



# Cross-Marketing

## Teil 1: Cross-Advertising & Host/Beneficiary

### NEUE WEGE ZUM ERFOLG

**Die Strategie ist so genial wie einfach: Zusammenarbeit von mehreren Partnern im Bereich Marketing. Ziel ist es die Markenbekanntheit zu erhöhen, Zielgruppen effizient erreichen sowie neue Vertriebswege ausbauen. Dabei kann man sich verschiedener Formen bedienen.**



Beispiel für ein Cross-Advertising (Foto: GBM-Beratung)

### CROSS-ADVERTISING

Gezielte und wirksame Werbemaßnahmen sind oft teuer und aufwendig, daher für kleine Unternehmen oft nicht im Bereich des Möglichen. Aber Werbung ist wichtig. Hier gibt es Abhilfe, Cross-Advertising macht Werbung erschwinglich. Bei dieser Form des Cross-Marketing bildet man Kooperationen mit anderen Unternehmen. Dabei können die Unternehmen konkurrieren oder sich ergänzen. Bei einer Kooperation von konkurrierenden Unternehmen ist es am wirkungsvollsten sich ein übergeordnetes Thema zu suchen und ein gemeinsames Werbeprojekt zu entwickeln, so können Hotels und Gastronomen in Leipzig z. B. einen Werbeflyer zum Thema „Sommer in der

Bachstadt“ erstellen. Einzeln wäre es für ein Unternehmen kaum tragbar, in Kooperation rentiert es sich durch die Aufteilung der Kosten.

Ergänzen sich die Unternehmen ist es durchaus denkbar, dass ein Hotel und ein benachbartes Restaurant eine gemeinsame Werbung entwickeln, beispielsweise unter dem Motto „Genießen in heimischer Atmosphäre“. So wird dem Kunden neben seinen Aufenthalt im Hotel noch das Restaurant empfohlen und umgekehrt, es besteht eine Art Wechselwirkung.

Sollten diese Maßnahmen dennoch das Werbebudget übersteigen, gibt es auch finanziell günstigere Formen. So ist es möglich, gegenseitig Werbeplakate in den Geschäften anzubringen oder Flyer auszulegen. Es gibt auch hier viele Möglichkeiten den Werbepartner in sein Geschäft mit einzubinden ohne dass ein großer finanzieller Aufwand betrieben werden muss.

### HOST/BENEFICIARY

Über Kooperationen zum Kunden. Neue Kunden von seinem Produkt zu überzeugen wird immer schwieriger, das liegt vor allem an der täglichen Reizüberflutung, ein Kunde ist täglich tausenden Werbebotschaften ausgesetzt, dass er den größten Teil nicht mehr wahrnimmt, ist nicht verwunderlich.

### Es wird Zeit für neue Wege

Die Grundidee ist dabei ganz einfach, Unternehmen mit der gleichen Zielgruppe bilden eine so genannte Empfehlungskooperation. Der Gewinn für Unternehmen A besteht darin, über Zusatzangebote oder Vergünstigungen, welche über das Unternehmen B angeboten werden, Mehrkunden zu generieren. In der Regel erhält B eine Provision oder Gewinnbeteiligung als Gegenleistung ...

Ein Beispiel dafür sind die Hotelkooperationen des Leipziger Zoos, auf dessen Internetseite man unter Sponsoren und Kooperationspartner über einen Link

zum ausgewählten Hotel gelangt und so sein Zimmer in Leipzig gleich reservieren kann.

Aber nicht nur EmpfehlungsKooperationen sind sinnvoll, auch Kooperationen unter Gleichen zeigen Wirkung. So empfiehlt eine Unternehmen die Leistung des Anderen und umgekehrt. So kann zum Beispiel ein Hotel die Leistungen einer naheliegenden Tauchschule bewerben und die Tauchschule ihren Gästen das Hotel für ihren Aufenthalt empfehlen. Die Unternehmen haben dabei freie Hand in der Gestaltung, seien es Werbebriefe, Aufsteller im Geschäft oder Gutscheine. Diese Marketingform ist oft ohne großen finanziellen Aufwand umsetzbar und für fast jede Art von Unternehmen anwendbar, wichtigstes Merkmal dabei ist die richtige Auswahl des Kooperationspartners und Überschneidung der Zielgruppen.

Kontakt:

**GBM – Gesellschaft für Unternehmensberatung und betrieblich angewandte Mathematik mbH**

Wachauer Straße 9, 04299 Leipzig

Telefon: 0341 / 8617221



**Maria Schneider**

*Geschäftsführerin*

Maria.Schneider@gbm-beratung.de

Internet: www.gbm-beratung.de



**Katja Junghanns**

*Unternehmensberaterin*

Katja.Junghanns@gbm-beratung.de

Internet: www.gbm-beratung.de

Weitere Themen in Serie: Cross-Promotion, Cross-Sponsoring und Cross-Selling in den nächsten Ausgaben

Anzeige

**Pächter mit langjähriger Erfahrung in der Gastronomie für Gasthaus & Pension „Lindenhof“  
04610 Meuselwitz, Altenburger Straße 43,  
zum Pachtantritt am 01.01.2014 gesucht**

- Großes Einzugsgebiet - unmittelbar an der B 180 gelegen
- Moderne Kücheneinrichtung und Kühltechnik vorhanden
- Komplett ausgestattetes Restaurant mit 80 Plätzen inklusive rundum verglastem kleinen Saal und abtrennbarem Vereinszimmer - geeignet für Feiern aller Art
- Großzügige, komfortabel ausgestattete Pension im 1. und 2. Obergeschoss (separate Küche, 7 Zweibettzimmer und 1 Einbettzimmer)
- Biergartenbetrieb möglich, 40 m<sup>2</sup> großer klimatisierter Glaspavillon mit Schanktheke vorhanden
- 15 Pkw-Parkplätze und 2 Busparkplätze direkt vor und hinter dem Haus

Infos zum Objekt auch unter:

**[www.lindenhof-meuselwitz.de](http://www.lindenhof-meuselwitz.de)**

**Bewerbung sowie Referenzen richten Sie bitte an:**

**Post:**

**Städtische Wohnungsgesellschaft Meuselwitz mbH,  
Altenburger Straße 22, 04610 Meuselwitz, z.H. Herrn Reichel**

**Mail:**

**[info@swg-meuselwitz.de](mailto:info@swg-meuselwitz.de)**

**Kontakt:**

**Telefon: 03448-44250 -Telefax: 03448-2739**