

# Kooperationen managen: Der Weg zum Erfolg

**Kooperationen von Tageszeitungen erfordern mehr als gemeinsames operatives Handeln. Sie verlangen gemeinsame strategische Ziele. Nur so lassen sich die nachgewiesenen Effekte der Kostenreduktion und der Ausschöpfung von Marktpotenzialen realisieren. Mit dem richtigen Vorgehen finden Sie den passenden Weg schnell und effektiv.**

## Von der Ko-Strategie zur Ko-Operation

Kostensenkungen sind für Tageszeitungsverlage häufig das wichtigste Ziel bei Kooperationen. Aber auch die gemeinsame Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle und Marktbearbeitungsstrategien rücken immer stärker ins Blickfeld. Erforderliche Investitionen sind im Alleingang häufig nicht zu bewältigen und auch benötigte Technologien und Kompetenzen sind nicht immer ausreichend vorhanden. Somit erhalten Kooperationen zunehmend einen strategischen Stellenwert.

### Welche Rolle nehmen Sie als Berater in Kooperationsprozessen ein?

„Unabhängig vom Einstiegspunkt des Beraters in den Kooperationsprozess ist das Grundvertrauen der Kooperationspartner in den Berater die Voraussetzung für das Einnehmen einer neutralen Position.“



### Und welchen Mehrwert kann Beratung im Kooperationsprozess leisten?

„Aus der neutralen Position heraus ist der Berater in der Lage, Ausgangssituationen realistisch einzuschätzen. So kann er eine für alle Partner nutzbringende Strategie entwickeln und den Kooperationsprozess in allen Stufen moderieren und bei Bedarf auch anleiten. Der Mehrwert liegt dann in einer höheren Erfolgswahrscheinlichkeit und der schnelleren Entscheidungsfindung und Umsetzung der Kooperation.“

## Die strategischen Ziele bestimmen das passende Kooperationsmodell

Typischer Stolperstein bei der Anbahnung von Kooperationen ist das zu frühe Abgleiten in Fragen der Implementierung, ohne vorherige strategische Verankerung der Partnerschaft. Häufig wird übersehen, dass die Entscheidung für ein Kooperationsmodell nicht Ausgangspunkt der Überlegungen, sondern Ergebnis eines Strategieprozesses sein muss. So wird unbewusst schon früh die Saat des Scheiterns ausgebracht.

## Das 9-Phasen-Modell von Kirchner + Robrecht

Mit dem 9-Phasen-Modell von Kirchner + Robrecht stellen Sie – und Ihr Kooperationspartner – sicher, dass Ihre Kooperation auf einer soliden Basis steht und die gesetzten Ziele erreicht.

Beantworten Sie zunächst für sich die Frage: „Wie kann eine Kooperation dazu beitragen, unsere strategischen Ziele zu erreichen?“. Leiten Sie hieraus ab, welche Kriterien ein Kooperationspartner erfüllen muss, um zur Zielerreichung beizutragen. Ausschlaggebend bei der Partnerwahl sind nicht nur strategische und funktionale Passung, sondern auch kompatible Kulturen und Interessen. So gelingen die Formulierung einer gemeinsamen Vision der Zusammenarbeit und das Vereinbaren konkreter Ziele. Erst jetzt ist eine wirklich valide Ist-Analyse möglich, in der beide Partner Synergiepotenziale und Marktchancen bewerten. Diese mündet in die Kooperationsstrategie mit passgenauem Kooperationsmodell und ermöglicht die reibungslose Umsetzung und die effektive Steuerung der Kooperation.

**Weitere Informationen über Kirchner + Robrecht management consultants finden Sie auf [www.kirchner-robrecht.de](http://www.kirchner-robrecht.de)**