06 | 2026

powered by BusinessPartner PBS und C.ebra

wllnews

der hub für working, learning & living

TITEL-STORY: HSM RÄT, DATENSCHUTZ BEI DER BÜROPLANUNG MITZUDENKEN
KONJUNKTUR-UMFRAGE: CHANCEN NUTZEN, STATT IN SCHOCKSTARRE ZU FALLEN
SCAN + ECM: DEN BLINDEN FLECK IM MODERNEN INFORMATIONSPROZESS VERMEIDEN

WENN DER SHOWROOM ZUM KUNDEN KOMMT

Die Bensegger GmbH ist für ihren virtuellen Showroom als „Digitaler Champion im bayerischen Handel 2026" ausgezeichnet worden. Der Rosenheimer Bürofachhändler erprobt damit eine neue Form der Produktpräsentation, die den Vertrieb unterstützt und erklärungsbedürftige Lösungen auch außerhalb des eigenen Standorts erlebbar macht.

Die Auszeichnung des Bayerischen Wirtschaftsministeriums sowie der Projektpartner ibi research und Rid Stiftung würdigt ein Vorhaben, das aus einer typischen Herausforderung im B2B-Geschäft entstand: Wie lassen sich Bürotechnik und andere erklärungsbedürftige Produkte anschaulich präsentieren, wenn Kunden dafür kaum noch einen klassischen Showroom besuchen? Der Bürofachhändler Bensegger betreut überwiegend Geschäftskunden in einem regionalen Einzugsgebiet von rund 100 Kilometern um Rosenheim. Doch selbst Kunden aus der unmittelbaren Umgebung kommen nach den Erfahrungen des Unternehmens nur selten ins Geschäft, um sich ein Multifunktionssystem anzusehen. Beratung, Probestellungen und Präsentationen finden daher überwiegend beim Kunden statt.

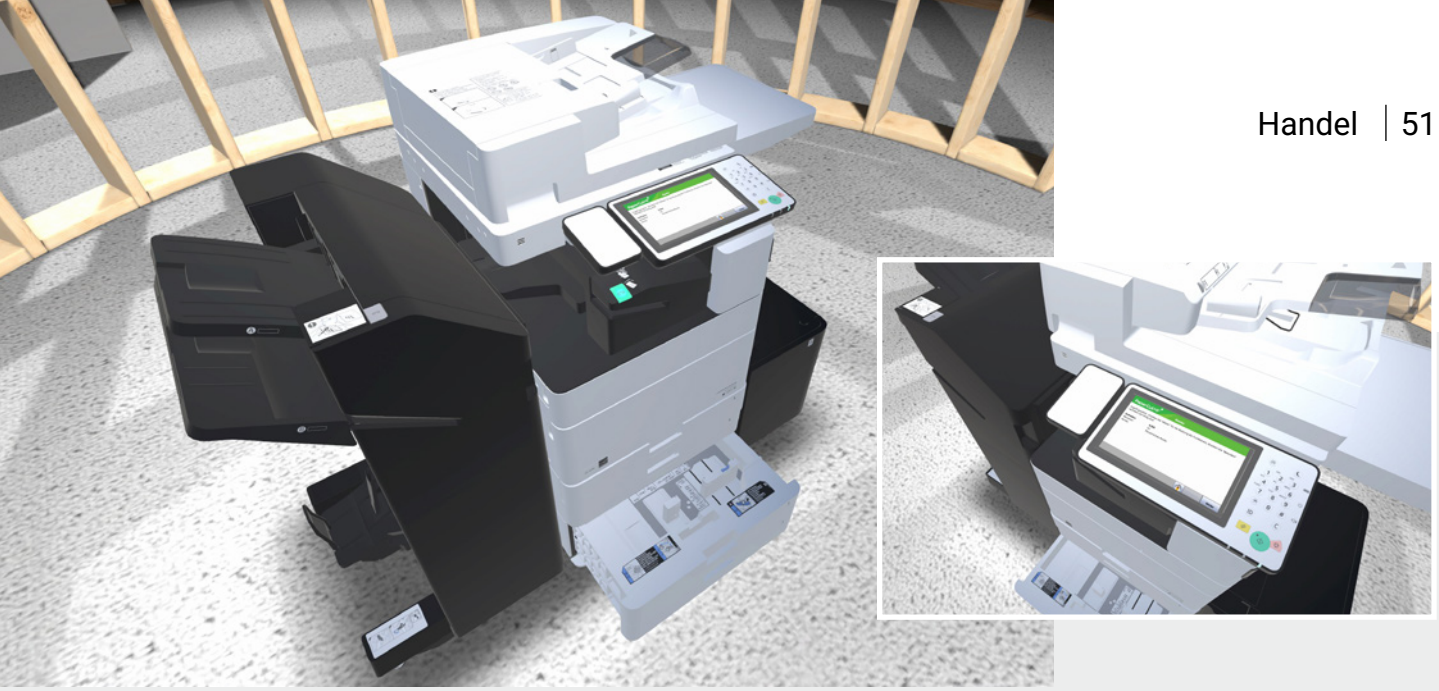
Preisverleihung (v.l.): Michaela Pichlbauer, Vorständin der Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel; Michele C. Fuhs, Geschäftsführer der Circle4x GmbH, Andreas Bensegger und der bayerische Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger.

