



Presseinformation

Hamburg, Januar 2022

Marken daten wieder live beim Kooperations-Speeddating in Hamburg

Am 19. Mai 2022 treffen sich auf der CO-BRANDS Marketingexperten aus bis zu 100 Top-Unternehmen wieder live zum Kooperations-Speeddating. In zehn organisierten Vier-Augen-Gesprächen lernen sich die Partner kennen und handeln erste Ansätze zu gemeinsamen Kooperationsprojekten aus. Networking Breaks und eine Abendveranstaltung ermöglichen den weiteren ungezwungenen Austausch zwischen den Teilnehmern in lockerer Atmosphäre.

Endlich Partnersuche wieder ganz persönlich: In diesem Jahr findet das bewährte CO-BRANDS Format live im exklusiven east Hotel in Hamburg statt. „Die Menschen sehnen sich nach der langen virtuellen Zeit vor den Bildschirmen und den vielen Online-Meetings wieder nach realen Kontakten. Und Kooperationen werden zwischen Menschen gemacht“, sagt Nils Pickenpack, Initiator des Events und Geschäftsführer der Kooperationsmarketing-Agentur connecting brands.

Die CO-BRANDS bietet die perfekte Plattform, um die bestmöglichen Kooperationspartner schnell und effizient zu finden. In zehn je 25-minütigen Dates haben Teilnehmer die Möglichkeit auszuloten, ob die Chemie stimmt und sich gemeinsame Kooperationsansätze finden lassen. Die Dates werden bereits im Vorfeld auf dem CO-BRANDS Veranstaltungportal verabredet. Die innovative Matchingmaking-Software wertet die Kooperationsprofile aller Teilnehmer aus und macht Vorschläge für potenziell passende Kooperationspartner.



Nicht zuletzt aufgrund der Digitalisierung liegen Kooperationen voll im Trend. Durch die Corona-Krise haben allerdings Unternehmen besonders betroffener Branchen ihre Marketingbudgets und damit ihre Kooperationsaktivitäten zurückgefahren. Mit der sich zum Sommer abzeichnenden Entspannung gibt es jetzt einen großen Nachholbedarf. Gerade Barter-Kooperationen bieten die Möglichkeit, Marketingmaßnahmen budgetschonend umzusetzen. Auf der CO-BRANDS lassen sich aber auch Geschäftspartner für Kooperationen mit Geldfluss finden. Dazu gehören die Vermarktung von Online- und Offline-Medien, Paketbeilagen, Lizenzen, Sponsoring, Testimonial-/Influencer-/Blogger-Kooperationen, Media for Revenue/Equity Deals oder CSR-Kooperationen.

Die Teilnahmegebühr beträgt 1.190 Euro pro Person, Spätbucher zahlen 1.390 Euro (jeweils zzgl. MwSt.). Die Registrierung, eine Übersicht mit den angemeldeten Unternehmen und alle Programminformationen sind auf dem Veranstaltungportal unter www.co-brands.de zu finden.

Informationen über den Veranstalter connecting brands:

Das Leistungsportfolio der Hamburger Kooperationsmarketing-Agentur umfasst die Konzeption und Umsetzung von Markenkooperationen, Kooperationsberatung und Kooperations-samplings. Geschäftsführender Gesellschafter und Gründer ist Nils Pickenpack, der im Brand Management bei Unilever und als Account Director bei The Instore Media AG tätig war. Schon seit 2007 bringt connecting brands namhafte Unternehmen aus Industrie, Dienstleistungen, Handel und Medien in gewinnbringenden Kooperationen zusammen und verfügt über einen Pool von über 2.000 Kooperationspartnern.