Die digitale Heizungsausstellung

Virtuelle Erkundungstouren durch echte Referenzanlagen

Das junge Unternehmen **immersight** mit Sitz in Ulm hat sich ganz dem Thema „Digitale Showrooms" verschrieben. Was mit der Erfindung einer Raumbrille anfing, hat sich inzwischen zu einer Gesamtlösung für das digitale Beraten und Verkaufen entwickelt. Seit neuestem gilt das nicht nur für Bäder – sondern auch für Heizungsanlagen.

1 Joshua Fruhmann vom SHK-Fachbetrieb Boger im Beratungsgespräch: In der digitalen Heizungsausstellung kann sich die Kundin anhand realer Projektbeispiele einen eigenen Eindruck verschaffen. (Abbildungen: immersight)

Wir schreiben das Jahr 2012. Studenten der Elektrotechnik an der Universität Ulm haben gerade eine VR-Brille (VR = virtuelle Realität) entwickelt – die sogenannte Raumbrille. Fünf Jahre später ist die Weltleitmesse **ISH**, Frankfurt/M., gerade im Sanitär- und Badbereich geprägt von dieser spannenden Technologie. Das Thema „virtuelle Badbegehung" ist eben ein Katalysator für die Beratung und den Verkauf. Doch wie sieht die Sache eigentlich bei Heizungsanlagen aus?

Anfang 2018 hat immersight schon fast 200 SHK-Fachbetriebe mit einer eigenen virtuellen Ausstellung für Bäder ausgestattet. Darunter auch das Unternehmen **Boger** aus Ostfildern bei Stuttgart. Doch der Juniorchef Joshua **Fruhmann** will mehr: Er überzeugt den Gründer der immersight GmbH, Fabian **Weiss**, dass eine Lösung für die zeitgemäße Heizungsberatung kreiert werden muss. Zusammen starten Boger und immersight ein entsprechendes Pilotprojekt. Von diesem Vorhaben bekommt auch der Hersteller **Buderus** Wind – der Hauptlieferant von Boger – und lädt Weiss zum Gespräch nach Wetzlar ein. Auch dort ist man von der Idee begeistert und sichert Unterstützung zu. So nimmt das Projekt endgültig Fahrt auf und schließlich wurde auf der ISH 2019 am Stand von immersight und auch am Stand von Buderus die erste Lösung für die „digitale Heizungsausstellung" vorgestellt.

„Wir freuen uns über diese Innovation im Heizungsmarkt und beobachten, dass unsere Fachhandwerkskunden und »Starclub«-Mitglieder durch den Einsatz einer digitalen Heizungsausstellung tatsächlich schneller und besser beraten", zieht Martin **Petersen**, Marketing bei **Bosch Thermotechnik**, ein Fazit.

Vom Pilotprojekt zur fertigen Lösung

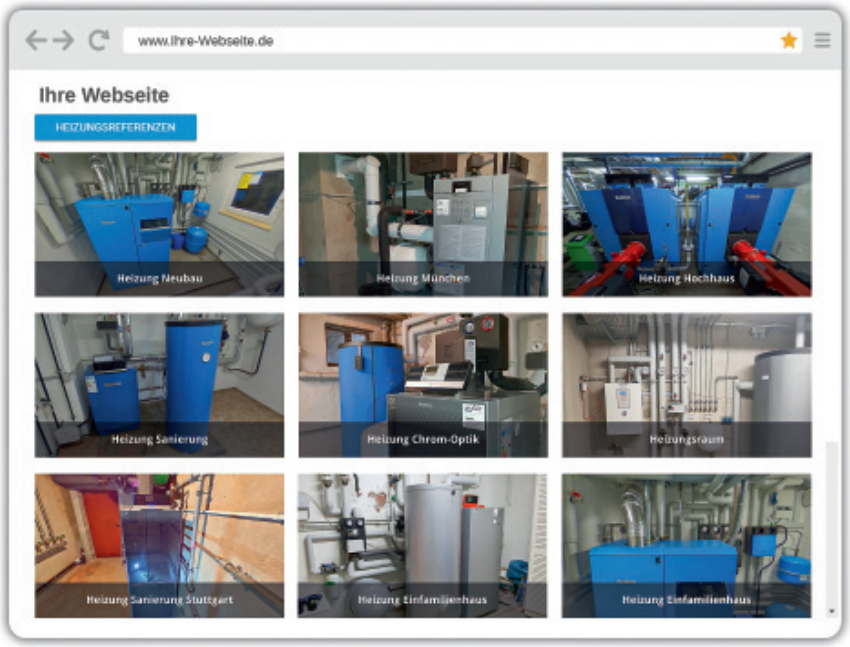
„Natürlich war das kein »Prototyp«, den wir auf der ISH 2019 zeigten. Vor allem die »Starclub«-Mitglieder von Buderus waren hellauf begeistert und so wurden auch direkt mehrere digitale Heizungsausstellungen bestellt und ausgeliefert", erklärt Fabian Weiss. Die erste digitale Heizungsausstellung läuft bereits seit

über einem Jahr beim SHK-Fachbetrieb Boger und hat sich dort bewährt. Hierzu erklärt Joshua Fruhmann: „Die Heizungen sind heute kompakt und vor allem schick. Im Keller des Kunden wird Platz für anderes frei und das ist häufig ein Argument. Aber so schön herzeigbar die Heizungen auch sind, ein Bildchen in einem Katalog, auf dem man nur den Kessel sieht, ist einfach zu wenig, um sich darunter praktisch etwas vorzustellen." Bei Boger wird sowohl im Betrieb als auch beim Kunden vor Ort beraten. Die digitale Heizungsausstellung ist deshalb nicht nur über einen großen TV oder Beamer nutzbar, sondern kann auch ganz bequem mittels Tablet zum Kunden „mitgenommen" werden.

