

CO-BRANDS

Marketer flirten im Hamburger East Hotel

Zwischen *Gala* und *Comma* hat's gefunkt. Das *People*-Magazin und das Mode-Label hatten sich im vergangenen Jahr beim Speeddating kennengelernt und im Anschluss eine gemeinsame Modekollektion entwickelt. Dafür wurden sie jetzt bei einer Preisverleihung im Hamburger East Hotel mit dem „Co-Brands Award 2014“ geehrt.

Die Veranstaltung für Kooperationsmarketing hat unter Geschäftsführer Nils Pickenpack bereits zum sechsten Mal stattgefunden. Tagsüber führten 64 Teilnehmer insgesamt 333 Kooperationsgespräche. Das Prinzip: In aufeinanderfolgenden Vier-Augen-Gesprächen à 25 Minuten loten Marketingentscheider mögliche Partnerschaften für das laufende Geschäftsjahr aus. Teilnehmer **Bernd Lietke**, Leiter Marketing Retail bei WMF, nennt es einen „anspruchsvollen Gesprächsmarathon“ – und schwärmt: „Der persönliche Erstkontakt ist die Basis für eine erfolgreiche kooperative Zusammenarbeit, den in dieser Form keine andere Veranstaltung bieten kann.“

Neben WMF waren unter anderem BMW, Christ Juweliers, Die Zeit, Hussel Süßwarengeschäfte, Berge & Meer Touristik, Jochen Schweizer und Meßmer Tee auf der Suche nach einem Marken-Flirt.

sg



↑ 1



↓ 2



↑ 3

↓ 4



- 1 Astrid Bleeker, Director Brand Solutions bei „Gala“ (l.), Ronald Kloiber, Marisa Grün und Sandro Schramm, alle Comma-Marketing, sowie Nina Rombach, Key Account Manager „Gala“.
- 2 Lars Bandelow, Manager Kooperationen Hanse Merkur (l.), Daniel Willms (Kooperationsmanager Wetter Online), Bert Freter, Partnervertrieb Berge & Meer, Jörg Borack, Hanse Merkur.
- 3 Ann-Katrin Huckfeldt, Vertrieb Mehr Entertainment (l.), und Sarah Kock, Marketing Hussel Süßwaren.
- 4 Marketing-Manager beim Kooperations-Speeddating.