

Town & Country- Virtuelle Musterhaus-Ausstellung in Second Life

Neue Wege zur Zielgruppe

Behringen. Die interaktiven Möglichkeiten des Web 2.0 gelten für viele Unternehmen als Königsweg des Marketings im Internet. Im Zentrum der Aktivitäten steht dabei immer häufiger die Online-Simulation Second Life. Mit über neun Millionen Nutzern gehört die virtuelle Welt zu den derzeitig stärksten Trends im Internet. In der 3-D-Welt können die Benutzer mit ihren Avataren, dem virtuellen Ich, spielen, Handel treiben und kommunizieren. Insbesondere internationale Top-Unternehmen wie Adidas, IBM, Sony BMG oder Toyota nutzen die komplexe 3D-Simulation verstärkt als Marketing-Plattform. Als einer der ersten deutschen Mittelständler setzt jetzt auch der Massivhausanbieter Town & Country auf die Möglichkeit in Second Life direkt mit Bauinteressenten zu kommunizieren. Auf einer eigenen Insel präsentiert das Thüringer Unternehmen eine Auswahl seiner mehr als 30 Typenhäuser als realistisch gestaltete, begehbare 3D-Simulation.

„Wer heute neue Zielgruppen erreichen will, der muss besonders im Internet dahin gehen, wo die Menschen sind. Und Second Life ist einer der Hot Spots“, ist Unternehmensgründer Jürgen Dawo überzeugt. Dabei passt die Town & Country Hauspalette, die vor allem auf junge Familien mit

Kontakt:

ADVISA Wirtschaftskommunikation GmbH, Monheim am Rhein

☎ 0 21 73/9 66 55 • Fax 0 21 73/96 65 65 • contact@advisa-gruppe.de

Seite 1

Kindern ausgerichtet ist, zu den Nutzern von Second Life. Laut den Betreibern von Second Life, Linden Lab, liegt das Alter der Nutzer im Durchschnitt bei 36 Jahren. Zudem sind deutsche Bewohner in der virtuellen Welt überproportional vertreten. Schätzungen von Experten gehen davon aus, dass jeder dritte Nutzer, der Second Life ausprobiert hat deutsch ist. Davon loggen sich 240.000 regelmäßig mindestens einmal pro Woche in die Online-Welt ein. Für Jürgen Dawo ein riesiges Potential. „Viele Normalverdiener wissen gar nicht, dass der Traum von den eigenen vier Wänden für sie zu realisieren ist und beschäftigen sich gar nicht erst mit dem Thema. Gerade diese Gruppe wollen wir über Second Life auf spielerische Art und Weise erreichen“, so Jürgen Dawo. Der Erfolg gibt ihm Recht. Schon nach kurzer Zeit gehörte die Town & Country Insel zu den beliebtesten Treffpunkten in Second Life. Zwischen 2.000 und 4.000 Besucher zählt das Unternehmen täglich in seiner Musterhausausstellung. Damit liegt es in der internen Rangliste der 3D-Simulation in den Top 10 für die Bereiche „Business“ und „Park & Natur“.

Hausbesichtigung vom Sofa aus

Dabei hat der weitsichtige Unternehmer nicht nur die Gewinnung neuer Interessenten im Auge. Auch in Verkaufsgesprächen bei bereits bestehenden Kontakten zu Bauinteressenten kann die virtuelle Welt genutzt werden. „Wir haben wohl die einzige Musterhausausstellung, die Bauinteressenten vom heimischen Sofa aus besuchen können“, erklärt der Jürgen Dawo. In Second Life können Bau-Interessierte insgesamt fünf Town & Country Haustypen bequem von zu Hause aus besichtigen. Zur

Kontakt:

ADVISA Wirtschaftskommunikation GmbH, Monheim am Rhein

☎ 0 21 73/9 66 55 • Fax 0 21 73/96 65 65 • contact@advisa-gruppe.de

Seite 2

virtuellen Erkundung stehen das „Domizil 192“, das Solarhaus „Flair 113 solar“, der Winkelbungalow, das Pultdachhaus „Karlsruhe 124“ sowie die Stadtvilla „Flair 124“ bereit. Die Musterhäuser sind vollständig eingerichtet. Zudem liegt in den virtuellen Häusern Info-Material zu Town & Country und dem jeweiligen Haustypen aus.

Partner-Workshops in Second Life

Über den Zugang zu neuen Kunden hinaus nutzt Town & Country die Insel in Second Life auch zur Kommunikation mit seinen rund 250 Franchise-Partnern. In einem eigens eingerichteten Franchise-Forum können Schulungen und Workshops abgehalten werden. Eine enorme Zeitersparnis für die bundesweit aktiven Franchise-Partner, denen damit lange Anfahrtswege erspart bleiben. „Die virtuellen Zusammenkünfte werden die persönlichen Kontakte bei Workshops nicht ersetzen können, allerdings lassen sich die Workshops vor Ort so auf ein notwendiges Minimum reduzieren und gleichzeitig die Intensität der Kommunikation erhöhen“, schätzt Jürgen Dawo die Möglichkeiten der virtuellen Welt ein. Dabei ist das Forum in Second Life ein weiterer Baustein auf dem Weg hin zum lernenden Unternehmen, den Town & Country schon lange beschreitet.

