

# Wachstumsmarkt Internet

Es herrscht Betriebsamkeit bei Europas größtem Nonfood-Caterer. Jedes Jahr investiert das Unternehmen in Produktinnovationen, die traditionell zum Jahresauftakt auf der ‚Best of Events‘ präsentiert werden. Mit ständig neuen Standorten, wie zuletzt in Kassel und Bremen, optimiert das Unternehmen seine Flächendeckung, ganz zur Freude seiner Kunden. Und dabei überschreitet Party Rent schon lange die Grenzen. Die Standorte Luxemburg und Paris sind nur zwei Beispiele dafür, dass das Party Rent Franchise-Konzept grenzüberschreitend erfolgreich unterwegs ist. Drei weitere Standorte im angrenzenden Ausland stehen Unternehmensangaben zur Folge kurz vor der Realisierung. Die Buch-Trilogie wird 2011 mit ‚franchise & company‘ komplettiert. Und ebenfalls 2011, anlässlich der nächsten ‚Best of Events‘ in Dortmund, präsentiert die Party Rent Group eine neue Internetplattform.

Bereits seit Monaten arbeitet man im westfälischen Bocholt am Konzept für das Projekt, das, angelehnt an den Präsentationstermin im Januar 2011, den Arbeitstitel ‚elevenone‘ trägt. Zur Realisierung des Projektes hat sich Unternehmensgründer Joris Bomers tatkräftige Unterstützung ins Boot geholt. Achmed Taouil von der Agentur Marotura.com aus Enschede zeichnet für Google-Analyse, Online-Strategie, Usability, Social Media und Technologie verantwortlich. Hans Schriever, von der Düsseldorfer SCHRIEVER.AG, übernimmt die Verantwortung für die Content-Strategie, das Corporate Design und die Unternehmenskommunikation.

Im Gespräch mit Joris Bomers und seinem Projektteam wirft die Redaktion der BoE-Zeitung einen ersten Blick hinter die Kulissen des neuen Webauftritts der Party Rent Group.

**BoE:** Herr Bomers, der Dot-Com Hype liegt gut 10 Jahre hinter uns. Aus welcher Motivation heraus investieren Sie als Nonfood-Caterer in Online-Marketing-Strategien?

**Joris Bomers:** Nun, das Internet ist erwachsen geworden. Es stellt heutzutage einen wichtigen Faktor in der Wertschöpfungskette dar. Unseren derzeitigen Internetauftritt haben wir vor etwa 10 Jahren konzipiert. Wenn Sie bedenken, dass Google damals noch ein Versuchsprojekt in einer kalifornischen Garage war, dann können Sie schnell nachvollziehen, dass unsere Seiten heute nicht mehr zeitgemäß sind.

**BoE:** Sie haben für die Entwicklung Ihrer neuen Seiten eigens ein Projektteam installiert und gleich zwei externe Agenturen hinzugezogen. Warum betreiben Sie einen derartig hohen Aufwand?

**Joris Bomers:** Bei allem, was wir bei Party Rent tun, haben wir an aller ersten Stelle die Bedürfnisse unserer Kunden im Fokus – so auch bei der Entwicklung der neuen partyrent.com-Seiten. Daher haben wir Regina Severin ein Projektteam zur Seite gestellt. Achmed Taouil hat viele Jahre erfolgreich für Reed Business gearbeitet. Google wollte ihn, das war ein wichtiges Indiz für uns und seine Agentur zeichnet für viele b2b-Portale, wie zum Beispiel [www.zibb.nl](http://www.zibb.nl), das Automobilportal [www.amt.nl](http://www.amt.nl) verantwortlich – er ist Experte, wenn es um technische Konzipierung einer modernen Internetplattform, Social-Media oder etwa SEO-Aspekte im Internet geht.

Hans Schriever war viele Jahre Marketing-Leiter in unserem Unternehmen. Er hat die Marke ‚Party Rent‘ mit uns entwickelt, kennt sich im Unternehmen so

wie auch am Markt hervorragend aus und verfügt über ein ausgezeichnetes Gespür für innovative Trends. Seine Agentur ist also prädestiniert dafür, uns in der strategischen Unternehmenskommunikation zu beraten. Mit der Verpflichtung beider Leistungspartner schaffen wir eine gewinnbringende Synergie mit dem Ziel, eine

moderne Kommunikationsplattform zu schaffen, die verschiedene Nutzwerte für unterschiedliche Zielgruppen unserer Kunden hat.

**BoE:** Herr Taouil, viele Agenturen fordern die Integration von Online-Marketing und Socialmedia im Mittelstand. Warum spielen diese Instrumente heute eine so große Rolle im Kommunikationsmix eines mittelständischen Unternehmens?

