

Kooperation als Tool zur Erfolgssteigerung

Teil 4: *Basics für Ihre Kooperation*

und 10 Grundregeln als Denkanstoß für Ihren Erfolg

Autor:

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



In den vorherigen Kapiteln habe ich Ihnen einige Kooperationsmöglichkeiten als Gedankenanstoß vorgestellt. Ich verwende bewusst nicht mehr den Begriff der Kooperationsform, da diese Vorstellung eigentlich nur einige Eckpunkte für Kooperationsmöglichkeiten bietet.

Jede Kooperation bietet Vor- und Nachteile, sofern die Teilnehmer einige grundsätzliche Regeln beachten. Ich möchte Ihnen daher an dieser Stelle einige extrem wichtige Punkte als Anregung mit auf Ihren Weg geben:

Basic 1: Entspricht das definierte Ziel der Kooperation Ihren Erweiterungsgedanken und ist dies durch eventuell bereits bestehende Kooperationspartner ganz klar definiert?

Basic 2: Kennen Sie Ihre möglichen anderen Partner/Unternehmen für eine Kooperation bereits und wenn ja, wie sind sie am

Markt aufgestellt und wie lauten deren Kennzahlen?

Basic 3: Entsprechen Ihre Erwartungen und die Ihrer Kooperationspartner den gemeinsamen Zielen oder besteht die Möglichkeit hierfür einen tragbaren und gemeinsamen Rahmen zu schaffen?

Basic 4: Alle Partner und jeder Partner für sich, müssen im Rahmen ihres Einsatzes in der Kooperation entsprechend profitieren können (neudeutsch: Win-Win)!

Basic 5: Zum langfristigen Erfolg einer Kooperation sollten alle Partner möglichst gleichberechtigt aber auch gleich verpflichtet engagiert sein. Bei größeren Kooperationen empfiehlt sich, eine separate Führung oder einen übergeordneten und auf Zeit gewählten Beirat zu installieren.

Basic 6: Kosten- und Ertragsverteilung müssen ganz klar und für alle Partner verständlich von Anfang an definiert werden.

Basic 7: Alle Partner müssen be-

reit sein, sich im zuvor vereinbarten Rahmen in der Kooperation mit Personal, Kapital und Zeitaufwand einzubringen. Sogenannte »Auftragspickerei« hat in einer funktionierenden Kooperation nichts zu suchen.

Basic 8: Jeder Partner muss zum Gesamterfolg einer Kooperation seinen wirtschaftlichen Daten offen legen und bei Schwierigkeiten in seinem Unternehmen die Partner informieren. Bei Auftragsnehmenden Kooperationen ist einer der größten Auftragskiller die Insolvenz eines regionalen Kooperationspartners.

Basic 9: Haben Sie Ihre Partner gefunden, geben Sie der Kooperation eine Mission oder einen durchgängigen Verhaltenskodex (engl. code of conduct). Im Rahmen Ihrer Kooperation haben sie zwar nun ein gemeinsames Ziel, aber unterschiedliche Strukturen und Partner. Unterschätzen Sie nicht den erforderlichen Aufwand zur

gemeinsamen Anpassung Ihrer betrieblichen Strukturen.

Basic 10: Die CI (Corporate Identity) und der Verhaltenskodex der Kooperation müssen durch die Partner in die teilnehmenden Unternehmen und an deren Mitarbeiter transportiert werden. Nur so kann eine Kooperation im Ganzen gelebt werden.

Zusätzliche Empfehlung

Fertigen Sie eine **Ist-Analyse** bzw. eine **persönliche Stärken und Schwächenanalyse** (SWOT-Analyse) an. Sie kennen die Schwächen Ihres Unternehmens. Diese einmal zu erfassen, ist hierbei Ihre persönliche Herausforderung. Schauen Sie sich Ihre Kostenstruktur, Gründe für Kundenabwanderung, Ihr Marktumfeld einmal nicht aus der Sicht Ihrer monatlichen Betriebsauswertung an, sondern prüfen Sie Ihre strategische Ausrichtung auch anhand Ihrer aktuellen Deckungsbeiträge.