Denn Grundlage des rasanten Town & Country Erfolges ist die konsequente Ausrichtung auf eine wissensbasierte Unternehmensführung. So wurde das umfangreiche Kommunikations- und Schulungs-Konzept für die unter dem Town & Country Logo aktiven Franchise-Partner von mehr

Kontakt:

ADVISA Wirtschaftskommunikation GmbH, Monheim am Rhein

☎ 0 21 73/9 66 55 • Fax 0 21 73/96 65 65 • contact@advisa-gruppe.de

Seite 3

als 120 angebotenen Schulungstagen und Workshops zusätzlich um das Modul eines E-Campus erweitert. Neuerungen bei Town & Country und Entwicklungen in der Bau-Branche werden hier zeitnah online vorgestellt und diskutiert.

Wöchentliche Online-Seminare

Kernstück des E-Campus sind wöchentliche Online-Seminare und eine Online-Bibliothek mit über 150.000 Dateien zu allen wichtigen Themen rund um Hausbau und Geschäftsführung sowie Foren, in denen die Partner ihr Wissen untereinander austauschen können. Damit hat sich Town & Country zu einem lernenden Unternehmen entwickelt, in dem von jedem Partner jederzeit der gesamte Wissensbestand des Unternehmensverbundes genutzt werden kann. Auf der Basis dieses hohen Wissensstandes im Unternehmen und der hohen Qualität der Town & Country Schulungen wurde zudem gemeinsam mit der IHK Erfurt die bundesweit erste Ausbildung zum „Hausverkäufer IHK“ entwickelt. Die Ausbildung wird von allen Town & Country Partnern durchlaufen und bietet ideale Voraussetzungen für einen erfolgreichen Unternehmensstart in der Bau-Branche.

Mit seiner innovativen Ausrichtung macht Town & Country in der Bau-Branche seine eigene Konjunktur. Allein im vergangenen Jahr konnten die Franchise-Partner des Unternehmens gestützt auf das Wissensmanagement mit 2.200 verkauften Häusern eine Steigerung des Bauumsatzes von

Kontakt:

ADVISA Wirtschaftskommunikation GmbH, Monheim am Rhein

☎ 0 21 73/9 66 55 • Fax 0 21 73/96 65 65 • contact@advisa-gruppe.de

Seite 4

insgesamt 65 Prozent erzielen. Mit 10.000 verkauften Häusern in nur 10 Jahren ist Town & Country Deutschlands größter Anbieter für Ein- und Zwei-Familien-Häuser im Franchisebereich und ist führend im Segment für kostengünstigen Wohnraum.

Second Life in Kürze

Second Life ist eine komplexe Web-3D-Simulation, die im Jahre 2003 online gestellt wurde. Seitdem haben sich mehrere Millionen Nutzer registriert, um die neue Online-Welt zu erkunden und nach ihren Wünschen zu gestalten. Der Kreativität der Bewohner, ihr durchschnittliches Alter geben die Betreiber von Second Life mit 36 Jahren an, sind dabei kaum Grenzen gesetzt. So ist die ständige Weiterentwicklung von Second Life ausdrücklich erwünscht. Dabei erhält jeder Nutzer einen graphischen Stellvertreter, den Avatar, mit dem er in der virtuellen Welt von Second Life interagieren, Handel betreiben, kommunizieren und sich bewegen kann. Auch der Avatar lässt sich in Aussehen, Körperbau, und Kleidung individuell nach den eigenen Wünschen gestalten. Durch eine virtuelle Währung, den Linden Dollar, ist Second Life auch in den realen Wirtschaftskreislauf eingebunden. Zu wechselnden Kursen, derzeit rund 270 Linden Dollar pro US Dollar, kann die virtuelle Währung in echtes Geld getauscht werden. Dabei setzen die Nutzer momentan mehr als 150.000 US Dollar pro Tag um.

Weitere Informationen zu Town & Country unter:
www.towncountry.de oder www.HausAusstellung.de

Town & Country in Second Life

Coordinates: Apfeland Town & Country (93, 16, 24)

Weitere Informationen zu Second Life unter:
www.secondlife.com/world/de

Kontakt:

ADVISA Wirtschaftskommunikation GmbH, Monheim am Rhein

☎ 0 21 73/9 66 55 • Fax 0 21 73/96 65 65 • contact@advisa-gruppe.de

Seite 5