

# Markenkooperationen

## Wer kooperiert – profitiert

Neue Kunden gewinnen – Image stärken – Mehrwert schaffen

### Inhalte

#### Trend Markenkooperation

- Warum immer mehr Marken auf Kooperationen setzen

#### Entdecke die Möglichkeiten

- Wie Sie Kooperationen systematisch unterscheiden

#### Interne „Schatzsuche“

- Wie Sie Ihr Unternehmen kooperationsfähig machen

#### Die systematische Partnersuche

- Wie Sie den geeigneten Partner identifizieren und gewinnen

#### Win-win-win

- Wie Sie innovative Kooperationskonzepte entwickeln

#### Online-Markenkooperationen

- Welche Auswirkung die Digitalisierung auf das Kooperationsmanagement hat

#### Die Partnerschaft legalisieren

- Was Sie beim Kooperationsvertrag beachten müssen

#### Kooperationsprozesse richtig steuern

- Wie Sie Kooperationen effizient und partnerschaftlich managen können

#### Kooperations-Controlling

- Wie Sie den Erfolg Ihrer Kooperation messen

### Aus der Praxis für die Praxis:

- ✓ Viele Praxisübungen, Praxisbeispiele, Checklisten und Formulare!
- ✓ Konkrete Tipps und Empfehlungen vom Experten!
- ✓ Intensiver Erfahrungsaustausch und Kontakte im Teilnehmerkreis!

### Teilnehmer:

Das Seminar richtet sich an Führungskräfte und Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, Werbung, Produktmanagement, Trade Marketing, Vertrieb und Kooperationsmanagement von Unternehmen aller Branchen. Des Weiteren auch Agenturen und Unternehmensberatungen.

### Über connecting brands cooperation marketing agency GmbH:

connecting brands ist eine der führenden Agenturen für Kooperationsmarketing in Deutschland und bietet Markenkooperationen, Kooperationsberatung und Kooperationsereignisse für Marken und Unternehmen aus vielfältigen Branchen an.

### Termine und Tagungsort:

Do., 5. Mai 2022  
Do., 22. September 2022  
in Hamburg oder virtuell als Online-Seminar

### Ihre Seminarleiter: Nils Pickenpack

- Managing Direktor und Gründer von connecting brands
- 5 Jahre Brand Management bei Unilever und Tchibo
- 7 Jahre Führungserfahrung in einer POS-Agentur
- Autor und Herausgeber von „Markenkooperationen – Wer nicht kooperiert – verliert“ und „Mehr Erfolg mit Markenkooperationen“



### Bruno Kollhorst

- Leiter Kooperations- und Eventmarketing bei der Techniker Krankenkasse
- Freier Berater und Dozent
- 5 Jahre Erfahrung im Management von Markenkooperationen
- Autor von „Markenkooperationen – Wer nicht kooperiert – verliert“ und „Mehr Erfolg mit Markenkooperationen“



