

# Realitätsgefühl im virtuellen Raum

Web-Conferencing und virtuelle Trainings stoßen bei den Teilnehmern noch immer auf wenig Akzeptanz. Ein Spin-off Unternehmen des Stuttgarter Fraunhofer Instituts für Arbeitswirtschaft setzt auf „echte Besprechungsatmosphäre“



Persönlicher Austausch im virtuellen Meetingraum: Die Geschäftsführer Heidi Sigel und Fabian Kempf (rechts) nutzen ihre Software, um ortsunabhängig zu kommunizieren (oben). Sorgen für den Wohlfühl-Faktor bei virtuellen Konferenzen: vitero-Entwicklungsleiter Fabian Schunter. Heidi Sigel und Fabian Kempf (großes Foto, von links)



## Wann Spin-offs funktionieren

Der weltweit ambitionierte Risiko-Dynamiker als Gründerperson und der High-Flyer als Unternehmenstypus sind „Schnee von gestern“ – wie die Studie „Erfolgsfaktoren für Unternehmensausgründungen aus der Wissenschaft“ des Fraunhofer-Instituts für System- und Innovationsforschung (ISI) belegt. Zukunftsfähiger seien vielmehr „Schildkröten“, sprich: langsam, aber stetig wachsende Unternehmen. Die Studie zeigt, wann akademische Spin-offs unter betriebswirtschaftlichen Aspekten erfolgreich sind, welche künftigen Fördermaßnahmen Sinn machen und welche Faktoren ganz allgemein zum Erfolg wissenschaftlicher Spin-offs beitragen. Zudem werden Art und Organisationsbedingungen der Muttereinrichtungen des Gründungsunternehmens unter die Lupe genommen. Die komplette Studie ist als Buch zu beziehen beim Fraunhofer IRB Verlag, ISBN 978-3-8167-7017-6 (19 Euro).

VON MARTINA BRÜCKNER

Das sich die meisten Teilnehmer von Videokonferenzen oder Web based Trainings nicht besonders wohlfühlen, ist für Fabian Kempf nicht weiter verwunderlich: „Die gängigen Tools berücksichtigen einfach nicht die Kommunikationsbedürfnisse der Teilnehmer, die sich an den realen Besprechungssituationen orientieren“, betont der Geschäftsführer der Stuttgarter vitero GmbH. So seien es Menschen gewohnt räumlich zu denken, Informationen an Orten zu „verankern“, Näherelationen wahrzunehmen und Räume im sozialen Kontext zu sehen, erklärt Kempf, dessen Unternehmen genau diesen Gewohnheiten mit „vitero“ Rechnung tragen will: Vitero steht für „virtual team room“ und ist eine Software zur Durchführung virtueller Meetings und Trainings unter realitätsnahen Bedingungen. Live-E-Learning, E-Meeting und E-Collaboration sind die Hauptge-

schäftsfelder der vitero GmbH, die 2004 als Spin-off aus dem Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) hervorgegangen ist.

„Als Sprung ins kalte Wasser kann man unsere Unternehmensausgründung sicherlich nicht bezeichnen“, räumt Kempf schmunzelnd ein, der nach Abschluss seines Ingenieurstudiums an der Universität Stuttgart (Fachrichtung Maschinenwesen) am IAO beschäftigt war. „Schließlich wurde unsere Software am IAO jahrelang wissenschaftlich erforscht, auf Messen vorgestellt und in Fachkreisen diskutiert, so dass wir uns ganz sicher sein konnten, dass der Markt reif ist und unser Produkt gebraucht wird“, betont der vitero-Geschäftsführer, der es „als großen Glücksgriff“ betrachtet, dass fünf Mitarbeiter aus dem Kernteam in die vitero GmbH überwechselten.

