

# AGENDA

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

The logo for Vitracom features a stylized square icon on the left, divided into four quadrants: top-left is orange, top-right is white, bottom-left is dark blue, and bottom-right is white. To the right of the icon, the word "vitracom" is written in a lowercase, sans-serif font. A registered trademark symbol (®) is positioned at the top right of the word. The entire logo is set against a white background with a subtle reflection effect below it.

VITRACOM AG

## Von der Gründung zur Marktführerschaft

Dr. Peter Klausmann

19. Januar 2011

# AGENDA

## STARTPUNKT IM JAHR 2000

---

### MOTIVATION EINER UNTERNEHMENSGRÜNDUNG

- Indem man etwas macht, macht man auch sich selbst zu etwas.
- „Unternehmer“ ist kein Beruf, sondern eine Tätigkeit, eine Praxis, ein Weg (der nicht zwingend auf Firmengründungen fixiert ist).

### VORTRAGSSCHWERPUNKTE

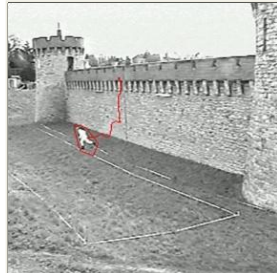
- Ausgewählte allgemeine Aspekte zum Unternehmensaufbau.
- Umsetzung am Beispiel der Vitracom AG.

