

CO-BRANDS 2017: Partner-suche in Theorie und Praxis

Marketingentscheider aus ganz Deutschland kamen am 11. Mai 2017 zum Kooperations-Speeddating auf der CO-BRANDS in Hamburg zusammen. Nach einer thematischen Einleitung des Initiators Nils Pickenpack und der Keynote vom Markenexperten Prof. Dr. Karsten Kilian tauschten sich die Teilnehmer in über 250 „Dates“ über zukünftige Markenpartnerschaften aus.

Was sind die Erfolgsfaktoren einer Markenkooperation und wie findet man einen geeigneten Kooperationspartner? Mit der Präsentation einer aktuellen Studie zu diesen Themen eröffnete Nils Pickenpack, Geschäftsführer der Kooperationsmarketing-Agentur connecting brands, die CO-BRANDS 2017 im Hamburger East Hotel. Im Anschluss präsentierte Top-Markenstrategie Prof. Dr. Karsten Kilian in seiner Keynote zum Thema „Media, Movies, Multiplikatoren – Markenkooperationen 3.0“ Zukunftstrends im Kooperationsmarketing. In seinem Vortrag appellierte er an die Unternehmensvertreter, sich über die Definition von Markenwerten schärfer voneinander abzugrenzen und stellte neue Kooperationsmodelle der Medien- und Entertainment-Branche, wie Media for Revenue/

Equity sowie Reverse Product Placement vor und erklärte die wachsende Bedeutung von Influencer Marketing.

Der Theorie folgte die Praxis: Im Rahmen eines Speeddatings loteten Marketingentscheider in vorab geplanten Vier-Augen-Gesprächen à 25 Minuten mögliche Kooperationen aus und besprachen erste Ansätze einer Zusammenarbeit.

Die insgesamt 53 Marketing- und Sales-Führungskräfte renommierter Unternehmen wie EON, Zalando, DER Touristik, Schaebens, Parsa, 1&1 Mail&Media und Axel Springer Verlag führten über 250 Kooperationsgespräche. „Wenn die Glocke läutet, dann fangen die Gesprächspartner aber nicht direkt bei null an. Auf unserem Internetportal hat vorab ein Matching der Teilnehmer stattgefunden und die Teilnehmer

haben sich mit ihren Wunschpartnern zum Gespräch verabredet. Wir sind quasi die Kooperations-Partnervermittlung der Marketingbranche“, sagt Veranstalter Nils Pickenpack.

Auf der CO-BRANDS sind schon viele erfolgreiche Kooperationen entstanden. Im letzten Jahr kamen auf der CO-BRANDS u.a. Burda und Küche&Co zusammen. Schon in diesem Frühjahr wurde die FIT FOR FUN-Küche präsentiert, mit vielen Küchentools und FIT FOR FUN-Extras. „Wir haben auf der CO-BRANDS schon viele interessante Kooperationspartner kennengelernt und einige Kooperationen erfolgreich umgesetzt. Deshalb sind wir auch dieses Jahr wieder mit dabei“, sagt Sarah Bold, Head of Licensing Services bei der Burda Magazine Holding.

Wer sein Fachwissen zum Thema Kooperationsmarketing noch vertiefen möchte, kann sich für das Praxisseminar „Markenkooperationen – Wer kooperiert, profitiert“ in Hamburg anmelden, welches connecting brands am 22. Juni sowie am 23. November anbietet. Leiter des Seminars sind connecting brands Geschäftsführer Nils Pickenpack und Bruno Kollhorst, Leiter Content & HR-Marketing der Techniker Krankenkasse. Einige Teilnehmer, u.a. von BMW, Fashion ID (Peek & Cloppenburg) und Vileda, stehen bereits fest. Auf Wunsch wird das Seminar auch als Inhouse-Seminar angeboten. ♦



(Von links:) CO-BRANDS 2017 Initiator Nils Pickenpack mit Keynote-Speaker Prof. Dr. Karsten Kilian.