



Viele Menschen halten ihre Visionen und Ziele niedrig, weil ihr Grundprinzip lautet: „Große Ergebnisse benötigen noch größere Ressourcen.“ Doch diese Logik ist nur bedingt richtig. Wer es versteht, die Ressourcen anderer zu nutzen, schont seine eigenen Mittel und multipliziert den Erfolg.

Machen sie es deshalb wie die Multiplikations-Strategen und stellen Sie sich folgende Fragen:

- Wie können wir unsere Leistung vervielfachen?
- Auf wessen Schulter können wir uns stellen?
- Wer hat einen leichteren Zugang zur Zielgruppe?
- Wessen Leistungen würden unser Angebot ergänzen?

Überall im Geschäftsbereich bestehen Möglichkeiten zur Kooperation mit anderen Unternehmen. Das kann z.B. im Marketing, im Vertrieb oder in der Pressearbeit sein. Auf diese Weise können Sie Aufwand und Kosten reduzieren und dennoch Ihre Marketing-Kraft vervielfachen. Partnerschaften bieten die folgenden konkreten Vorteile:

- Angehen neuer Märkte oder Technologien
- Reduktion der Risiken solcher „Erstbesteigungen“
- Erschließen zusätzlicher Vertriebswege
- Vermarktung von Überkapazitäten
- Erzielen von Kostenvorteilen durch Größe
- Vervollständigung der Produktpalette
- Neue Produkte können schneller in den Markt gebracht werden
- Bündelung von Einkaufsvolumina
- Auslagern von Nicht-Kerngeschäften

Sie müssen lediglich Motive finden, die andere Firmen dazu veranlassen, mit Ihnen zu kooperieren. Wenn Sie z.B. neue Märkte durchdringen, gewinnt auch ein potenzieller Lieferant. Hat Ihr Partner ein komplementäres Angebot, können beide Seiten ihre Lösungspalette partizipieren.

Die zweite Möglichkeit besteht in der Zusammenarbeit mit so genannten Multiplikatoren, d.h. Organisationen bzw. Menschen, die zwar nicht direkt zur Zielgruppe gehören, aber einen maßgeblichen Einfluss auf diese ausüben (z.B. Verbände bzw. Vorsitzende, Universitäten bzw. Professoren usw.).

Analysieren Sie deshalb die Kommunikationsstrukturen Ihrer Zielgruppe. Stellen Sie fest, wer auf wen hört. Und prüfen dann, welche Projekte die Multiplikatoren reizen könnten, mit Ihnen zusammenzuarbeiten und die Vorteile Ihres Unternehmens der Zielgruppe mitzuteilen.