„Das IAO ist stolz auf seine Vielzahl unterschiedlicher Ausgründungen“, betont Prof. Dieter Spath. „Die Spin-offs nehmen in verschiedenen Branchen eine Impulsegeber-Rolle ein, da sie brandaktu-

elles Forschungs-Know-how in die Praxis und damit direkt zum Kunden transferieren“, unterstreicht der IAO-Leiter die Bedeutung der Unternehmensausgründungen. Im Falle von vitero hatte ein interdisziplinäres Team aus Usability Experten, Kognitionspsychologen, Designern und IT-Spezialisten am IAO über einen Zeitraum von sechs Jahren anhand von eigens dafür entwickelten Prototypen unterschiedlichste virtuelle Kommunikationssettings erforscht. Das Ziel: Eine Software zu entwickeln, welche die Benutzer in ihrem Kommunikationsbedürfnis effektiv unterstützt ohne sie unnötig zu belasten – und sich dabei an der realen Besprechungs- oder Schulungssituation orientiert. „Der persönliche Austausch und der aktive Dialog zwischen den Teilnehmern muss auch dann möglich sein, wenn diese örtlich verteilt sind und nur im virtuellen Raum zusammenkommen“, erläutert Kempf die Grundidee von vitero.

Anders als herkömmliche Tools für Web Conferencing oder Web Based Training nutzt vitero sogenannte Real-World-

Metaphern, das heißt aus der Realität vertraute Zusammenhänge und Gewohnheiten, die eine schnelle Orientierung im virtuellen Raum ermöglichen. Im Mittelpunkt der Software steht dabei der vitero Gruppenraum, der wie ein realer Besprechungsraum angeordnet ist: Die Teilnehmer „sitzen“ um einen Besprechungstisch, auf dessen Mitte der Gesprächsinhalt „liegt“: Ob Tabellenkalkulation, Textverarbeitungsprogramm, eine Website oder ein Lernprogramm – es kann nahezu alles integriert werden, was in einem Windowsfenster darstellbar ist. Wie in Präsenzmeetings haben die Teilnehmer ein Gesicht (mittels Foto oder Live-Bild) und können sich ihren „Sitzplatz“ frei wählen – nur der Gesprächsleiter am oberen Tischende nimmt auf einem der farblich hervorgehobenen Stühle Platz. Die Audiokommunikation erfolgt in vitero über Voice-over-IP unter Verwendung eines Computer-Headsets oder alternativ über das Telefon (vitero phone). Schriftlich wird über Text-Chat miteinander kommuniziert.

Als „ganz entscheidend für den Erfolg von vitero“ betrachtet die zweite Geschäftsführerin des Unternehmens, Heidi Sigel, den „modularen Aufbau“ des Konferenztools: „Aus zwölf verschiedenen Bausteinen können wir unseren Kunden eine individuelle, auf ihre Bedürfnisse angepasste Lösung zusammenstellen“, erklärt die Wirtschaftsingenieurin, die auch zum vitero-„Gründer-Team“ gehört. „Während unserer Zeit beim Fraunhofer Institut haben wir gelernt, dass immer die Kundenbedürfnisse und die konkrete Problemlösung im Vordergrund stehen“, betont Sigel. So hält es auch Kempf für unabdingbar, neue Produktversionen „nicht isoliert im Labor zu entwickeln, sondern weitgehendst mit den Kunden zusammen zu erarbeiten, damit diese dann anhand von Prototypen frühzeitig unter realen Arbeitsbedingungen erprobt werden können.“ Kempf: „Nur wer nah am Kunden ist, kann auch innovativ sein.“ Und noch andere Erkenntnisse haben die Gründer aus ihrer IAO-Zeit mit ins eigene Unternehmen über-

nommen: „Man muss nicht immer das Rad selbst erfinden und den Anspruch haben, alles alleine zu machen“, so die Erfahrung Kempfs. Vielmehr ließen sich durch die Bildung zahlreiche Kooperationen und Netzwerke im Vertrieb, bei Dienstleistungen und in der Forschung „für alle beteiligten Akteure win-win-Situationen erzielen.“ Auch die Zusammenarbeit mit dem IAO selbst wird mittels Kooperationsverträgen erfolgreich weitergeführt.

Inzwischen läuft die vitero-Software auf mehreren tausend Rechnern, das Unternehmen ist auf zwölf Mitarbeiter angewachsen. „Während am Anfang das Projektgeschäft die zentrale Rolle eingenommen hat, werden heute die Vertriebsaktivitäten und das Lizenzgeschäft immer wichtiger“, betont Kempf, der potenziellen Spin-offs vor allem den Ratsschlag gibt, „sich interdisziplinär aufzustellen“. Kempf: „Technische Probleme lösen zu können, reicht heute nicht aus, um am Markt erfolgreich bestehen zu können.“