# Markenkooperationen

## Wer kooperiert – profitiert

### Programm

- 9.00 Begrüßung und Vorstellung der Seminarleiter, Vorstellungsrunde der Teilnehmer, Abstimmung der Seminarziele
- 9.30 **Trend Markenkooperationen. Warum immer mehr Unternehmen auf Kooperationen setzen**
- Aktuelle Entwicklungen und Trends
  - Markenkooperation? Was ist das?
  - Wann sind Kooperationen sinnvoll?
- 10.00 **Entdecke die Möglichkeiten! Wie Sie Kooperationen systematisch unterscheiden**
- Richtungen einer Kooperation
  - Wie Sie innovative Kooperationsfelder identifizieren
  - Kooperationsformen unterscheiden können
  - Wie Sie ein Kooperationsprofil erstellen
- 10.30 Kaffeepause
- 10.45 **So machen Sie Ihr Unternehmen kooperationsfähig**
- Managementphasen einer Kooperation
  - Wie Sie den Bedarf ermitteln und Commitment erreichen
  - Die eigenen Kooperationsziele definieren und priorisieren können
  - Die Potentialanalyse für eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe nutzen
- 11.30 **Praxis-Übung „Schatzsuche“:**  
Was kann mein Unternehmen bzw. meine Marke einem potentiellen Kooperationspartner bieten?
- 12.00 **Die systematische Partnersuche. Wie Sie den geeigneten Partner identifizieren und gewinnen**
- Ein Anforderungsprofil erstellen können
  - So finden und identifizieren Sie potentielle Kooperationspartner
  - Wie Sie den Wunschartner für sich gewinnen: Die Kontaktaufnahme.
  - Der Prozess von der Kooperationsidee zur Angebotspräsentation
- 13.00 Business Lunch
- 14.00 **Win-win-win. Die gemeinsame Konzeptentwicklung**
- Kooperationen planen und organisieren
  - Der Budgetplan: Kooperation auf Gegenseitigkeit
- Erstellung eines Umsetzungs- und Aufgabenplans
  - Kreativtechniken zur Entwicklung von Kooperationsideen und Konzepten
- 14.30 **Praxis-Übung „Cross-Innovations“:**  
Entwicklung von Kooperationsideen in Gruppen. Präsentation die Gruppenergebnisse im Elevator Pitch.
- 15.30 Kaffeepause
- 16.00 **Partnerschaften im Zeitalter der Digitalisierung: Online-Markenkooperationen**
- Die Bedeutung von Online-Markenkooperationen
  - Ziele und Strategien von Online-Kooperationen
  - Neue Kooperationsformen: Social Media-, Influencer- und Content-Kooperationen
- 16.30 **Die Partnerschaft legalisieren: Der Kooperationsvertrag**
- Funktionen des Kooperationsvertrags
  - Welche Vereinbarungform für welche Kooperation?
  - Der Mustervertrag: Welche Bestandteile der Vertrag beinhalten sollte
- 16.45 **Die Zusammenarbeit in der Projektphase. Wie Sie die Kooperation effizient und partnerschaftlich managen.**
- Der Kooperationsmanager Kompetenzen und Fähigkeiten
  - Tipps für ein effizientes Projektmanagement.
  - Wie Sie mit Ihrem Kooperationspartner partnerschaftlich zusammenarbeiten.
- 17.15 **Kooperations-Controlling: Wie Sie den Erfolg Ihrer Kooperation messen**
- Erfolgsgrößen von Markenkooperation
  - Tools zu Bewertung von Markenkooperationen
  - Wie Sie den Erfolg Ihrer Kooperation dokumentieren
- 17.30 **Zum Schluss: Wie Sie Ihre Kooperation zum Erfolg führen.**
- Erfolgs- und Misserfolgskfaktoren von Markenkooperation und was Sie davon lernen können
  - Kooperationsgrundsätze
- 17.45 Zusammenfassung der Seminarinhalte und Gelegenheit für abschließende Fragen
- ca.18.00 Ende des Seminars

# Markenkooperationen

## Wer kooperiert – profitiert

### Anmeldung

### Preise und Bedingungen

Die Teilnahmegebühr für das eintägige Seminar beträgt € 990,00 inkl. Mittagessen, Getränken und Seminarunterlagen sowie dem Fachbuch Markenkooperationen. Sollten zwei oder mehr Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir 15 % Preisnachlass für den zweiten Teilnehmer, 20 % für den dritten Teilnehmer und 25 % für den vierten und jeden weiteren Teilnehmer. Preise für Inhouse-Seminare auf Anfrage.

Nach der Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bis zu drei Wochen vor dem Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

### Sie erreichen uns unter:

Telefon: +49 - 40 - 88 190 26-30

Fax: +49 - 40 - 88 190 26-31

Per Post: connecting brands  
cooperation marketing agency GmbH  
Moorfuhrweg 17  
22301 Hamburg

E-Mail: [seminare@connectingbrands.de](mailto:seminare@connectingbrands.de)

Online: [www.connectingbrands.de](http://www.connectingbrands.de)

Ich/Wir nehme/n teil am Seminar:

Do., 5. Mai 2022  Do., 22. September 2022

1) \_\_\_\_\_  
VORNAME/NAME

\_\_\_\_\_  
POSITION

2) \_\_\_\_\_  
VORNAME/NAME

\_\_\_\_\_  
POSITION

3) \_\_\_\_\_  
VORNAME/NAME

\_\_\_\_\_  
POSITION

4) \_\_\_\_\_  
VORNAME/NAME

\_\_\_\_\_  
POSITION

\_\_\_\_\_  
FIRMA

\_\_\_\_\_  
ANSCHRIFT

\_\_\_\_\_  
PLZ/ORT

\_\_\_\_\_  
TELEFON

\_\_\_\_\_  
FAX

\_\_\_\_\_  
EMAIL

\_\_\_\_\_  
DATUM/UNTERSCHRIFT

- 15 %

- 20 %

- 25 %

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon, E-Mail oder online auf unserer Homepage anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind - andernfalls informieren wie Sie sofort.

Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.