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

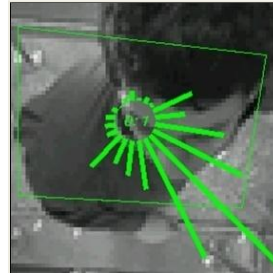
# AGENDA

## VIDEOBASIERTE TRACKINGSYSTEME

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse



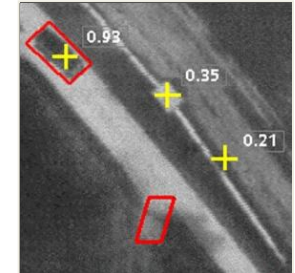
Videosensorik



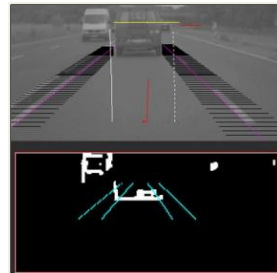
Videoschleuse  
für Flughäfen



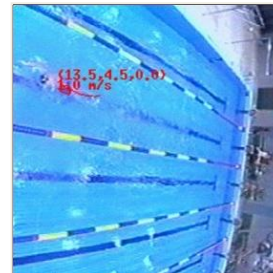
Flugzeug-Tracking



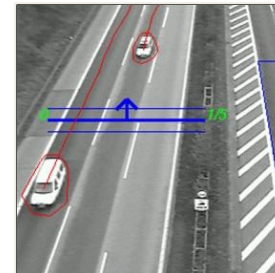
Militärische  
Luftbilddauswertung



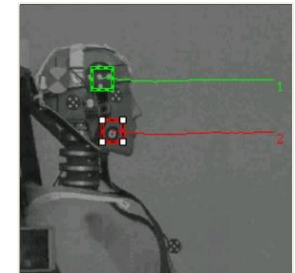
Fahrerassistenzsysteme



Trainingsoptimierung



Verkehrsanalyse



Auswertung von Hoch-  
geschwindigkeitsbildfolgen

# AGENDA

## GRÜNDUNG UND ERSTE SCHRITTE

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

- Gründung der Vitracom GmbH durch Claus Wetzel, Peter Klausmann und Norbert Link als Ausgründung aus dem Fraunhofer-Institut für Informations- und Datenverarbeitung in Karlsruhe (heute IOSB).
- Startzeitpunkt direkt nach Platzen der „Dotcom-Blase“.
- Lizenzvertrag mit dem Fraunhofer-Institut für den ersten Prototypen.
- Privat erbrachtes Stammkapital € 45.000,-.
- Unterstützung durch die Karlsruher Gründerinitiative „Cyberforum e.V.“
- Förderung durch das Projekt „Junge Innovatoren“ (Personalkosten-Zuschuss, nicht rückzahlbar).
- Förderung durch das Projekt „Campus“ (Sachkosten-Zuschuss, nicht rückzahlbar).
- Auszeichnung beim Businessplan-Wettbewerb „BusinessChance 2000“ (Preisgeld).
- Erste kleinere Aufträge vom Fraunhofer-Institut und über das bestehende Kontakt-Netzwerk.
- Keine (übermäßig persönlich besicherten) Bankkredite !!!
  - > Dadurch reduziertes persönliches Haftungsrisiko über das Stammkapital hinaus.
  - > Sehr wichtig, da das Geschäftsmodell noch nicht erprobt.

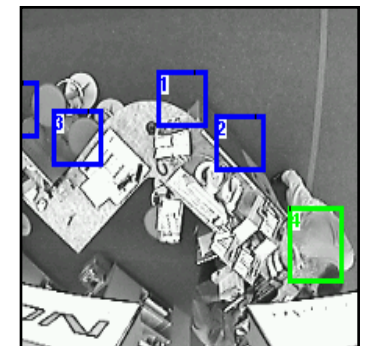
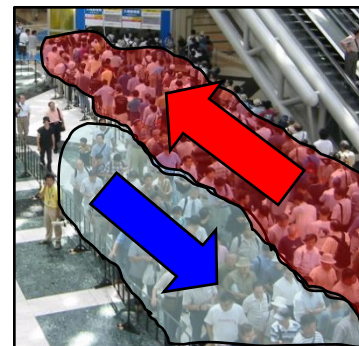
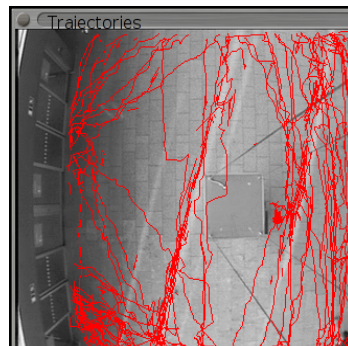
# AGENDA

## AUSBAU DER TECHNOLOGIE

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

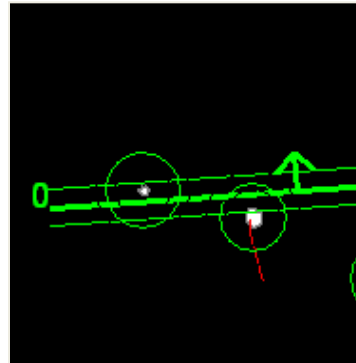
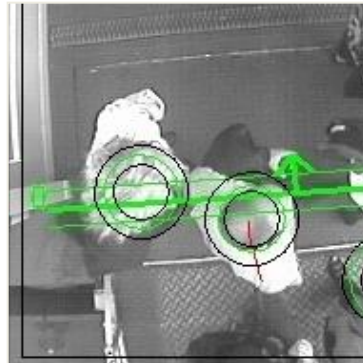


- Konzentration auf Systeme zur Personenzählung und Kundenverhaltensanalyse im Einzelhandel.
- Aus anderen Marktsegmenten wie z.B. Video-Security oder Verkehrstechnik hat man sich schrittweise zurückgezogen.



# AGENDA

## PERSONENZÄHLUNG



- **Patentiert**e Detektion von Personenköpfen aus senkrechter Kameraperspektive.
- Detektion mittels 3D Sensor zur Messung der Personengröße (z.B. Unterscheidung Erwachsene/Kinder).
- Hochgenaue Zählung auch bei dichtem Gedränge oder sehr großen Gruppen.
- Auch in schwierigen Eingängen oder bei anspruchsvollen Beleuchtungssituationen.
- Keine Bildaufzeichnung, nur anonyme Zähldaten.

