REVIER MANAGER

Wirtschaft. Regional. Spannend.

REGIO MANAGER

ITNT MEDIA GROUP
Meister des Mikro-Marketings

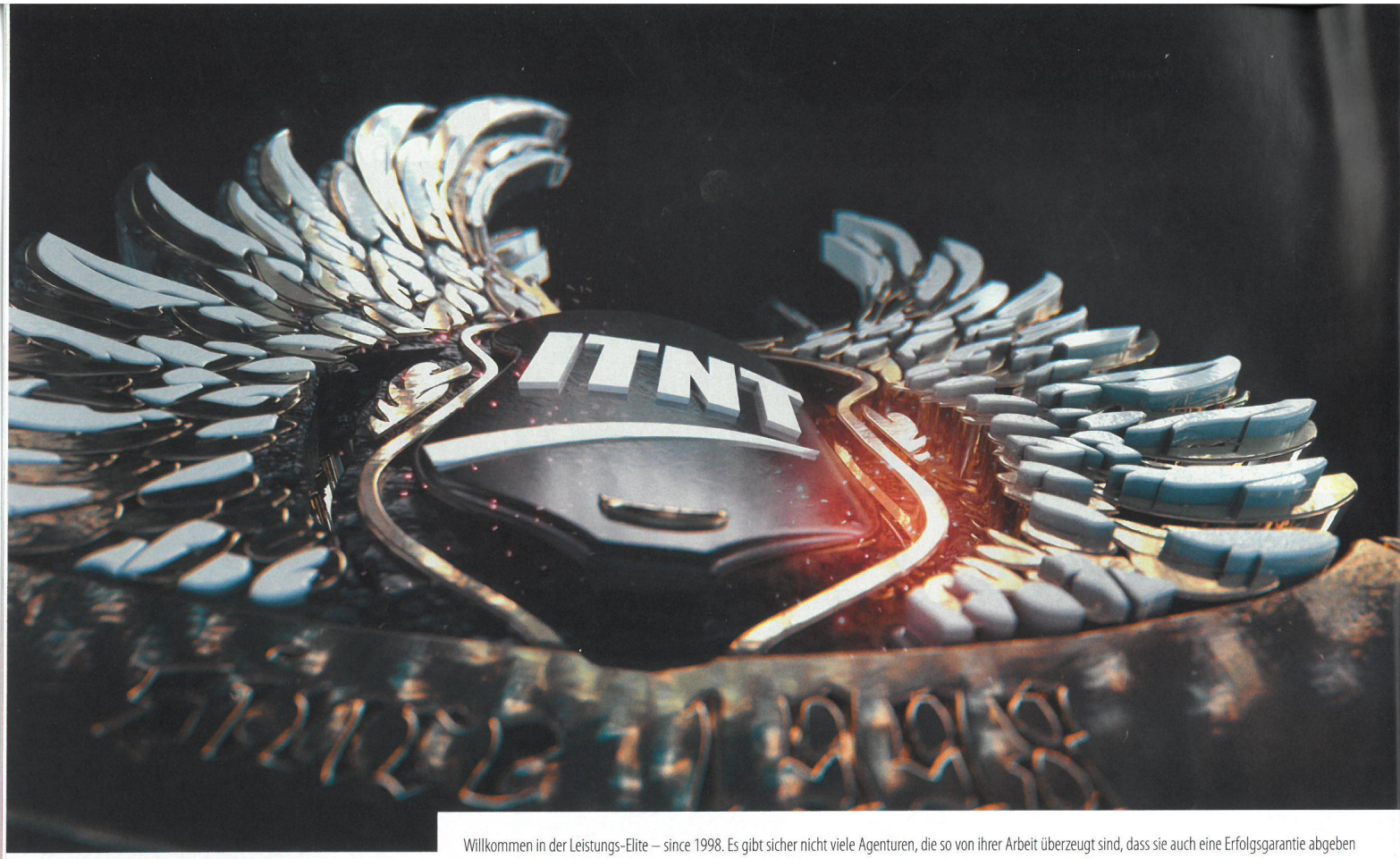
RANKINGS
Werbetechniker, Sicherheitsdienstleister

PLATTFORMEN
Amazon als Blaupause?

NACHFOLGE
Übergabe ohne Erben

Ausgabe 06 · 12. Jahrgang · 6,90 €

DAS UNTERNEHMER-MAGAZIN FÜR DAS RUHRGEBIET: DIREKT AN DIE 15.000 GRÖSSTEN UNTERNEHMEN IN DER REGION.



