

# Kooperation als Tool zur Erfolgssteigerung

## Teil 1: Warum kooperieren und wann sollten Sie es lassen

Autor:

Carsten Müller-Wartenberg  
 SuC Mueller-Wartenberg  
 Telefon +49 871 3307-176  
 cmw@mueller-wartenberg.com  
 www.mueller-wartenberg.com



In den aktuellen und erheblichen Veränderungen, die den Markt der Kommunikationsmedien bestimmen, sind intelligente und flexible Kooperationen eine Erfolgsgarantie, insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen. Durch die Bündelung von Kompetenzen, Marketing und in einigen Fällen auch Kapital, entstehen Synergien und messbar neue Marktpotentiale.

In der Betriebswirtschaftslehre spricht man vereinfacht von Kooperation, wenn selbständige Unternehmen eine zwischenbetriebliche Zusammenarbeit vereinbaren um ihre jeweils eigenen definierten Unternehmensziele besser erreichen zu können.

Noch nie, seit Beginn der Industrialisierung war es so einfach Dienstleistungen oder Produkte in unserer vernetzten Welt anzubieten wie heute. Im Gegenzug war es aber auch noch nie so schwierig, sich mit seinen Dienst-

leistungen oder Produkten in einem bestehenden Markt dauerhaft zu etablieren und reale Kundenbindungen zu schaffen.

Wenn Sie sich einer aufwändigeren Kooperation anschließen möchten, informieren Sie sich zuvor intensiv über Struktur, Führung und Ziel der Kooperation. Es existieren am Markt leider zunehmend Organisationen, die sich als Kooperationen darstellen, eigentlich aber in Struktur und Ziel eher als Distributions- oder Handels-Agenturen zu erkennen sind. **Insbesondere für Gründer stellt die Kooperation eine gute Chance dar, alle benötigten Ressourcen und die nicht vorhandenen Geschäftsbereiche zu ergänzen, sofern die vorhandenen Ressourcen auch an andere Kooperationspartner weiter gegeben werden können.**

Unwahrscheinlich in diesem Bereich dürfte sein, dass Sie als Einzelkämpfer mit Ihrem Unter-

nehmenMarktführersindundkostengünstig alle Anforderungen selbst erledigen können. Selbst in diesem Fall, würden in der Praxis alle Ihrer Geschäftsbereiche zumindest miteinander kooperieren. Prüfen Sie daher zunächst sich selbst ehrlich ob Sie in Ihrer Person oder im Rahmen Ihrer bestehenden Firmenkultur überhaupt kooperationsfähig und nicht nur in Ihrer Persönlichkeit kooperativ sind.

Können Sie gut Meinungen und Ideen anderer Partner aufgreifen, weiter entwickeln oder einfach umsetzen? Sind Sie in der Lage, anderen aus Schwierigkeiten heraus zu helfen ohne Druck auszuüben oder Machtmittel einzusetzen?

**Wenn Sie in Ihrem persönlichen Wesen Ihre Mitbewerber ausschließlich als Kriegsgegner im gemeinsamen Markt sehen und nicht zu Kompromissen bereit sind, sollten Sie die Finger von**

**Kooperationen lassen.** Sie könnten in einer sonst gut funktionierenden Kooperation der Störfaktor sein und das ganze Unternehmen Kooperation gefährden. Gleiches gilt für den Fall, dass sich Ihr Unternehmen in einer wirtschaftlichen Schiefelage befindet. Ich werde immer wieder einmal mit der Hoffnung von Marktteilnehmern konfrontiert, die Kooperation als Rettungsanker für ein Unternehmen zu sehen. In der Praxis wird dies jedoch nur im glücklichen Einzelfall funktionieren, denn eine funktionierende Kooperation benötigt Zeit- und Kosteneinsatz aller teilnehmenden Partner und das zunächst ohne Erfolgsgarantie. Wenn dies für Sie und Ihr Unternehmen zutrifft, sind sicherlich zunächst andere Werkzeuge aus dem Restrukturierungsbaukasten einzusetzen, natürlich auch unter Einsatz mit weniger aufwendigen Kooperationsfeldern.