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

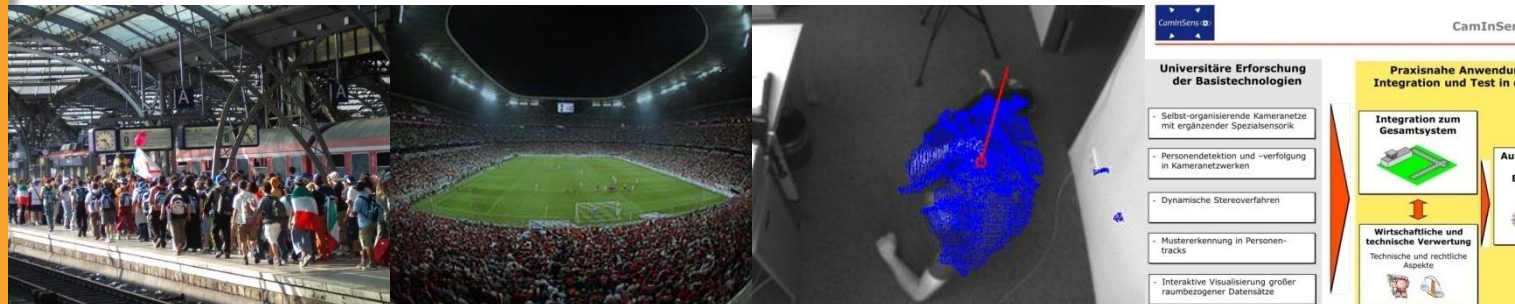


# AGENDA

## FORSCHUNGSPROJEKTE

- **VerSiert - Sicherheit im ÖPNV**  
Vernetzung von Nahverkehrsgesellschaften, Einsatzkräften, Veranstaltern und Fahrgästen für Sicherheit im Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) bei Großveranstaltungen.
- **Hermes - Stadion Düsseldorf – Evakuierungsassistent für Großveranstaltung**  
Erforschung eines Evakuierungsassistenten für den Krisenfall bei Großveranstaltungen. Grundlegende Untersuchungen zur dynamischen Personenzählung in Videonetzen.
- **SENS@home - Sensorüberwachung für betreutes Wohnen**  
Sensorbetreutes Wohnen.
- **Cam In Sense- vernetzte Kamerasysteme für öffentliche Räume**  
Verteilte, vernetzte Kamerasysteme zur in situ-Erkennung Personen-induzierter Gefahrensituationen in öffentlichen Räumen.

Es gibt in Deutschland eine sehr umfangreiche „Förder-Landschaft“ (nicht-rückzahlbare Zuschüsse für Kooperations-Forschungsprojekte mit hohem Projekt – und Entwicklungsrisiko).



- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

# AGENDA

## AUFBAU VON STRUKTUREN

---

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

- Finanzierung durch den KKFB / GfBB durch stille Beteiligung im Jahr 2002.
- Produktion von Geräten, Definition von Lieferanten Aufbau von Kundenbeziehungen und Projektpartnern.
- Definition von Zuständigkeiten und Abläufen.
- Aufbau von Vertriebsstrukturen (Reseller), Kundensupport, erste internationale Erfahrungen, Messeteilnahmen.

Da man in der ersten Phase keinerlei Know-How über den Aufbau einer Firma hat, ist dieser Schritt recht anspruchsvoll (es gibt keine Ausbildung zum Unternehmer !!!).

Externe Berater teilweise sehr hilfreich, teilweise aber auch nicht. Auf jeden Fall kosten sie Geld.

Reseller / Multiplikatoren beim Vertrieb: Wenn man seine Produkte nicht selber verkaufen kann, kann es auch kein anderer !!!



# AGENDA

## DIE VITRACOM AG IM ZEITVERLAUF

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

2000

- Gründung der Vitracom GmbH als Ausgründung aus dem Fraunhofer-Institut IITB.
- Auszeichnung im Wettbewerb „Business Chance 2000“.

2004

- Vitracom baut den Vertrieb aus und etabliert die videobasierten Personenzählssysteme als Hauptgeschäftsfeld.
- Auszeichnung mit dem „Cyber Champion Preis“

2005

- Umwandlung der Vitracom GmbH in eine Aktiengesellschaft (AG).
- Auszeichnung mit dem „Cyber One Preis“.