Willkommen in der Leistungs-Elite – since 1998. Es gibt sicher nicht viele Agenturen, die so von ihrer Arbeit überzeugt sind, dass sie auch eine Erfolgsgarantie abgeben

ITNT MEDIA GROUP

Meister des Mikro-Marketings

Die ITNT Media Group ist seit über 20 Jahren professioneller Partner für Online-Marketing und Sales-Kampagnen. Zudem bietet sie ihren Kunden auf Wunsch auch Erfolgsgarantien an. Gesellschafter und Geschäftsführer Marco Rolof kann auf eine sehr bewegte Geschichte zurückblicken.

„Eigentlich wollte ich Soldat werden – wie mein Vater. Kampftaucher war mein Traum", so startet Marco Rolof in unser Titelporträt-Interview. Wir sitzen in seinem großzügigen Büro in Dorsten auf einer ausladenden Sitzgarnitur, umgeben von interessanten Gemälden, Statuen und sonstigen Blickfängen. „Ein Bandscheibenvorfall im zarten Alter von 18 Jahren machte meinen Traum allerdings zunichte – eine neue Lebensplanung musste her!" Gesagt, getan: Ganz solide absolvierte er eine Ausbildung zum Bankkaufmann bei einem großen US-Finanzinstitut und machte im Anschluss Karriere als Marketing-Manager bei einem US-Pharma-Unternehmen. „Die menschliche Psyche und die daraus resultierenden Verhaltensmuster haben mich schon immer begeistert und interessiert. Während meiner Banker-Zeit habe ich mich daher in unzählige Bücher über Verhaltenspsychologie, Verkauf und Marketing eingelesen", erinnert er sich und nippt an seinem Kaffee. Als er Ende der 1990er Jahre von einer Investoren-Gruppe angefragt wurde, ob er „was im und mit dem Internet aufbauen" könne, sagte er sofort zu – und begann mit der Verwirklichung eines neuen Lebenstraums.

Man kann es sich heutzutage kaum mehr vorstellen, aber das Internet steckte damals noch in den Kinderschuhen. Nur wenige größere Unternehmen hatten überhaupt eine Homepage. „Ich hatte noch keine große Ahnung davon, fand die Idee aber sehr spannend und wollte mich intensiver damit auseinandersetzen", sagt der gebürtige Gelsenkirchener entschlossen. Als ihm das riesige wirtschaftliche Potenzial des Mediums bewusst wurde, war die Idee des Kaufs der Anteile und somit der Übernahme der am 04.06.1998 gegründeten Agentur geboren – damals noch unter der Firmierung ITNT Gesellschaft für Informationstransfer, Netzwerktechnik und Telekommunikation mbH.

Schon zur Jahrtausendwende seiner Zeit voraus

Zu den ersten Kunden der damals noch leicht überschaubaren Agentur-Crew zählte die Gemeinde Schermbeck. Ein moderner Webauftritt mit virtuellem 360-Grad-Sightseeing entstand – die Arbeit von ITNT grenzte seinerzeit an eine technologische Sensation. Für den Bürgermeister-Kandidaten Lambert Lütkenhorst konzipierte das Agentur-Team einen internetbasierten Wahlkampf, den der CDU-Politiker dann auch sehr deutlich gewann. Neben Kundenprojekten wurde auch immer wieder Zeit in eigene Projekte investiert, wie etwa in ein Lifestyle-Onlineportal für die Fitnessbranche, das es in dieser Form auch noch nicht gab.

Durch die Zusammenarbeit mit Paul Underberg (Gründer von INJOY und Unternehmer des Jahrzehnts) entwickelte sich die

Agentur zu einem der größten Online-Spezialisten der Fitnessbranche. Unter anderem wurde die Markeneinführung von INJOY 2002 durch die ITNT Media Group begleitet. „Paul ist Mentor, Vorbild und Freund – von ihm konnte ich unfassbar viel lernen und er hat mich jederzeit unterstützt. Auch jetzt noch. Wir haben damals gemeinsam überlegt: Wie können wir die Fitnessbranche digitalisieren?", so Rolof. Und so entstanden innovative Internetauftritte sowie Online-Sales-Kampagnen für die gesamte Branche, wie es sie vorher nie gegeben hat.

Auch bereits erste Konzepte im Bereich E-Mail- und SMS-Marketing setzte ITNT in dieser Ära um. Das Business wurde immer umfangreicher und vielfältiger: Bereiche wurden ausgegliedert – das ITNT Aus- und Weiterbildungssystem wurde ins Leben gerufen; neue Kunden aus ganz unterschiedlichen Branchen kamen hinzu: Uhren, Immobilien, Automobile und viele mehr. Doch der Schwerpunkt blieb von damals bis heute: VERKAUF! Es geht immer darum, Produkte zu verkaufen, Leads zu generieren, Aufmerksamkeit zu schaffen.

