Badenia Bettcomfort – Neue Programme „Überdurchschnittlicher Erfolg“

Badenia: Boxspringbetten-Konfigurator erleichtert die Beratung am POS

Donnerstag, 16.03.2017

Kurz nach den Branchen-Messen in Frankfurt und Köln berichtet Badenia Bettcomfort aus Friesenheim über einen überdurchschnittlich großen Erfolg beim Handel. „Nach heutigem Stand wurden 129 Boxspringbetten-Konfiguratoren in unserer Gruppe platziert, 102 davon nur auf den beiden Januar-Messen“, freut sich Thomas Bußkamp, CEO der Holding EuroComfort Group. „Es ist eine tolle Bestätigung unserer Arbeit und auch des finanziellen Engagements, dass wir nicht nur Betten konfigurieren wollen, sondern die ganze Bandbreite und Leistungsstärke unserer Möbelproduktion im Konfigurator darstellen können“, fährt Bußkamp fort. Vertriebsleiter Ralf Werner und Produktmanager Alexander Ernsting, die beide federführend an diesem Konzept gearbeitet haben, sagen unisono: „Der Aufwand und das Engagement im ganzen Unternehmen tragen Früchte. Die anfänglich geplante Anzahl an Konfiguratoren wurde fast schon erreicht, so dass wir zusammen mit der Unternehmensleitung eine Erhöhung auf 200 Platzierungen für 2017 festgelegt haben.“

60% der Konsumenten schätzen 3D-Erlebnis-Shopping mit Virtual Reality

Modernes Einkaufen mit Hilfe einer 3D-Brille macht gute Laune und wird von Konsumenten erwartungsvoll befürwortet. Das bestätigen die Ergebnisse einer Umfrage von der BBE Handelsberatungs GmbH München. Laut dieser Umfrage in Bezug auf VR-Technik im Verkauf haben fast 60% der Befragten sich dahingehend positiv geäußert, dass sie sich durch VR zum Kauf animieren ließen. „Mit einer 3D-Brille taucht der Konsument in die virtuelle Welt ein und konfiguriert hier gefühlt sein Boxspringbett selbst“, erklärt Olaf Teufel, Vertriebsleiter bei der Badenia Bettcomfort. „Er ist sehr viel aktiver am Prozess beteiligt und schätzt dieses sehr. Wir haben die Software so weiterentwickelt und verfeinert, dass diese kein bloßes Messe-Highlight bleibt, und wir können sie ab sofort unseren Handelspartnern am POS zur Verfügung stellen“, so Olaf Teufel. „Die Begeisterung unserer Kunden war wirklich groß, und deshalb wurden noch während der Messen einige Platzierungen des „Erlebniseinkaufes mit Virtual Reality“ vom Handel gebucht. In kurzer Zeit werden diese Geschäfte jetzt ihre Kunden selbst mit dem virtuellen Einkaufserlebnis, in Verbindung mit dem Konfigurator, begeistern.“

Badenia-Geschäftsführer Frank Gänser schätzt die hohen Investitionen der Muttergesellschaft in ihre Markenpolitik. „Eine Investition von 400.000 Euro für ein System auszugeben, das es bisher so in unserer Branche noch nicht gegeben hat und wovon vorher noch keiner wissen konnte, wie es vom Handel angenommen wird, zeigt deutlich, mit welcher Kraft die Gruppe die Handelspartner vor allem am POS unterstützen wird und ganz gezielt etwas tut, um den Konsumenten anzusprechen“, so Gänser. Durch die Möglichkeiten des Konfigurators und auch Virtual Reality werden die Konsumenten wieder auf die Verkaufsfläche kommen und sich begeistern lassen. „Einkaufen braucht Beratung und muss Spaß machen“, erklärt der Geschäftsführer die Markenstrategie von Badenia. „Mit dem Boxspringbetten-Konfigurator ist es gelungen, den Konsumenten zukünftig ausführlicher, schneller und auch hochwertiger zu beraten. Die Darstellung seines am Konfigurator gestalteten Bettes kann sofort ausgedruckt werden, und der Konsument nimmt das Foto mit nach Hause. Dass der Handel offen für Neues ist, zeigen uns 129 Platzierungen seit der Heimtextilmesse in Frankfurt“, freut sich Frank Gänser.

Irisette-Shop-Systeme mit Boxspringbetten-Konfigurator und spektakulärem 3D

Auch die Marke Irisette wurde um die VR-Präsentation mit Konfigurator für Boxspringbetten erweitert. Als wohl bekannteste Marke in diesem Bereich ist Irisette mit ihren Attributen wie Tradition und Innovation etabliert. Bisher unterstützte Irisette mit einer transparenten Präsentation des Shop-in-Shop-Konzeptes auf selbsterklärende Weise die Argumente der Fachberater. Brandaktuell bietet Irisette mit dem Boxspringbetten-Konfigurator und Virtual Reality am POS jetzt die neue, spektakuläre Möglichkeit, den Konsumenten für den Erlebniseinkauf beim Fachhandel zu begeistern. „Einkaufserlebnisse am POS haben viel mehr Qualität als Internet-Shopping“, sagt Vertriebsleiter Olaf Teufel. Und Thomas Bußkamp ergänzt: „Wir runden mit dem Konfigurator und den Möglichkeiten der 3D-Visualisierung das erfolgreiche Irisette-Konzept ab und schaffen eine weitere Differenzierung für den Handel am POS. Was die Konsumenten am meisten fasziniert, ist das virtuelle Erlebnis mit der 3D-Brille. Damit können sie ihr Bett selbst konfigurieren und dieses dreidimensional erleben. Sie nehmen ein ausgedrucktes Bild mit und können sicher sein, dass sie in Kürze ihr ganz persönliches Unikat zu Hause haben. Wir sind übrigens die einzigen in der Branche, die so etwas anbieten“, sagt Thomas Bußkamp.

[Artikel als PDF herunterladen](#)

[zum Seitenanfang](#)