**Achmed Taouil:** Das Internet ist schon lange keine Einbahnstraße mehr, sondern es findet ein Informationsaustausch in zwei Richtungen statt. Socialmediaplattformen wie XING, Facebook, Twitter oder Youtube spielen hierbei eine zunehmend große Rolle. Das erkennen Sie schon daran, dass Facebook 2004 noch eine elitäre Netzwerkplattform ausschließlich für Harvard-Studenten war – heute, nur sechs Jahre später, ist Facebook eines der wichtigsten Socialmedia-Netze der Welt. Menschen teilen Wissen und Meinungen und sie tauschen Erfahrungen aus. Hier liegt also ein enormes Potential für die Unternehmenskommunikation eines mittelständischen Unternehmens.

**BoE:** Worin sehen Sie den Mehrwert von Socialmedia und Online-Marketing gegenüber z.B. den Printmedien?

**Achmed Taouil:** Der Mehrwert liegt darin, dass die Kommunikation hier in zwei Richtungen fließt. Das ist übrigens ein Vorteil für Unternehmen und Kunden. Kunden sind in die Lage versetzt, Produkte und Leistungen eines Unternehmens zu bewerten. Sie können sich darüber informieren, wie andere Kunden gewisse Produkte oder Dienste bewerten oder etwa welche Produkte oder Dienste von anderen Kunden gewählt wurden. Unternehmen wiederum erhalten die Möglichkeit, mit ihren Kunden in einen Dialog zu treten. Sie können durch

die Kritik ihrer Kunden ihre Produkte und Leistungen optimieren. Sie können ihr Portfolio ergänzen oder den Bedürfnissen ihrer Kunden anpassen.

**BoE:** Herr Schriever, worauf legen Sie bei der Socialmedia-Integration bei partyrent.com besonderen Wert?

**Hans Schriever:** Meiner Auffassung zur Folge ist es wichtig, zielgruppenspezifisch zu kommunizieren. Vor 10 Jahren galt es den Bekanntheitsgrad der Marke ‚Party Rent‘ drastisch zu erhöhen. Ich glaube das ist uns gelungen. Heute müssen wir Inhalte transportieren, die für Leser einen Nutzwert haben.

**BoE:** Machen Sie das bitte an einem Beispiel fest.

**Hans Schriever:** Nun, ein Event-Caterer hat ganz andere Ansprüche an die Dienstleistungen der Party Rent Group, als z.B. ein Zeltbauer und der wiederum braucht andere Informationen und Features als eine Agentur. Natürlich gibt es gemeinsame Schnittmengen bei einzelnen Gewerken. Dennoch werden wir künftig die gesamte Unternehmenskommunikation der Party Rent Group auf die einzelnen Zielgruppen abstellen.

**BoE:** Welche Vorteile erwarten Party Rent-Kunden auf den neuen Internetseiten ansonsten?

**Hans Schriever:** Nun, wir wollen hier und jetzt noch nicht zu viel verraten. Aber wir werden eine Menge Tools und Features in die Seiten integrieren, die den Kunden der Party Rent Group die Zusammenarbeit wesentlich erleichtern wird.

**BoE:** Herr Taouil, werden Sie die neuen Internetseiten auch für die Neukunden-Akquise nutzen?

**Achmed Taouil:** Natürlich. Es ist kein Geheimnis, dass Google prädestiniert dafür ist, Neukunden zu generieren. Um die neuen Seiten dahingehend zu optimieren, bedienen wir uns eines wissenschaftlichen Modells, das wir bei Marotura.com entwickelt haben. Daraus haben wir mit der SCHRIEVER.AG einen Business-Case entwickelt, der den neuen Seiten der Party Rent Group zu Grunde liegt.

**BoE:** Herr Bomers, Ihr Team sprach Tools mit Nutzwert an? Worauf dürfen sich Ihre Kunden freuen?

**Joris Bomers:** Wir werden partyrent.com modular aufbauen. Wir starten im Januar mit einem umfangreichen Basismodul in vier Sprachen und bauen 2011 sukzessive mit vielen Features aus. Produktvideos, technische Dateien oder etwa Anleitungen sind nur einige Serviceleistungen, die wir künftig bei partyrent.com bieten werden. Außerdem wird es eine Online-Version unseres Atmosphärenbuchs geben. Aber wir wollen an dieser Stelle nicht zu viel verraten. Besuchen Sie uns auf der Best of Events in Dortmund.

[www.partyrent.com](http://www.partyrent.com)  
Halle 4, Stand B02



Achmed Taouil (Agentur Marotura.com)



Joris Bomers (Party Rent Group)



Hans Schriever (SCHRIEVER.AG)

