

Stufe 1: Allgemeiner Check

Frage	Begründung
Wie ist das öffentliche Image der Marke?	Das Image eines Partners färbt immer auf einen selbst ab. Hier sollte eine Zielgruppenanalyse mit Hilfe von bestehenden Partnern, Netzwerken und Experten erstellt werden.
Passt die Kommunikation des Unternehmens allgemein zu VcA?	Die bisherige Kommunikation des Unternehmens sollte zum freudvollen und potentialorientierten Ansatz von VcA passen.
Wie wäre es, wenn VcA zuerst über diesen Partner wahrgenommen wird?	Diese Frage kann eine Hilfestellung für die Fragen 1 und 2 sein.
Wie hoch ist das Einflusspotential von VcA auf das Unternehmen?	Sprechen wir direkt mit den Entscheider*innen im Unternehmen? Nur dann können wir mögliche kritische Bereiche des Unternehmens direkt positiv beeinflussen.
Gibt es im Unternehmen einen glaubhaften Wunsch nach positiver Veränderung?	Nur wenn die Tür offen ist, können wir auch wirklich versuchen positiven Einfluss auf das Unternehmen zu nehmen.
Wie ist das Potential am Markt?	Es ist positiv, wenn das Unternehmen geeignet ist, in einer kritischen Branche weitreichende positive Veränderungen herbeizuführen.
Mit welchen Unternehmen arbeitet das Unternehmen zusammen?	Co-Branding ist eines der einflussreichsten Mittel, um Meinungsbildung zu betreiben. Ein negatives Co-Branding färbt auf VcA ebenso ab, wie ein positives.
Hat das Unternehmen bereits Berührungspunkte mit dem angedachten Einsatzgebiet für VcA?	Die Frage kann insbesondere beim Sponsoring zu einer differenzierten Einschätzung beitragen. (Bsp.: Die Sponsoren des FCSP passen Aufgrund des Veranstaltungsortes eventuell gut zur MTG obwohl sie nur mäßig gut mit VcA harmonieren.)
Steht der Aufwand von VcA in einem sinnvollen Verhältnis zum Ertrag?	Als gemeinnütziger Verein sollte VcA seine Ressourcen bestmöglich einsetzen. Eine ernsthafte Potentialanalyse der möglichen Partnerschaft ist unabdingbar.
Welche Gegenleistungen erwartet der Partner von VcA?	Als gemeinnütziger Verein sollten stets die Vorteile einer Partnerschaft überwiegen. D.h. die Erwartungshaltung des Partners sollte vor einer Zusammenarbeit geklärt und mit allen Stakeholdern besprochen sein.

Hinweis: Nur wenn Stufe 1 erfolgreich war, muss Stufe 2 geprüft werden. Der allgemeine Check sollte für die erste kritische Analyse von möglichen Partnern ausreichen.