

# BADINSPIRATOR

Mit Virtual Reality zum eigenen Traumbad



VON SANDY STRASSER

**E**in schönes Badezimmer ist die persönliche Wohlfühlzone in den eigenen vier Wänden. Ein Rückzugsort, an dem man entspannen und regenerieren kann. Mit dem neuen virtuellen Beratungskonzept von Richter+Frenzel, einer der führenden deutschen Großhändler für Sanitär und Haustechnik, lässt sich in nur wenigen Schritten das eigene Traumbad individuell planen und gestalten. Vorsitzender der Geschäftsführung Wilhelm Schuster erklärt uns, wie.

**Herr Schuster, seit wann bieten Sie Ihren Kunden Badplanungen auf Basis von Virtual Reality?**

Wir haben damit Anfang vergangenen Jahres begonnen. Als Erstes wurde diese neue Verkaufs- und Beratungsform in unserem Bad-Center in Hirschaid eingesetzt. Dort begann die Digitalisierung mit der Verwendung sogenannter iBeacons. Der Begriff lässt sich mit „Funkfeuer“ übersetzen, wenn man so will. Unser Unternehmen hat mit dieser Technologie tatsächlich Neuland beschritten, denn der Beacon-Markt war zwar zu diesem Zeitpunkt schon in Bewegung gekommen, in Deutschland aber hatte der Handel die Neuerung noch gar nicht richtig erkannt und aufgegriffen. Wir haben diesen Standort also zunächst mit insgesamt 60 iBeacons ausgestattet. Diese senden Signale aus, sodass ein Kunde, sobald er in unseren Geschäftsräumen vor einem Bad steht, auf dem Display eines Tablets sofort darüber informiert wird, was die einzelnen Produkte kosten und was für Einbau und Installation zu zahlen ist. Nach unserer Erfahrung gibt es kaum etwas Schwierigeres, als ein Bad einzurichten oder zu modernisieren. Alles muss praktisch sein, die Ästhetik soll stimmen, aber die vorgegebene Raumgröße, vorhandene Ecken oder Nischen müssen mit berücksichtigt werden. Um hier die Auswahl zu erleichtern, haben wir nach dem ersten Schritt zur Digitalisierung noch etwas Zusätzliches gewagt und unseren Kunden die 3-D-Brille „realityPro“ an die Hand gegeben. Damit kann man sofort sehen, wie das eben in Auftrag gegebene neue Bad aussehen wird.

**Wie geht so eine Badberatung im Detail vor sich?**

In unseren Ausstellungen präsentieren wir Beispiel-Bäder in unterschiedlichen Preiskategorien. Für den Endkunden ist das eine klare Sache, er weiß, was er ausgeben muss, um eine bestimmte Badeinrichtung zu bekommen. Auch für den Fachberater ergibt sich damit ein Verkaufsgespräch, bei dem der zur Verfügung stehende Kostenrahmen offenliegt und ohne Schwierigkeiten eingehalten werden kann. Doch ist ein solcher Ablauf nicht die Regel. Bäder werden längst nicht immer komplett übernommen. Die Kunden haben eigene Vorstellungen, Zusatzwünsche et cetera. Gemeinsam mit unseren Fachberatern entwickeln sie im Gespräch eine detaillierte Planung, die alle wichtigen Punkte von den Kosten bis hin zum Grundriss des Raumes berücksichtigt. Ist die Planung abgeschlossen, erstellen wir mithilfe eines 3-D-Programms die Badplanung nach realen Maßanga-

ben. Man kann auf dem Bildschirm schon sehr gut erkennen, wie das neue Bad wirkt und aussieht. Mit der dreidimensionalen VR-Brille „realityPro“ führt die Planung dann direkt ins neue Bad: Die Daten aus dem Beratungsgespräch werden exportiert und per WLAN übertragen. Durch die Brille kann der Endkunde sein Wunschbad im 360-Grad-Modus anschauen und prüfen. Setzt man die Brille auf, ist es tatsächlich so, als stünde man im eben ausgewählten Bad. Der Eindruck ist wirklichkeitsgetreu und überwältigend.

