

Unternehmenskooperationen

Unternehmen kooperieren zunehmend mit anderen Unternehmen, um ihr Dienstleistungsangebot zu verbessern, die Kosten zu senken, die Rentabilität zu erhöhen, die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und den Unternehmensgewinn zu steigern.

Laut einer aktuellen Studie des statistischen Bundesamtes kooperieren knapp 29% aller Unternehmen im verarbeitendem Gewerbe, im Baugewerbe, im Handel und dem Gastgewerbe, in den Dienstleistungsbereichen Verkehr und Nachrichtenübermittlung sowie bei den Unternehmensdienstleistern in unterschiedlichen Formen mit anderen Unternehmen.

Das Angebot an Kooperationen ist vielfältig und reicht von Outsourcing, (Auslagerung von Aufgaben und Funktionen an externe Anbieter), Joint-Ventures (Gemeinschaftsunternehmen), räumliche oder strategische Unternehmensnetzwerke, bis zu strategischen Allianzen bzw. Partnerschaften für ein zeitlich begrenztes Vorhaben.

Die Vorteile von Unternehmenskooperationen sind vielfältig: bessere Marktbeobachtung, Steigerung der Anpassungsfähigkeit an veränderte Marktsituationen, Kostenreduzierung und Massenproduktionsvorteile, Entwicklung neuer Produkte und Arbeitsabläufe, besserer Zugang zu neuen Märkten, Zugang zu neuen oder verbesserten Technologien, Wissensaustausch oder optimaler Einsatz eigener betrieblicher Ressourcen.

Auch für die kleinen und mittleren Unternehmen können Kooperationen sinnvolle Alternativen darstellen, um z.B. vorhandene Synergieeffekte besser nutzen zu können, konkurrenzfähiger zu sein, eine bessere Kapazitätsauslastungen zu erzielen, im gemeinsamen Einkauf günstigere Konditionen zu erlangen, Vertriebsaktivitäten zu verbessern, gemeinsames Marketing zu nutzen oder vorhandene regionale Stärken im Verbund mit Partnern auszubauen.

Bei Unternehmen ab zehn Beschäftigten liegen bereits bei 43,8 % der Unternehmen Kooperationen vor, bei Betrieben bis neun Beschäftigte immerhin 24,4 % *(Quelle: Studie Statistisches Bundesamt, veröffentlicht April 2004).*

Die Sorge vor dem Verlust der Unabhängigkeit ist gerade für die kleinen und mittleren Unternehmen der Grund für Skepsis gegenüber Unternehmenskooperationen. Freiwillige Kooperation, Erhalt der rechtlichen und wirtschaftlichen Selbständigkeit und die Unabhängigkeit außerhalb der vereinbarten Kooperation sind die zentralen Kennzeichen der meisten Kooperationsformen.

Doch hängt eine erfolgreiche Kooperationsvereinbarung wesentlich von der Offenheit und Bereitschaft der Unternehmen ab. Sie müssen ihre Leistungen, eigenen Erwartungen und Perspektiven an die Kooperation definieren, einbringen und geeignete Partner suchen. Die Vorteile der Kooperation können sehr unterschiedlich sein, sei es, dass Eigenkapital gestärkt, bessere Vertriebs- und Kommunikationsnetze aufgebaut, Personalengpässe gesteuert werden können und vieles mehr.

Welche Unternehmenskooperationen und Modelle sind praktikabel, welcher Nutzen kann generiert werden, welche Ziele können über Unternehmenskooperationen erreicht werden? Wie kann der Wunsch in die Tat umgesetzt werden, wie findet man den geeigneten Partner und was ist bei einem Kooperationsvorhaben zu beachten?

Thematische Schlagwörter

- Unternehmenskooperationen
- Kooperationsmodelle
- Vertriebskooperation
- Marketingkooperationen
- Einkaufskooperationen

Stichwortverzeichnis

M3: Kooperationen und Partnerschaften

- Absatzkooperationen
- Arbeitsgemeinschaft
- Auslandskooperationen
- Beschaffungskooperationen
- Bietergemeinschaft
- Business Angels
- E-Kooperationen
- Elektronische Marktplätze
- Franchising
- Internationale Kooperationen
- Joint-Ventures
- Kooperation und Kartellrecht
- Kooperation grenzüberschreitend
- Kooperation temporär
- Kooperationskontrolle
- Kooperationsmanager
- Kooperationspartner – Suche und Auswahl
- Kooperationsvereinbarung
- Langfristige Lieferverträge
- Lizenz
- Outsourcing
- Partnerbindung
- Partnergesellschaften
- Produktionskooperationen
- Public Private Partnership
- Rechtsformen von Kooperationen
- Servicekooperationen
- Strategische Allianzen
- Vertriebskooperationen
- Verwaltungskooperationen
- Virtuelle Unternehmen

EUMAK-SEMINARE

Die EUMAK-Seminare vermitteln Hintergrundwissen und Anregungen für die betriebliche Praxis, sie liefern weiterführende Informationen und stellen einen fachkompetenten Ansprechpartner vor.

EUMAK-FORUM

Unternehmer, die mehr über bereits gesammelte Erfahrungen von Unternehmerkollegen erfahren wollen, können dieses im EUMAK-Forum tun. In einer moderierten Diskussionrunde stellt ein Unternehmer seinen Praxisbericht vor und antwortet auf Fragen seiner Unternehmerkollegen.

Zusammenarbeit mit Partnern

Die Veranstaltungen werden in Zusammenarbeit mit Partnern durchgeführt.

Die Veranstaltungsinhalte werden unter Berücksichtigung der Anforderungen und Vorkenntnisse der jeweils angesprochenen Zielgruppen angeboten und vermittelt. Die EUMAK richtet sich schwerpunktmäßig an die Unternehmensleitung sowie Mitarbeiter aus den Fachabteilungen.

Ihr Ansprechpartner

Bettina van Megern
Telefon: 0211-376 375
email: bvm@tagung.com
www.eumak.de

