

---

# sanitärjournal

---

Fachmagazin für BAD-Design und SHI -Systemtechniken

Auszug aus dem  
**sanitärjournal**

...t  
nun  
...t alles  
kann jetzt  
...m Anfassen



## Kundenberatung mit virtuellen Kojen

Bisher galt die eigene, kleine aber feine Badausstellung als Schlüssel zur eigenständigen Endkundenberatung eines Installateurs. Der SHK-Fachbetrieb **Meerwart** hat mit der virtuellen Ausstellung einen neuen Weg und profitiert davon inzwischen sehr.

Als Thomas **Meerwart** und seine Frau Sabrina Anfang 2018 auf dem Zukunftsforum in Lindau zum ersten Mal von der virtuellen Bad- und Heizungsausstellung von **immersight** hörten, wussten sie noch nicht, dass das Startup-Unternehmen aus Ulm damit seinen Verkaufsprozess revolutionieren würde. Damals waren fünf Jahre seit der Gründung des eigenen Unternehmens vergangen, und die bis dato acht Mitarbeiter hatten alle Hände voll zu tun, um der Auftragsflut Herr zu werden. Platz wurde zur Mangelware und machte das weitere Wachstum schwierig.

Also stand der nächste große Schritt in der Firmengeschichte von Meerwart bevor: Der Umzug in ein neues und größte-

res Gebäude. Doch jeder Quadratmeter kostet Geld und so fragte sich Thomas Meerwart, wie er Beratung auf höchstem Niveau mit großer Vielfalt bieten, dabei den Konkurrenten eine Nasenlänge voraus sein kann – und das alles auch noch sehr kosteneffizient?

Entweder er investiert in 100 oder 200 Quadratmeter Ausstellungsfläche und geht den allzu bekannten Weg eines wachsenden SHK-Fachbetriebes oder er wagt den Blick über den Tellerrand? Für Thomas Meerwart war ganz klar, dass er sein Unternehmen weiter ungebremst wachsen lassen und sich von begrenzten Ausstellungsflächen nicht aufhalten lassen wollte. Also fiel die Wahl auf eine virtuelle Ausstellung. Sie ist im Betrieb nun das zentrale

Beratungswerkzeug und entfaltet deutlich mehr Möglichkeiten und Beratungskompetenz als zunächst vermutet.

Die Kunden nehmen hierfür in bequemen Ledersesseln vor dem Großbildfernseher Platz, wo die 3D-Showroom-Software von **immersight** läuft. Mit dem Controller in der Hand können sich die Besucher in den virtuellen Bädern nun frei umschaun. In Meerwarts Kojen finden sich dabei nicht nur Produkte, sondern auch Ideen und Lösungen, welche seine Kompetenz als Bäderbauer vermitteln sollen. Während der Kunde sich einzelne Aspekte der echten Referenzen anschaut, indem er eigenständig interaktiv steuert, erläutert ihm der Berater, welche Anforderungen die Projekte hatten, welche Herausforderungen

Die Beratungslounge von Firma Meerwart. In bequemen Ledersesseln nehmen die Kunden Platz und werden mit virtuellen Kojen beraten. (Fotos: **immersight GmbH**)



Mit der 360°-Kamera können fertiggestellte Bäder ganz einfach aufgenommen und in die virtuelle Ausstellung gestellt werden.

es zu meistern gab und wie die gerade auf dem Bildschirm erlebbare Meerwart-Lösungen all dies umsetzte.

Dabei ist es besonders spannend, die Räume im Vorher-Nachher-Vergleich zu erleben und selbst zu erfahren, wie aus einem alten Bad eine neue Wellness-Oase wurde. Storytelling in der Beratung auf der Basis von Virtual Reality – das bietet so kaum ein anderer Fachbetrieb an. Darüber hinaus sind die virtuellen Kojen auch mit Budgetinformationen ausgestattet, sodass der Kunde schon in der Erstberatung ein gutes Gefühl dafür bekommt, welches Budget er für seine Sanierung benötigt.

„Die Beratung von Kunden und der Verkauf von Bädern sind durch den 3D-Showroom wirklich einfach und effizient“ erklärt Thomas Meerwart und ist froh, keine traditionelle Badausstellung gebaut zu haben. „Einmal gebaut, ist die Ausstellung schon wieder alt und nach fünf Jahren muss man wieder alles rausreißen und rabattiert abverkaufen. Und wer möchte heute noch mit Katalog beraten werden?“

### Woher kommen die virtuellen Kojen?

Eine kleine, unscheinbare 360°-Kamera, welche den gesamten Raum rundum von einem Standpunkt aus fotografiert (Panoramaaufnahme), ist inzwischen das Lieblingsgerät von Thomas Meerwart. Auf ein filigranes Stativ gesteckt, kann er so Räume von verschiedenen Positionen aus aufnehmen und per Smartphone über die Cloud