**Welcher Informationen bedarf es, um Kunden ein verlässliches Bild ihres potentiellen Traumbads liefern zu können?**

Klare Maßangaben und konkrete Produktvorgaben. Wenn diese Voraussetzungen gegeben sind, lässt sich seriös planen. Im Grunde ändert sich da nichts. Auch bisher konnte eine Beratung nur dann zielführend gelingen, wenn alle Basisdaten vorhanden waren. Mit der Digitalisierung werden keine Zusatzinfos abgefragt. Die Technik verlangt nur Genauigkeit. Handelt man danach, dann ist auch die bildhafte Übertragung beeindruckend genau.

**Welche softwaretechnischen Prozesse laufen bei solch einem 3-D-gestützten Programm im Hintergrund ab?**

Umstürzend Neues geschieht da nicht, wir haben es hier nicht mit einer Revolution zu tun. Es werden Bilder errechnet und übertragen, das gibt es schon länger. Entscheidend ist der Einsatz dieser Technologie in neuen Verkaufsbereichen und Geschäftsfeldern. Virtual Reality, das ist ja inzwischen eine Angebots- und Verkaufstechnik, die auch in anderen Branchen bis hin zur Automobilindustrie entdeckt wird. Showrooms, die es vorher nie gab, werden entwickelt, und bieten – auf engstem Raum – ein Warensortiment an, wie man es so noch nie gesehen hat. Früher fehlte dafür der Platz, mit der Virtual Reality-Technik braucht man den nicht mehr. Wir nehmen allerdings für uns in Anspruch, im Bad- und Sanitärbereich Pionierarbeit geleistet zu haben. Und wir zeigen keine Fantastereien, sondern die Wirklichkeit – so wie sie der Kunde für sich entdeckt hat und wie er sie erleben will. Wir schließen die Lücke zwischen Online- und Offline-welt mit einem vollkommen neuartigen Einkaufserlebnis für den Käufer.

**Welche Vorteile hat dieses Konzept im Vergleich zu konventionellen Gesprächen für den Kunden, aber auch für Ihr Haus?**

Der Kunde erfährt von Anfang an, was er bekommt. Das ist das Entscheidende. Niemand hat eine so präzise Vorstellungskraft, dass für ihn der Einkauf von Bad- und Sanitärprodukten oder gar die Entscheidung für ein ganzes Badezimmer vollkommen risikolos wäre. Egal, wie gut die Beratung war, irgendwas ist später immer anders, als man es sich vorgestellt hat. Das kennen wir alle. Mit der VR-Brille entfällt dieses Risiko. Der Kunde sieht auf der Stelle, ob er gut gewählt hat, ob „sein“ Bad schön aussieht, ob die Dusche richtig platziert ist oder ob der Waschtisch so großartig wirkt, wie im Katalog. Störendes entdeckt er sofort und kann

es korrigieren. Das hilft natürlich auch uns. In der Vergangenheit hat es gelegentlich Spannungen gegeben, wenn ein Kunde mal falsch gewählt hat. Bei Käufern, die mithilfe dieser Brille ihre Entscheidungen getroffen haben, gibt es das nicht.

**Wie ist die Resonanz auf Kundenseite?**

Sehr gut. Die Kunden, die die neue Technik kennengelernt haben, sind sehr zufrieden. Ihre Reaktion ist durchgängig positiv. Und weil wir seit den Anfängen im April vergangenen Jahres so viele positive Erfahrungen gesammelt haben, findet sich diese moderne Technologie heute natürlich in all unseren R+F Home-Standorten und in allen R+F Badcentern. Im Moment bereiten wir die vierte RIFA in Nürnberg vor, eine Fachmesse fürs Handwerk, die von unserem Unternehmen ins Leben gerufen worden ist. Der Schwerpunkt wird der digitale Wandel im Fachhandwerk unserer Branche sein. Es werden prominente Gäste erwartet, hochkarätige Aussteller und exzellente Vortragredner, die uns Gegenwart und Zukunft bestens erklären können.