Entwicklung ohne Vorlage aus der Branche

Aus dieser Situation entstand die Idee, den Showroom in den virtuellen Raum zu verlagern. Bei Bensegger ging man zunächst davon aus, ein vorhandenes Konzept an die eigenen Anforderungen anpassen zu können. Doch weder eine geeignete Blaupause noch ausreichend aufbereitete Produktmodelle waren in der Bürobranche verfügbar. Für die Grundkonzeption arbeitete Geschäftsführer Andreas Bensegger mit Michele C. Fuhs zusammen. Der ehemalige BMW-Manager und XR-Pionier gilt als Experte für Retail-Innovation und immersive Erlebnisse. Seine Erfahrungen aus der Automobilindustrie und weiteren Anwendungsfeldern flossen in die Entwicklung ein. Dennoch mussten der virtuelle Raum und seine Inhalte weitgehend neu aufgebaut werden. Besonders aufwendig ist die interaktive Darstellung von Bürotechnik, da einzelne Funktionen und Bewegungen separat digital erfasst werden müssen.

Multifunktionssystem interaktiv

Nutzer betreten den Showroom mit einer VR-Brille und Controllern. Nach der Anmeldung begrüßt sie ein Avatar, anschließend können sie sich durch den virtuellen Raum bewegen und Produkte, Präsentationen oder Videos ansteuern. Im Mittelpunkt steht derzeit ein A3-Multifunktionssystem. Das virtuelle Modell



Multifunktionsgerät in der VR-Umgebung

vermittelt einen realistischen Eindruck von Größe und Aufbau. Einige Funktionen sind bereits interaktiv: Nutzer können das Display berühren und darin wischen, eine PaperCut-Anwendung aufrufen sowie Geräteklappen und Papierkassetten öffnen. Einen vollständigen Funktionstest des realen Systems ersetzt die Anwendung jedoch nicht. Auch Büromöbel sind bereits integriert, bislang allerdings weitgehend statisch. Sie lassen sich weder verschieben noch in Funktionen wie der Höhenverstellung bedienen.

„Digitalisierung ist für uns der Schlüssel, um Kundenerlebnisse neu zu denken, Prozesse intelligenter zu gestalten und auch in Zukunft schnell, persönlich und nah am Menschen zu bleiben“, sagt Andreas Bensegger. Der virtuelle Showroom solle den persönlichen Vertrieb nicht ersetzen, sondern erweitern. Außendienstmitarbeiter können damit Produkte zeigen, die sich nicht ohne Weiteres transportieren oder als Vorführgerät bereitstellen lassen. Zugleich stehen im virtuellen Raum zahlreiche Videos, Produktvarianten und Anwendungsszenarien zur Verfügung. Für Kundentermine kann der Händler die komplette vorkonfigurierte Technik mitbringen – einschließlich VR-Brille, Laptop und eigener 5G-Verbindung. Dadurch ist der Zugang nicht vom Firmennetzwerk des Kunden abhängig. Technisch versierten Kunden könnte Bensegger perspektivisch auch eine VR-Brille zusenden. Die Nutzung über das eigene Netzwerk setzt jedoch noch entsprechende Kenntnisse und gegebenenfalls die Unterstützung der IT-Abteilung voraus.

Ein Kunde beim Testen der virtuellen Umgebung.

pCon-Planungen als nächster Schritt

Als nächsten Schritt will man bei Bensegger die Einbindung von Möbelplanungen ausbauen. pCon-Daten lassen sich bereits in den virtuellen Showroom übertragen. Kunden können dadurch geplante Büroflächen begehen und die Wirkung von Farben, Möbelstellungen und Laufwegen beurteilen. Als Testprojekt sollen die Planungen für zwei neue Verwaltungsetagen im Bensegger-Neubau mit insgesamt rund 300 Quadratmetern in die VR-Umgebung übernommen werden. Die Möbel bleiben zunächst statisch; perspektivisch könnten auch mit 3D-Scannern erfasste Räume eingebunden werden. Der virtuelle Showroom bleibt damit ein Entwicklungsprojekt. Andreas Bensegger will weitere Erfahrungen sammeln, die Anwendung im Vertrieb etablieren und sie dort ausbauen, wo sie Kunden und Beratern einen konkreten Mehrwert bietet. Die Auszeichnung als Digitaler Champion ist daher weniger ein Schlusspunkt als eine Bestätigung, den eingeschlagenen Weg fortzusetzen.

https://bensegger.de