Aus heutiger Sicht wirken die technischen Herausforderungen von damals richtig nostalgisch: „Die Internetverbindung war zu dieser Anfangszeit noch eine Katastrophe. Eine für Kunden konzipierte Webseite mussten wir zum Beispiel teilweise noch auf ZIP-Disketten packen und per Post an den Provider schicken, der diese dann auf den Server spielte. Das war ab und an günstiger, als es selbst hochzuladen", sagt Rolof und muss etwas lachen. „Wir haben auch Feedbacks in Form von Fax-Nachrichten weitergeleitet, weil die wenigsten Kunden eine eigene E-Mail-Adresse hatten." Die Anekdote ist umso lustiger, wenn man bedenkt, was im Zuge der Digitalisierung allein in den letzten 15 Jahren alles passiert ist. Vor allem durch das Aufkommen von Social Media haben sich vollkommen neue Möglichkeiten ergeben, um Kundenkampagnen maßgeschneidert und zielgerichtet durchzuführen.

Optimale Kundenvermarktung dank Mikro-Marketing

ITNT war seiner Zeit schon immer etwas voraus – und ist es, dank seiner enormen Erfahrung im großen digitalen Dschungel, auch heute noch. Marco Rolof hat schon direkt nach dem Launch des sozialen Netzwerkes „Facebook" das Potenzial erkannt und auf das richtige Pferd gesetzt. Die ITNT wurde damals u. a. in das „Preferred Developer Program" von Facebook aufgenommen – ein Ritterschlag zur damaligen Zeit. Für Kunden betreuen Rolofs Agenturen heutzutage Facebook-Fanpages, Facebook-Apps und -Werbeanzeigen und übernehmen bei Bedarf auch die Komplettbetreuung inklusive Contenterstellung, Community-Watch und Redaktion. Virale Kampagnen über Facebook, YouTube, Instagram und Twitter gehören selbstverständlich auch zum Angebot. „Wir sind jetzt die absoluten Spezialisten im Mikro-Marketing. Dank einer riesigen Datenbasis, über 20 Jahren Erfahrung im Digital-Sektor und selbst entwickelter intelligenter Algorithmen können wir unsere Kunden sehr erfolgreich vermarkten", erklärt Rolof.

„Wir sind keine klassische Werbeagentur! Wir sind digitale Verkaufsprofis. Dabei spielt das Produkt keine Rolle. Unsere Philosophie ist, den Kunden erfolgreicher zu machen und ihm zu helfen, seine Produkte zu verkaufen." (MR)

Kunden können eine Erfolgsgarantie erhalten

Der Geschäftsführer ist tief überzeugt von seinem Businessmodell und sagt selbstbewusst: „Wir sind wohl die einzige Agentur in Deutschland, die eine echte Erfolgsgarantie gibt. Wenn wir die Ziele, die wir mit unseren Kunden vereinbart haben, nicht erreichen, dann müssen uns unsere Kunden auch nicht bezahlen." ITNT finanziert die Kampagnen also vor und bekommt sein Honorar nur im Erfolgsfall – das kann zum Beispiel ein messbarer Lead oder ein neuer Vertragsabschluss aufseiten des Kunden sein. „Das legen wir individuell vertraglich fest." Ein regelmäßiges Reporting durch ITNT unterstützt zudem die Transparenz der Kampagnen. Und natürlich gibt es eine 24/7-Hotline, an der das ITNT-Team Kunden jederzeit berät und unterstützt. „Wir nehmen unseren Kunden alles ab – wie ein Concierge im Fünf-Sterne-Hotel."

Die bestmögliche Digitalstrategie für einen Kunden

Wie Rolof und sein Team das jeweils passende Konzept finden? „Ganz einfach. Wir fragen den Kunden: Was ist Dein persönliches Ziel? Wie ist Dein Budget?" Auf dieser Basis wird dann ein maßgeschneidertes Angebot erstellt und eine Beraterpauschale vereinbart.

Je nach Budget und Zielen können das zum Beispiel Google AdWords, reine Facebook Ads, Landingpages oder auch ein ganzes Digitalpaket sein. „Das ist pure Mathematik bei uns. Wir wissen, was wir machen. Wir legen die Zahlen auf den Tisch. Der Kunde bekommt die bestmögliche Digitalstrategie für sein Unternehmen im vorgegebenen Budget. Das ist sehr einfach und transparent." Datenschutz und DSGVO-Konformität ▸

Damals Bundesgesundheitsminister Hermann Gröhe und Ex-Nationalspieler Thomas Brdaric – Politik kann auch Spaß machen

Paul Underberg, Unternehmer des Jahrzehnts – Vorbild, Mentor und Freund

Übergabe der Urkunde zur Ernennung zum Int. Wirtschafts-Senator mit NRW-Wirtschaftsminister Pinkwart und NRW-Ministerpräsident a. D. Jürgen Rüttgers

Anzeige

Zu Besuch in der Facebook Zentrale – und die „WE ♥"-Community darf auf der Facebook-Wand natürlich nicht fehlen...