**Wie werden wir in fünf bis zehn Jahren im Rahmen Digitaler Transformation Räume und Flächen planen können?**

## DIGITALE TRANSFORMATION

### Kurzporträt Osudio

Technologie verändert die Art, wie wir Produkte kaufen und verkaufen. Osudio verhilft Unternehmen zu Erfolg in der Welt des E-Business, die ständigen Veränderungen unterworfen ist. Wir sind Unternehmer im Herzen und übersetzen die komplexen Anforderungen des E-Business in leicht zu nutzende Online-Lernumgebungen. Aufgrund unserer Erfahrung im E-Business seit den Neunzigerjahren wissen wir, was funktioniert, was nicht funktioniert und was Wachstum bewirkt. Mithilfe von Osudio erreichen Sie B2B-Kunden ebenso wie B2C-Kunden mit einem nahtlosen Service auf jedem Kanal, auf dem diese aktiv sind. Unsere Aufgabe sind die Menschen und deren Umgang mit Technologie. Deshalb legen wir auch besonderen Wert auf Kenntnisse in UX und digitaler Kommunikation. Wir suchen laufend den richtigen Mittelweg zwischen innovativer Anwenderfreundlichkeit und robuster Technologie. Osudio hilft dem Kunden, anwenderfreundliche Umgebungen zu entwickeln, welche die Käufer leicht zu digitalen Transaktionen oder dem herkömmlichen Handel leiten. Wir bieten ein umfassendes Angebot an Dienstleistungen wie digitale Strategie und Beratung, User Experience Design, Tätigkeiten in E-Business und IT Dienstleistungen. So unterstützte Osudio in den vergangenen 20 Jahren die größten Unternehmen in Europa bei der Entwicklung ihres Geschäftsmodells, um ihnen einen Platz in der ersten Reihe zu sichern. Stillstand ist für unsere Kun-

**Welche technologischen Sprünge werden wir bis dahin machen?**

Prophezeiungen sind immer etwas riskant, aber ich will es einmal wagen. Ausgehend vom technologischen Istzustand werden die Online- und Offlinewelten sicher noch weiter zusammenwachsen, es gibt dann in vielen Bereichen keine Grenzlinie mehr, „no line“. Immer kleinere, erlebnisorientiertere Verkaufsflächen werden zum Geschäftsmodell. Schon heute ist es ja so, dass die Firmen, die vor einiger Zeit vor die Tore der Stadt gezogen sind, wieder zurück in die Citys drängen. Ausladende Angebots- und Kaufräume brauchen sie nicht mehr. Dieser Prozess setzt sich fort. Digitale Verkaufstechniken werden dann noch wichtiger, als es heute schon sind. Dazu kommen verbesserte Rechnerkapazitäten, die vermutlich noch ganz andere Dinge sichtbar und möglich machen, als es die VR-Brille heute vermag. Aber diese Brille, die uns heute noch ein wenig exotisch erscheint, wird auf vielen Feldern von den Menschen genutzt werden. Sie wird zum Alltagsgegenstand. Darauf lege ich mich einfach mal fest.

[richter-frenzel.de](http://richter-frenzel.de)

den keine Option. Unsere Aufgabe ist es, ihr Vertrauen zu gewinnen, eine haltbare Partnerschaft aufzubauen und ihnen zu helfen, voranzuschreiten. Um dieses wahr werden zu lassen, müssen wir eine Atmosphäre schaffen, in der Erfolg möglich ist. Eine Atmosphäre, in der wir gradlinig, offen und ehrlich miteinander umgehen. Eine Atmosphäre, in der Leidenschaft, Kreativität und Innovation Bestand haben. Genau das können Sie bei Osudio erwarten.

[osudio.com](http://osudio.com)

RICHTER+FRENZEL UND OSUDIO

*In den vergangenen Jahren sind die Anforderungen der Kunden an die Verfügbarkeit digitaler Produktdaten gestiegen. Um die aktuellen und zukünftigen Erwartungen ihrer Klienten zu erfüllen, entschieden Richter+Frenzel, sich auf die Qualität ihrer Produktdaten zu konzentrieren und Marktführer in diesem Bereich zu werden. Die Verwendung eines effizienten und leistungsfähigen Product Information Management-Systems ist das Herzstück dieser Strategie. Gemeinsam mit Osudio bereitet das Unternehmen die Einführung seiner ganz neuen Product Information Management und Publishing-Plattform vor.*