„Wir zeigen in jeder Heizungsberatung Vorher-Nachher-Aufnahmen von echten Referenzanlagen. Das unterstreicht einerseits unsere Kompetenz, andererseits zeigt es die Installation, mit der wir unser Geld verdienen – und nicht nur das Produkt »Heizungskessel«", führt Fruhmann weiter aus.

2 Joshua Fruhmann vor Ort im Heizungsraum: Mittels Tablet kann der Kunde in seinen eigenen „vier Wänden" zielgerichtet zu möglichen Lösungen beraten werden.

3 Mittels „VR-Controller" kann der Beratungskunde eigenständig in einen virtuellen Raum „eintauchen".



4 Der eigene Showroom kann nicht nur stationär und mobil eingesetzt werden, sondern auch auf der Webseite.

Das besondere an der digitalen Technik von immersight: Der Kunde kann mitmachen! Mit einem „VR-Controller" darf der Kunde die Steuerung übernehmen und schaut sich völlig eigenständig auf dem Bildschirm die Referenzanlagen an. Genauso geht das auch mit dem Tablet – hierbei hält der Kunde das Tablet in den Händen und dreht sich mit dem ganzen Körper im Raum.

„Seitdem wir diese interaktive Präsentation in der Beratung einsetzen, sind die Kunden viel schneller überzeugt und wir sparen wertvolle Zeit in der Kundenberatung", ergänzt Fruhmann. Mit dem Web-Showroom von immersight kann der Installateur des Weiteren auf seiner eigenen Webseite ein Erlebnis bieten.

So funktioniert die digitale Ausstellung

Die Showroom-Lösung von immersight ist der universelle, digitale Produktkatalog des Handwerksbetriebes – und das in 3D. Doch woher kommen diese virtuellen Räume? Jeder Mitarbeiter des Unternehmens kann mit dem Handy Fotos von Räumen machen und direkt zur Ausstellung hinzufügen. Noch besser sind 360°-Aufnahmen: Hierfür stehen verschiedene Kameras zur Verfügung. Mit der 3D-Scan-App von immersight kann man diese Kameras steuern und mit einem Knopfdruck den gesamten Raum fotografieren. Das hochauflösende „Rundumbild" ermöglicht, dass man sich später per Maus oder der Kunde selbst per Controller darin umschauen kann.

„Allerdings sind nicht alle Kameras auf dem Markt gleich gut und oft schwankt leider die Produktionsqualität", so Fabian Weiss, der ergänzt: „Deshalb durchläuft bei uns jede vom Zulieferer eingekaufte Kamera einen Test und erst dann wird sie an den Installateur weiterverkauft." Die mit der 3D-Scan-App erstellten Aufnahmen wandern direkt in die Cloud und können dann in der digitalen Ausstellung, zum Beispiel zu Vorher-Nachher-Räumen, zusammengefügt werden.

Die Präsentation erfolgt im Browser per Web, aber auch eine Windows-Software oder Apps für „Android" und „iOS" stehen bereit. „Viele unserer Kunden haben eine schlechte Internetanbindung, vor allem unterwegs. Deshalb lässt sich mit den Apps überall und zuverlässig komplett offline präsentieren", unterstreicht Weiss eine weitere Entwicklungsleistung.

Mit seiner Softwarelösung „3D-Showroom" beschreitet das junge Ulmer Unternehmen also ein bisher kaum besetztes Terrain: die Erstellung und Nutzung digitaler Ausstellungen. „Bevor ein potentieller Kunde überhaupt eine Kaufentscheidung fällt, möchte er sich doch inspirieren lassen. Bisher haben diese Funktion reale Ausstellungen übernommen – an diesem Punkt setzen wir an.

Nehmen wir zum Beispiel das Thema Bad: Mit unserer Lösung lassen sich grenzenlos viele Einrichtungsvarianten von Bädern präsentieren. Und zwar so wie es in der Realität aus Kosten- und Platzgründen nie möglich wäre. Welcher Installateur hat schon die Fläche und das Kapital, um sich eine allumfassende Heizungsausstellung zu bauen?", betont Firmengründer Weiss. In der Tat beansprucht die digitale Ausstellung keine Fläche und lässt sich sogar, wie beschrieben, in der „Hosentasche" mit zum Kunden nehmen. Besonders praxisgerecht und anwenderorientiert: immersight liefert seinen Kunden 150 fertige, digitale Bad- und Heizungskojen mit. Das heißt, die Fachbetriebe erhalten direkt einen nutzbaren Showroom.

SHK-Handwerk als ideale Zielgruppe

Der erste immersight-Kunde war ein Handwerker, der Bäder baut. „Deshalb haben wir heute schon knapp 300 SHK-Fachbetriebe als Kunden", freut sich Fabian Weiss. Im Handwerk sieht der Unternehmer aus zwei Gründen eine ideale Zielgruppe: „Erstens ist bei Handwerksbetrieben der Individualisierungsgrad besonders hoch. Jeder Raum ist anders und so muss relativ viel Beratung beim Endkunden erfolgen. Und zweitens entwickeln sich Handwerksbetriebe im Schatten der Online-Verkäufer aktuell zu starken regionalen Marken, die einen eigenen »Produktkatalog« brauchen – und das am besten gleich in 3D."

Weitere Informationen unter:
www.immersight.com