten mit ihren Stärken. Der Output wird erhöht und die Projekte größer. Das bringt zumeist einen finanziellen Erfolg mit sich.
Entwicklung von neuen Produkten und Dienstleistungen: In der Zusammenarbeit und im gemeinsamen Austausch entstehen oft rasch neue Ideen, die miteinander besser verwirklicht werden können. Und die Kunden haben etwas davon!
Kontinuität und Flexibilität: Wie schon zuvor erwähnt, zählt die gegenseitige Unterstützung. Es kann ein Teamkollege bei einem Ausfall z. B. durch Krankheit kurzfristig übernehmen.
Synergieeffekte: Jeder, der in einem Team arbeitet, kennt das. Es ist motivierend, an einer Sache zu arbeiten. Das gemeinsame Werken an Ideen steigert die Kreativität und den Austausch, hebt soziale Aspekte und fördert das Zusammengehörigkeitsgefühl.
Wissenszuwachs: Es ist ein klarer Wettbewerbsvorteil, wenn Know-how gebündelt wird. Jeder lernt vom anderen!
Risikominimierung: Eine gute Kooperation mindert das Risiko aller Beteiligten, denn geteiltes Leid ist halbes Leid.
Kosteneinsparungen: Ein wesentlicher Vorteil ist die Einsparung von Kosten. Ob im Einkauf, im Vertrieb, in Werbung und Kommunikation, beim Kundenservice, in der Administration oder bei Lizenzen – um nur einige zu nennen.

Nachteile von Kooperationen

Entscheidungen abstimmen: Wenn es Personen gewohnt sind, rasch und vor allem allein zu entscheiden, ist das sicher nicht leicht. Denn in einer Kooperation muss abgestimmt werden und Kompromisse stehen an der Tagesordnung.
Aufgabenteilung: Ein schwieriges Thema ist die Verteilung von Aufgaben im Team. Damit sind nicht die eigentlichen Kernkompetenzen gemeint, sondern so mancher tut sich z. B. in der Administration oder in der Akquisition leichter. Schon landen diese Tätigkeiten automatisch bei ihm und seinen zusätzlichen Aufgaben. Es muss eine Balance entstehen oder ein anderes internes Verrechnungsmodell.
Misserfolge und Verluste teilen: Der Vorteil einer Kooperation ist die Risikominimierung. Aber es scheint nicht immer die Sonne und berufliche Misserfolge oder finanzielle Verluste können ebenso ins Haus stehen. Dann muss klar sein, dass hier alle den Kopf hinhalten.
Unterschiedliches Arbeitstempo: Ein Stein des Anstoßes ist oft die Geschwindigkeit beim Abarbeiten. Mancher ist flugs fertig, der andere braucht mehr Zeit – das kann zu Differenzen führen.
Verschiedene Bedürfnisse: Der eine will mehr reden, den anderen nervt das. Der eine ist eher nachtaktiv, der andere arbeitet lieber am Tag … Es ist wie in einer Beziehung, die Bedürfnisse können unterschiedlich sein.

In den nächsten Ausgaben geht es um das konkrete Bilden von Kooperationen, im Fokus sind Hürden und Stolpersteine sowie rechtliche und betriebswirtschaftliche Aspekte.

Weitere Informationen:

Zusammen mehr bewegen
Die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation setzt in den nächsten Monaten einen Schwerpunkt zum Thema Kooperationen. Eine Förderung ist geplant. Erzählen Sie uns Ihre Kooperationsgeschichte. Wir veröffentlichen sie im Werbemonitor!

Foto: iStock.com/Vasyl Dolmatov