

# MV JOB-JOURNAL

## INTERVIEW MIT ALBRECHT ARENZ

Inhaber der Firma „Dein Konfigurator“ in Zülpich.

### Hallo Herr Arenz, welche Produkte und Dienstleistungen können Sie Unternehmen der Möbel- und Einrichtungsbranche anbieten?

„Wir sind breit aufgestellt und bieten innovative Lösungen für den Handel wie den Produktfinder, den Polstermöbelplaner in 3D, den Ausstellungsnavigator, aber auch Problemlöser für Verbände, wie ein Messtool für deren Hausmesse bzw. ein Verbandskommunikationstool für die Übermittlung der Sortimente an die Mitglieder. Aber auch für die Industrie gibt es Werkzeuge, wie z.B. den digitalen Katalog. Alle Produkte sind datengetrieben und derzeit in bis zu 9 Sprachen einsetzbar.

Mit unserer eigenen Datenredaktion bereiten wir die Produkt- und Marketingdaten auf, da diese in der Regel nicht bei der Industrie in der entsprechenden Form und Qualität vorhanden sind.“

### Was sind für Sie die drei wichtigsten Kriterien, die Ihre Produkte erfüllen müssen?

1. „Sie müssen einfach zu bedienen sein.“
2. „Jede unserer Softwarelösungen muss ohne großen Aufwand für den User einzuführen sein.“
3. „Sie müssen sich in die Prozesse des Kunden integrieren – also keine Insellösung.“

### Hinter den Dienstleistungen Ihrer Firma steckt nicht nur ein enormes technisches Know-how, sondern auch eine große Menge an individuellen, branchenspezifischen Daten. Wie können wir uns den Verarbeitungsprozess von der Datenanlieferung bis zum fertigen Produkt vorstellen? Können Sie uns ein Beispiel nennen?

„Es geht bei allem, was wir entwickeln, um Daten erster Güte. Das ist auch das Schwierige daran! Da die Daten wie Produkt-, Marketing- und Vertriebsdaten oft in den unterschiedlichen Abteilungen der Industrie gepflegt werden, müssen wir diese erst zusammenführen und harmonisieren. Dann können wir sie unseren gemeinsamen Kunden zur Verfügung stellen.“

### In welchem Umfang können Sie bei Ihren Produkten auf individuelle Kundenwünsche eingehen?

„Wir sind der Meinung, dass ein Softwareprodukt auf den Work-Flow und die Prozesse des Kunden eingehen sollte und nicht umgekehrt. Daher ist unsere Software-Architektur so angelegt,



dass wir in der Lage sind, viele individuelle Wünsche unserer Kunden standardmäßig zu berücksichtigen.“

### Wenn Sie an Ihr erstes Produkt zurückdenken, was hat sich im digitalen Bereich bis heute verändert? Wie würden Sie die technische Entwicklung bis heute beschreiben?

„Das erste Produkt war unser Produktfinder, mit dem wir vor 12 Jahren mit fünf Lieferanten gestartet sind. Heute haben wir knapp 90 Industriepartner an Bord mit einer extrem hohen Datenqualität, die auch Marketingdaten, Einbauhilfen, Montagedaten etc. umfasst.

Vielleicht hilft ein Vergleich, um die Geschwindigkeit der digitalen Entwicklung zu veranschaulichen: Vor 12 Jahren war die Technik wie bei einem stationären Telefon mit Wählscheibe. Heute nutzen wir ein Smartphone, das komplett mobil, digital, responsiv, und mehrsprachig funktioniert - und dennoch sind nach wie vor alle Daten harmonisiert.“

### Bei vielen Ihrer Produkte geht es um Anwenderlösungen, die über einen Touch-Bildschirm laufen. Gibt es auch schon multivisuelle Anwendungen wie z.B. VR-Brillen und/oder AR-Anwendungen von „Dein Konfigurator“?

„Viele unserer Lösungen sind schon heute in der Lage, 3D-Daten zu verarbeiten und anzuzeigen. Hier stehen wir aber noch am Anfang des Weges, diese neuen Technologien zu nutzen.

Wir befassen uns intern intensiv mit diesen VR, AR

# MV JOB-JOURNAL

aber auch mit KI. Die Herausforderung bleibt aber nach wie vor die entsprechenden Daten von der Industrie zu bekommen bzw. anzureichern. Wenn man sich heute den Stand im Handel und bei der Industrie ansieht, stellen Sie fest, dass es nur einen Bruchteil der Produkte in 3D gibt, die aber für die Umsetzung der obigen Lösungen notwendig sind.