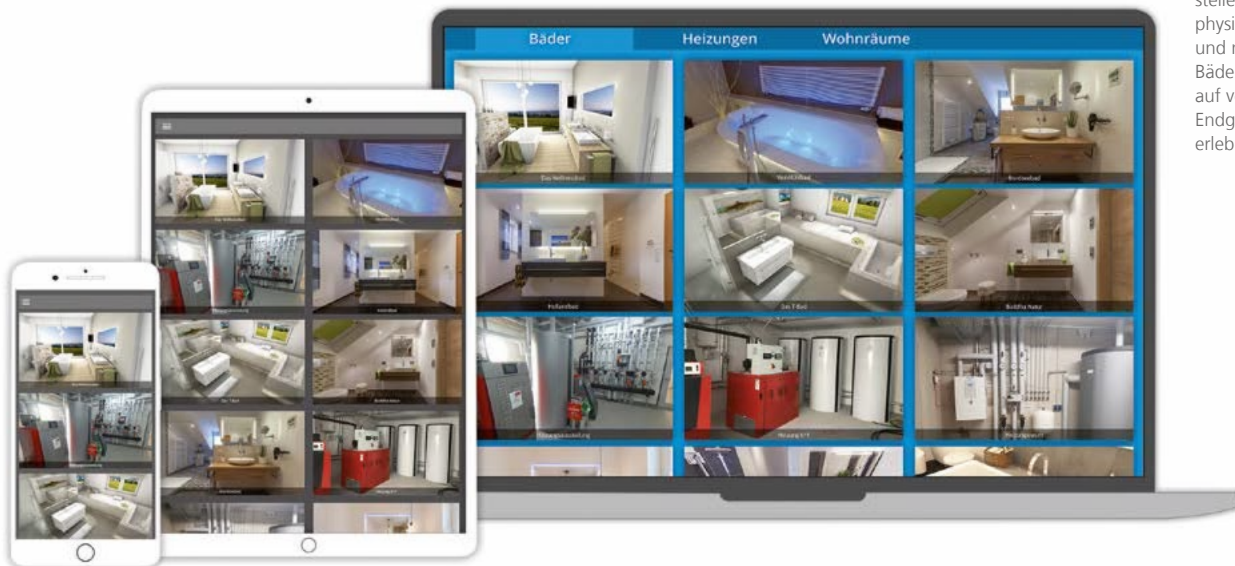
direkt in seinen 3D-Showroom senden. Mit dieser Technologie erstellt er inzwischen bei jedem Aufmaßtermin Aufnahmen vom Vorher-Bad. Nach Fertigstellung des Projektes wird dann das neue Badezimmer aufgenommen und den Vorher-Aufnahmen per App hinzugefügt. Die virtuelle Koje kann nun in der Beratung eingesetzt werden und zeigt die Geschichte eines weiteren Meerwart-Bades, in welcher sich zukünftige Kunden Inspiration für die eigene Badsanierung holen können. Der gesamte Vorgang dauert jeweils nur wenige Minuten und ist ohne großen Mehraufwand zu stemmen.

Auch die klassische Computer-Badplanung kann in eine virtuelle Koje integriert werden. So erhalten Kojen mit Vorher-Nachher-Effekt zusätzlich auch noch die Badplanung und ermöglichen es, diesen Service zu erleben. Thomas Meerwart erstellt den Endkunden auf Wunsch eine Computer-Badplanung mit der Software „M3B“, deren Visualisierung im 3D-Showroom integriert werden kann. Wenn der Kunde möchte, kann er dann sogar mit einer VR-Brille in den Raum eintauchen.

Bevor jedoch eine Badplanung erstellt werden kann, braucht es zuerst die Auswahl der Produkte und Materialien in den bereits bestehenden virtuellen Kojen. Hierbei kann Meerwart neben den selbst erstellten Kojen zusätzlich auch auf vorgefertigte Kojen aus der 3D-Showroom-Cloud zugreifen. Dieser Service ist ganz neu.



Die virtuellen Kojen stellen das Pendant zu physischen Kojen dar und machen einzelne Bäder und Heizungen auf verschiedenen Endgeräten nahezu real erlebbar.



### Virtual Reality ohne VR-Brille?

Schon seit 2013 verfügen einige Badstudios über VR-Brillen und präsentieren Kunden damit die Badplanungen. „Aber nicht jeder mag so eine VR-Brille aufsetzen. Deshalb ist der Controller zur Navigation über den Großbildschirm eine gute Alternative“, so Meerwart. Mit dem Controller hat er bereits gute Erfahrungen gemacht. Jeder Kunde und jede Kundin könne damit umgehen und es gibt keinerlei Bedienungsprobleme oder Hemmnisse. Die Steuerung ist so einfach, dass selbst ältere Kundschaft gerne damit umgeht.

### Die Reise des Kunden beginnt auf der Webseite

Die Akquise und Beratung von Kunden beginnt heutzutage schon am Sonntagabend auf dem Sofa. Inzwischen informieren sich 80 Prozent der über 60-jährigen Deutschen grundsätzlich online, bevor sie ein lokales Fachgeschäft aufsuchen. Aus diesem Grunde lässt sich die virtuelle Ausstellung auch in die eigene Webseite integrieren. Damit sind die virtuellen Kojen nicht nur in der eigenen Beratungslounge erlebbar, sondern auch auf der eigenen Webseite, die 24 Stunden an sieben Tagen in der Woche arbeitet.

### Fazit

Der Umzug von Firma Meerwart in das neue Gebäude ist mittlerweile erfolgreich über die Bühne gegangen und die virtuelle Bad-Ausstellung hat ihren festen Platz. Fast wöchentlich kommen neue virtuelle Kojen hinzu. Der Verkaufs- und Beratungsprozess hat sich inzwischen als besondere Stärke der Firma etabliert. Einerseits lassen sich damit bereits im Vorfeld Wünsche und das Projekt-Volumen erkennen, andererseits ist es ein Erlebnis, das so die Konkurrenz nicht zu bieten hat. Zusammen mit realen Produkt- und Materialmustern zum Anfassen die ideale Beratungs-Situation. ■

Thomas Meerwart (links oben) und seine Frau Sabrina (links unten) mit ihrem Team.

**Starten auch Sie jetzt mit Ihrer Virtuellen Ausstellung!**

-  [www.immersight.de](http://www.immersight.de)
-  [kontakt@immersight.de](mailto:kontakt@immersight.de)
-  +49(0)731 -280 657 430

**immersight®**  
 Syrlinstraße 38  
 89073 Ulm  
[www.immersight.de](http://www.immersight.de)

