

PARTY RENT

EEN GEOLIEDE FEEST EN EVENTMACHINE

Directeur Joris Bomers:

**“wij zijn
mannen en
vrouwen van
afpraak, niet
van bla bla”**

Tekst: Marion Andriessen, fotografie: Jessica de Lepper

Bij zijn eerste – en tegelijkertijd laatste – sollicitatie werd hij afgewezen en voor zijn jongensdroom straaljagerpiloot was hij te groot. Desondanks bereikt Joris Bomers dagelijks grote hoogtes met zijn Party Rent. Een bedrijf dat alle ‘hardware’ levert voor evenementen en ondanks economische malheur jaarlijks een groei van maar liefst 10% realiseert vanuit de hoofdzetel in Bocholt. Tijd om de van oorsprong uit Groenlo afkomstige Bomers eens naar zijn succesformule te vragen.

“Wij zijn mannen en vrouwen van afspraak”



De ingang van Partyrent is even lastig te vinden. Mede door de verbouwing die plaatsvindt, waarbij de megahallen aan weerszijden van de weg met een ultramodern kantoor boven de weg verbonden moeten worden. We gokken dat de entree waarschijnlijk het dichtst gelegen is bij de serie zakenauto's op de parkeerplaats. Een lucky guess.

Menige jongen zal op de jonge Bomers jaloers zijn geweest. Als zoon van de oprichters van het populaire recreatiebedrijf Marvel in Groenlo zat Bomers altijd dicht bij het vuur. Bij de pret, maar ook aan de andere kant: het ondernemerschap. “Ik leerde in mijn jeugd dat hard werken kan lonen. Ook dat zeven dagen per week bezig zijn ten koste van andere zaken kan gaan. Desondanks kroop het bloed waar het niet gaan kon en ben ik ook ondernemer geworden.” Overigens was dat niet helemaal de planning van Bomers. Na zijn studie wilde hij in eerste instantie graag straaljagerpiloot worden, maar voldeed niet aan de maximaal toegestane lengte: “ik was te lang”. Daarna solliciteerde hij op een commerciële vacature bij de breifabriek Westerman (van Albert Westerman, State of Art, red.), maar kreeg nul op rekest. “Ze kozen voor iemand anders. Ik heb daarna ook nooit meer gesolliciteerd, maar ben voor mezelf begonnen.”

In 1992 startte Bomers met zijn toenmalige compagnon Party Rent. “We zijn begonnen als tweemansbedrijf. In Duitsland. Waarom hier? Mijn toenmalige buurman werkte bij Grolsch en signaleerde een stijgende vraag naar toeleveranciers van event equipment; meubilair, vloerbedekking, serviesgoed en glaswerk voor evenementen. De simpele klapstoelen moesten steeds vaker mooie fauteuils worden. Ook het fenomeen bedrijfsfeesten was in opkomst. Op advies van hem zijn we daarmee in Duitsland begonnen, omdat hier traditioneler werd gedacht. Daarin bleek hij gelijk te hebben. We voorzagen hier echt in een behoefte die in Nederland al wel speelde.”

“We doen feesten en evenementen voor 50 tot 100.000 mensen”

100% eigenaar, 100% werkplezier

Inmiddels is Bomers enig eigenaar en heeft hij naar eigen zeggen daarvoor ook “100% werkplezier.” De belangrijkste markt voor Party Rent is nog altijd Duitsland. “Op dit moment komt daar nog steeds 90% van onze omzet vandaan. We hebben inmiddels 11 vestigingen in Duitsland, maar zijn ook vertegenwoordigd in Oostenrijk, Frankrijk, Denemarken, Luxemburg, Noorwegen, Zweden en Nederland. De nieuwste loot in Duitsland wordt München. Afgezien van het hoofdkantoor en twee filialen werken we met franchisevestigingen. Daar zijn we in 2001 mee gestart. We kregen veel aanvragen vanuit andere Bundesländer, maar voor ons is een actieradius boven de 150 kilometer eigenlijk niet interessant vanwege hoge transportkosten et cetera. Bovendien heeft zo'n decentralisatie als voordeel dat de partijen de lokale markt beter kennen. Alleen al voor het opzetten van een franchisehandboek was een hele investering nodig. Maar die hebben we inmiddels dubbel en dwars terugverdiend”, laat Bomers weten.



