

# Mit Virtual Reality zum Verkaufserlebnis der Zukunft

Badenia Bettcomfort präsentiert Virtual Reality auf den Messen | Neue Programme

Auf den beiden wichtigsten Branchenmessen, imm cologne und Heimtextil Frankfurt, präsentiert Badenia Bettcomfort im Januar 2017 die Welt des real-virtuellen Erlebnis-Shoppings. Im Mittelpunkt des Messeauftritts steht eine Hightech-Fläche, die den Besuchern revolutionäre Möglichkeiten im Zusammenspiel von virtueller Produkterfahrung und Simulation, individueller Konfiguration und der Fachberatung vor Ort aufzeigt.

Es ist ein couragiertes, visionäres Konzept von Badenia Bettcomfort, mit dem das Unternehmen auf den Möbelhandel zugeht. Die Idee, die Vorteile von Virtual Reality zusammen mit Shop-in-Shop-Produktpräsentationen und Kundenberatung zu kombinieren, ist zukunftsweisend. „Im Grunde ist es die logische Fortsetzung unseres erst kürzlich vorgestellten Boxspringbetten-Konfigurators“, erklärt Thomas Bußkamp, CEO und Inhaber der EuroComfort Group. „Wir erhielten vom Handel ausschließlich positive Rückmeldungen über Qualität und Benutzerfreundlichkeit des Konfigurators. Er macht die Gestaltung des individuellen Boxspringbettes in verschiedenen, anpassbaren Räumen möglich und begeistert die Benutzer.“ „Fotorealistisch wird dem Verbraucher beim Konfigurieren sein Wunschbett auf dem ‚Tablet‘ präsentiert“, fügt Geschäftsführer Frank Gänser hinzu.

## „Wahrscheinlich eine Weltpremiere“

Badenia geht jetzt noch einen Schritt weiter und setzt mit Virtual Reality ein bemerkenswertes Highlight. „Was in

Thomas Bußkamp, CEO und Inhaber der EuroComfort Group (r.), mit Badenia-Geschäftsführer Frank Gänser.

der Spielwelt schon gelebt wird, ist in unserer Branche eine Ausnahme und wahrscheinlich auch eine Weltpremiere“, sagt Vertriebsleiter Ralf Werner. „Mit Virtual Reality und 3D-Brille führen wir den Kunden in die faszinierende Welt des räumlichen Sehens. Vermittelt wird ihm dabei das realitätsnahe Gefühl, sich in einem Schlafzimmer aufzuhalten, während er sein Bett konfiguriert. Dieses Erlebnis bieten wir selbstverständlich auch dem Möbelfachhandel temporär für seine Kunden an. Es soll nicht nur ein Messeevent sein. Unser Ziel ist es, mit der Differenzierung und dem Erlebnis von Virtual Reality den Konsumenten in den Handel zu führen und die 10.000-fachen Möglichkeiten erlebbar zu machen“, so Frank Gänser.

## „Der komplette Schlafraum wird virtuell erlebbar gemacht“

Betrachtet man die fortschreitende Beliebtheit von Internet-Shopping beim Konsumenten, kommt das Angebot von Badenia im richtigen Augenblick. „Wir sind überzeugt, dass Einkaufen beim Möbelfachhandel für den Konsumenten deutlich attraktiver wird mit den Möglichkeiten von Virtual Reality“, ergänzt Vertriebsleiter Olaf Teufel diese Thematik. „Im erlebnisorientierten Einkauf am POS wird in Zukunft nicht nur ein Boxspringbett verkauft, sondern der komplette Schlafraum wird virtuell erlebbar gemacht. Gerade die junge Generation fühlt sich in der virtuellen Welt zuhause, denn interaktives Handeln in Spielen oder Erlebniswelten ist ihr vertraut. So wachsen unsere Kunden von morgen auf, und wir können uns jetzt darauf einstellen. Beim Einkaufen von komplexen Schlafsystemen



fordern sie auch eine individuelle Beratung ein, ob es nun um Schlafcomfort geht oder innovative funktionelle Eigenschaften moderner Materialien. Diese Beratungsaufgabe ist im Internet aber eher wirkungslos, denn der Konsument bleibt in seinen Wünschen anonym und auch inaktiv. Professionelle Beratung kann nur von Experten im Handel geleistet werden“, erklärt begeistert Vertriebsleiter Timo Sinz.

## „Eine neue Art des Verkaufens“

„Diese zukunftsweisende Technik läutet eine Veränderung in der Branche ein“, fügt Olaf Teufel noch hinzu. „Auch wenn das Thema Virtual Reality man-

chem weit entfernt erscheint, sind wir davon überzeugt, dass mittelfristig mit dieser Technik nicht nur die Boxspringbetten, sondern der gesamte Schlafraum erlebbar konfiguriert werden kann. Dem Handel wird damit eine neue Art des Verkaufens abverlangt, aber ich denke, dass viele diese Veränderung positiv mitgestalten werden“, ergänzt Vertriebsleiter Ralf Werner.

Das Virtual-Reality-Konzept für Erlebnisverkauf ist für alle Marken der Badenia Bettcomfort anwendbar, die sich gemeinsam auf den Messeständen der EuroComfort Group präsentieren. Mit diesem spektakulären Auftritt wird die Muttergesellschaft einmal mehr ihrem Image als ein ausgesprochen innovatives Unternehmen gerecht. „Das Projekt Virtual Reality ist im Möbelfachhandel bahnbrechend. Im digitalen Zeitalter bietet es imposante und zukunftsweisende Alternativen. Unser Ziel ist es, unsere Handelspartner einzuladen, mit uns diese neuen Wege der innovativen Möglichkeiten am POS zu beschreiten“, so Thomas Bußkamp. sa

[moebelmarkt.de](http://moebelmarkt.de) → SLEEP

Die Badenia-Vertriebsleiter Timo Sinz (l.), Olaf Teufel (r.), und Ralf Werner.  
Fotos: Badenia