Der Handel nutzt in der Mehrzahl noch nicht einmal eine digitale Unterstützung wie einen Polsterplaner in 2D bzw. 3D. Wir müssen somit erstmal die Grundlagen schaffen, damit wir diese gemeinsamen Schritte in der Branche gehen können.“

**Glauben Sie, dass solche visuellen Hilfsmittel dem Kunden bei der Kaufentscheidung helfen könnten, wenn ja, was bedeutet das Ihrer Ansicht nach für den Möbelhandel?**

„Ich bin überzeugt davon, dass dies der einzige zukunftsfähige Weg ist.

Man hat das vor mehr als 30 Jahren schon bei den Küchen gesehen. Am Anfang stand die Schablone und das Millimeterpapier, das dann sukzessive durch Planungsprogramme und später von einer 3D-Visualisierung abgelöst worden ist.

Das ist heute Standard. Dies wird sich auch in den anderen Warengruppen etablieren, da der Endkunde von seinem Händler diesen Service erwartet.

Das geschieht nicht von heute auf morgen, aber der Handel muss sich darauf einlassen, solche Lösungen einzuführen, um für den Endkunden up-to-date zu



sein und keine Umsätze an die Online-Pure-Player zu verlieren.“

**Wie nutzen Sie KI in Ihrem Unternehmen?**

„Sehr intensiv. Im November dieses Jahres haben wir den ersten KI-gestützten Polsterplaner zusammen mit unserem Partner IWO furn auf der Messe des EMV- und Garant- Verbandes in Leipzig vorgestellt.

Es liegt in unserer DNA, dass wir uns aktiv mit neuen Technologien auseinandersetzen, um zu sehen, welche Mehrwerte diese für unsere Kunden haben können. Getreu unserer Firmenphilosophie „Andere denken nach, wir denken vor.“

**Wo werden wir in Zukunft in der Einrichtungsbranche KI begegnen?**

„Sie wird den gesamten Verkaufsprozess verändern, da es hier schon Daten gibt, um die KI anzulernen. Stichwort Big-Data: Wir denken zum Beispiel daran zu klären:

- was sind die am meisten gesuchten Artikel?
- welche Farben und Ausstattungen werden vom Kunden gesucht und gekauft?
- welche Lieferzeiten sind möglich?

Dadurch können wir eine interessante Unterstützung beim Suchen und Finden bieten – sowohl auf der Verkäuferseite am POS, als auch beim Endkunden, wenn er sich auf der Webseite informiert.“



# MV JOB-JOURNAL

## Was ist ihr größter digitaler Traum?

„Das ist eine interessante Frage. Digitalisierung findet ja nicht nur im beruflichen Umfeld statt, sondern auch sehr stark im persönlichen Leben.

- wie buche ich z.B. ein Taxi, Hotel?
- wie zahlen wir zukünftig?
- wer akzeptiert die neuen digitalen Services, z.B. Uber versus Taxi?

Ich denke, dass der stationäre Handel sehr stark vom Internethandel getrieben wird, andererseits aber auch sehr viel Richtiges über Kundenbindung, Einkaufserlebnis und Kundenkommunikation lernen kann. Genau für diese Fragen möchten wir der innovative und verlässliche Lösungsanbieter sein.“

## Womit nehmen Sie sich eine Auszeit von der digitalen Welt?

„Bei aller Digitalisierung ist das persönliche, also der Austausch zwischen Menschen für mich extrem wichtig.

Hier gehört für mich als Rheinländer natürlich der Karneval dazu, der ein wichtiger Fixpunkt im Jahr ist. Das geht nicht digital. ;)

Aber auch der Austausch mit der Familie, mit Freunden sowie ein großartiges Essen oder bei einem guten Glas Wein bzw. einem leckeren Kölsch, mal die Seele baumeln zu lassen – das sind wichtige Momente für mich.



Ich habe aber auch das Glück, frei nach Konfuzius sagen zu können:

„Mache dein Hobby zum Beruf, dann brauchst du ein Leben lang nicht zu arbeiten“.

**Vielen Dank Herr Arenz...**

[www.dein-konfigurator.de](http://www.dein-konfigurator.de)