Vaak de eerste met nieuwe zaken

Nederland was tot nu toe volgens hem een ondergeschoven kindje. "Dat had mede te maken met de relatief hogere lonen in Duitsland, waardoor we moeilijk konden concurreren. Nu liggen die echter vrijwel gelijk aan de lonen in Nederland, waardoor Nederland net zo interessant wordt. Zeker gezien onze innovatieve voorsprong op de concurrentie. Innovatie wordt bij ons een steeds belangrijker USP. Zo verzorgen we bijvoorbeeld de stand voor BMW bij de KLM Open. BMW is zo'n bedrijf dat meer waarde hecht aan innovatie dan aan prijs. Zij willen design-meubelen en bijzondere decoratie. Die kunnen wij bieden. Wij hebben zelfs een aantal exclusieve producten van bijvoorbeeld het beroemde Italiaanse meubeldesign huis Lapalma in ons programma, onder de namen Cuba, Monza en LEM. Een dergelijk bedrijf doet slechts zaken met één supplier. Wij bieden bijzondere producten die de concurrentie niet heeft. Wij hebben ook investeringscapaciteit voor innovaties. Ook dat geeft ons voorsprong op onze collega's, die dat veelal op dit moment niet hebben. Zo kunnen we met veel dingen de eerste zijn."

Die innovaties zijn volgens Bomers nu vooral gericht op bijvoorbeeld table top. "Vroeger had je een rond, standaard bordje. Nu zijn daar ontelbare variaties op. Niet alleen in vorm, maar ook in merk. Die vlieger gaat ook op bij meubels. Daar waar je vroeger met een klaptafel en een kleedje erop voldeed, willen mensen nu op hun event ook met de tijd mee. Zo is er nu veel vraag naar bijvoorbeeld de hoge zittafels."

"Onze meest prestigieuze events? Het zijn er meer, maar in ieder geval de Formule 1 in Bahrein en het dealer-event van Renault in Genève voor 8000 gasten, waarbij de nieuwe Clio en de elektrische modellen werden geïntroduceerd."

Inspiratie

Inspiratie haalt Party Rent volgens Bomers onder andere uit de meubelbeurzen Milaan en Keulen, maar ook uit vaktijdschriften op het gebied van catering, horeca en architectuur. "Daarnaast krijgen we ook veel feedback uit de markt, bijvoorbeeld van onze klanten die dan ergens iets nieuws hebben gezien. We worden ook wel eens als lanceerplatform gebruikt voor nieuwe producten. Zoals het geval is met het exclusieve, handgemaakte porselein van Hering in Berlijn. Nieuwe lijnen worden via Party Rent in de markt gezet."

“Ik ben niet van het bezuinigen, maar van het optimaliseren en investeren”

Party Rent over vijf jaar?

“Waar we over vijf jaar staan? Ik heb geen idee. Dat wist ik ook niet toen ik begon in 1992. Ik had niet kunnen voorspellen dat we nu een bedrijf zouden hebben met 400 medewerkers, 18 vestigingen en een gezonde omzet in een nog steeds groeiende markt. Van live events had twintig jaar geleden niemand gehoord. Een nieuwe BMW werd gelanceerd in een foldertje. Tegenwoordig wordt er een heel event omheen gebouwd. Live events bepalen inmiddels gemiddeld zo’n 20% van het totale marketingbudget. Wat we wel helder hebben en houden: we leveren alleen hardware, geen software. Dat wil zeggen dat we geen zaken leveren waarop we geen controle hebben zoals artiesten. Als een artiest een offday heeft en daardoor niet meer kan performen, dat is niets voor ons.... Datzelfde geldt ook voor bijvoorbeeld de catering. Dat laten we ook graag aan anderen over.”

Bomers over vijf jaar?

“Toen ik begon op mijn 25ste wilde ik na 10 jaar hard werken stoppen. Maar toen ik vijfendertig was, was ik daar helemaal niet aan toe en nu vind ik het nog steeds hartstikke leuk. Mijn streven is wel om op mijn 55ste te stoppen, maar kennissen zeggen nu al: “ik zie jou dan echt niet hele dagen op de golfbaan staan”. Bomers kan in elk geval nu al terugblikken op een bijzonder succesvolle ondernemers carrière. “Maar”, geeft hij ruiterlijk toe “ik heb ook wel eens leergeld betaald. Net als iedere ondernemer dat doet. Je moet dat alleen wel tot een minimum beperken als het kan. Waar ik de mist ben ingegaan? Heb ik zo snel niet paraat, of misschien wil ik het daarover ook wel liever niet hebben....”, besluit de man wiens voornaamste drijfveer “plezier hebben” is en daarvoor nauwelijks een passender plek had kunnen bedenken dan de wereld der feesten en evenementen.



“Partyrent in vier steekwoorden? Exclusief, innovatief, sympathiek en pragmatisch.”