So entsteht ein Coverbild – immer den Blick aufs Wesentliche

spielen dabei eine überaus wichtige Rolle: Ganz aktuell lässt sich ITNT nach DI N ISO/IEC 27001 zertifizieren. „Die Zertifizierung durchzuführen, ist unser persönlicher Qualitätsanspruch an uns selbst. Denn nur Qualität setzt sich durch! Und für unsere Kunden, wie zum Beispiel BMW, für die wir seit Jahren schon hunderte von Social-Media- und Online-Kampagnen durchführen, ist es wichtig zu wissen, mit einem verlässlichen Partner zusammenzuarbeiten." so Rolof.

Aus Liebe zur Region: die WE-♥-Geschichte

Seit jeher ist ITNT eng mit der Region verbunden, daran ändern auch die mittlerweile über 1.300 Kunden auf der ganzen Welt nichts. Diese große Verbundenheit zeigt sich etwa in einem Herzensprojekt von Marco Rolof: WE ♥. Hinter dem Label steckt eines der größten Städtemarketingnetzwerke in Deutschland. Getreu dem Motto „Gemeinsam für unsere Stadt" können sich Facebook-Abonnenten hier über alles austauschen, was ihnen in ihrem Umfeld am Herzen liegt. Durch Seiten wie „We ♥ Dorsten" oder „We ♥ GE" wurde im ganzen Ruhrgebiet eine riesige Community aufgebaut. Nach diesem Prinzip hat ITNT auch andere Marken, wie zum Beispiel „WE ♥ Tattoos" mit weit über 1,2 Millionen Tattoo-Fans, aufgebaut. „Über WE ♥ haben wir eine riesige Reichweite, von der manche Print-Medien nur träumen können. Die Reichweiten können wir natürlich auch für unsere Kunden nutzen, indem wir zum Beispiel ihre Storys dort transportieren", erklärt der Inhaber.

Auch Promis und Global Player profitieren

Von Storys leben auch Prominente – und von denen hat Marco Rolof im Laufe seiner Unternehmensgeschichte so einige medial betreut: TV-Stars wie z. B. Detlef D! Soost und Mola Adebisi, Sportler wie Nationalspieler Thomas Brdaric oder Musiker wie Loona oder auch Isabell Varell und viele mehr. Für Frank Rosin, den Fernsehkoch mit zwei Michelin-Sternen, baute ITNT die derzeitige Facebook-Fanpage komplett auf und betreut ihn nun seit gut sieben Jahren – mit beachtlichem Erfolg. Auch die Moderatorin Birgit Schrowange (RTL) profitiert von den Vermarktungsfähigkeiten der Dorstener. Und die Manuel Neuers Kids Foundation zählt ebenfalls zu den Referenzen. Ebenso BMW, für die die Agentur seit mehreren Jahren, und auch aktuell, zahlreiche Online-Kampagnen erfolgreich umgesetzt hat. Das große Fachwissen in diesem Bereich gibt ITNT auch gerne weiter – in Form von Seminaren. „Ob Promis, Politiker oder Unternehmer – sie alle können sich hier über aktuellste Entwicklungen im Social Media Marketing und Cross Media Marketing im Detail schulen lassen", erklärt Rolof.

ITNT-Mitarbeiter: wahre Profis mit Expertenwissen

All diese komplexen Dienstleistungen lassen sich nur realisieren, weil Marco Rolof ausschließlich auf ausgewiesene Profis in seiner Agentur setzt. Je nach Kundenbranche gibt es spezialisierte Teams – eins für den Automobilsektor, eins für das Städtemarketing et cetera. In einem Netzwerk aus insgesamt acht Agenturen auf der ganzen Welt kann ITNT so jederzeit auch international agieren. „Wir entwickeln uns stetig weiter und freuen uns natürlich auch über neue Gesichter in unserem Team. Web Developer, Mediengestalter und gute Vertriebler sind herzlich willkommen, sich bei uns zu bewerben", so Rolof. Bei den Meistern im Mikro-Marketing werden sie definitiv lernen – so viel steht fest. *Thomas Corrinth | redaktion@regiomanager.de* ■

Für diese Retusche würde jeder Gebrauchtwagenhändler in den Knast kommen. Powered by Photoshop und Schminke

Denn nur wer über sich selbst lachen kann, wird am Ende ernst genommen (Einstein) – und niemals ohne Kaffee (Rolof)

KONTAKT

ITNT Multimedia & Marketing GmbH
Borkener Straße 64 · 46284 Dorsten
Telefon: 02362 6055 0 · Telefax: 02362 6055 29
sales@itnt.de · www.itnt.de