2006

- Umzug in die neuen Geschäftsräume in der Erbprinzenstr. 4-12, A, 76133 Karlsruhe.
- Einstieg des börsennotierten japanischen Unternehmens Kozo Keikaku Engineering, Inc. per Kapitalerhöhung.

2007

- Beginn des internationalen Rollouts aller Mediamarkt und Saturn Filialen.
- Auszeichnung mit dem Karlsruher Marketingpreis.

2008

- Beginn der Zusammenarbeit mit der Douglas Holding GmbH.
- Beginn der Zusammenarbeit mit Christ Juweliere, Thalia und Parfümerie Douglas.
- Einstieg der Vitracom Holding GmbH als Mehrheitsgesellschafter.

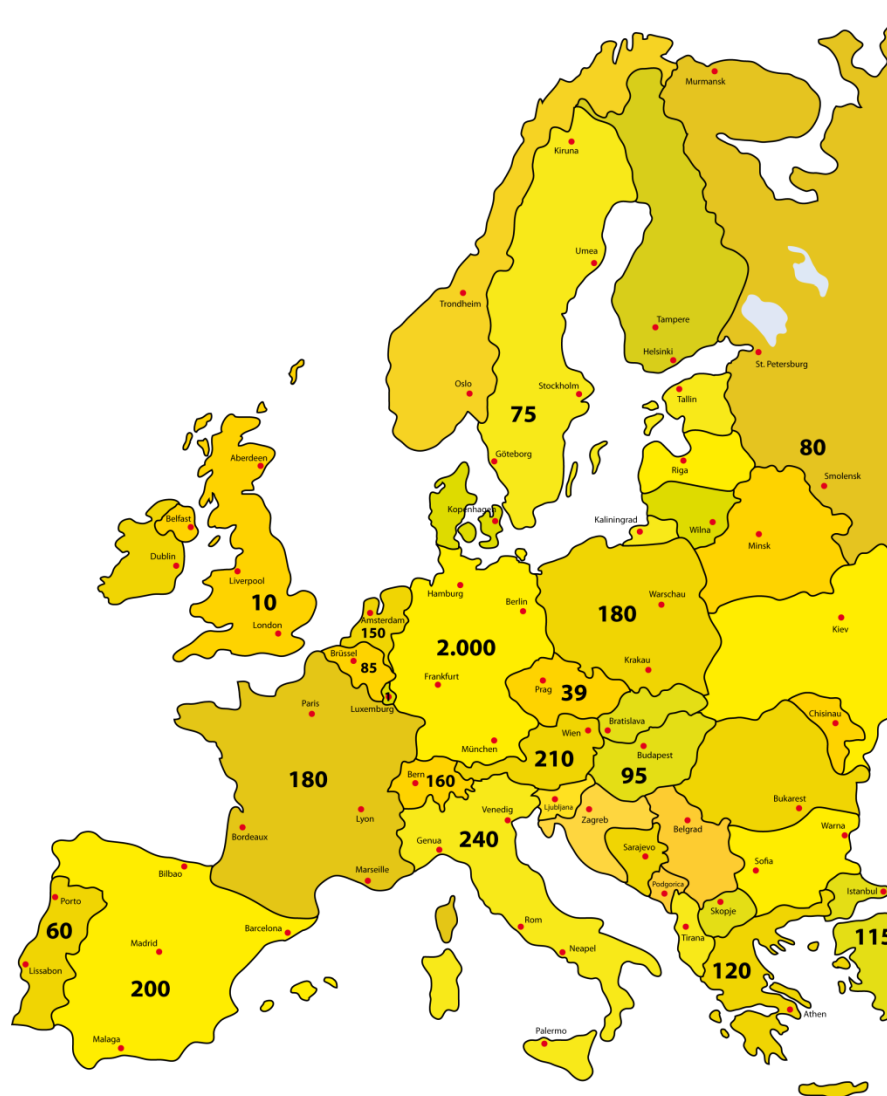
2010

- Vitracom ist mit mehr als 4.000 installierten Filialen und mehr als 10.000 Messstellen Marktführer in Europa.

# AGENDA

## INSTALLATIONEN IN EUROPA

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse



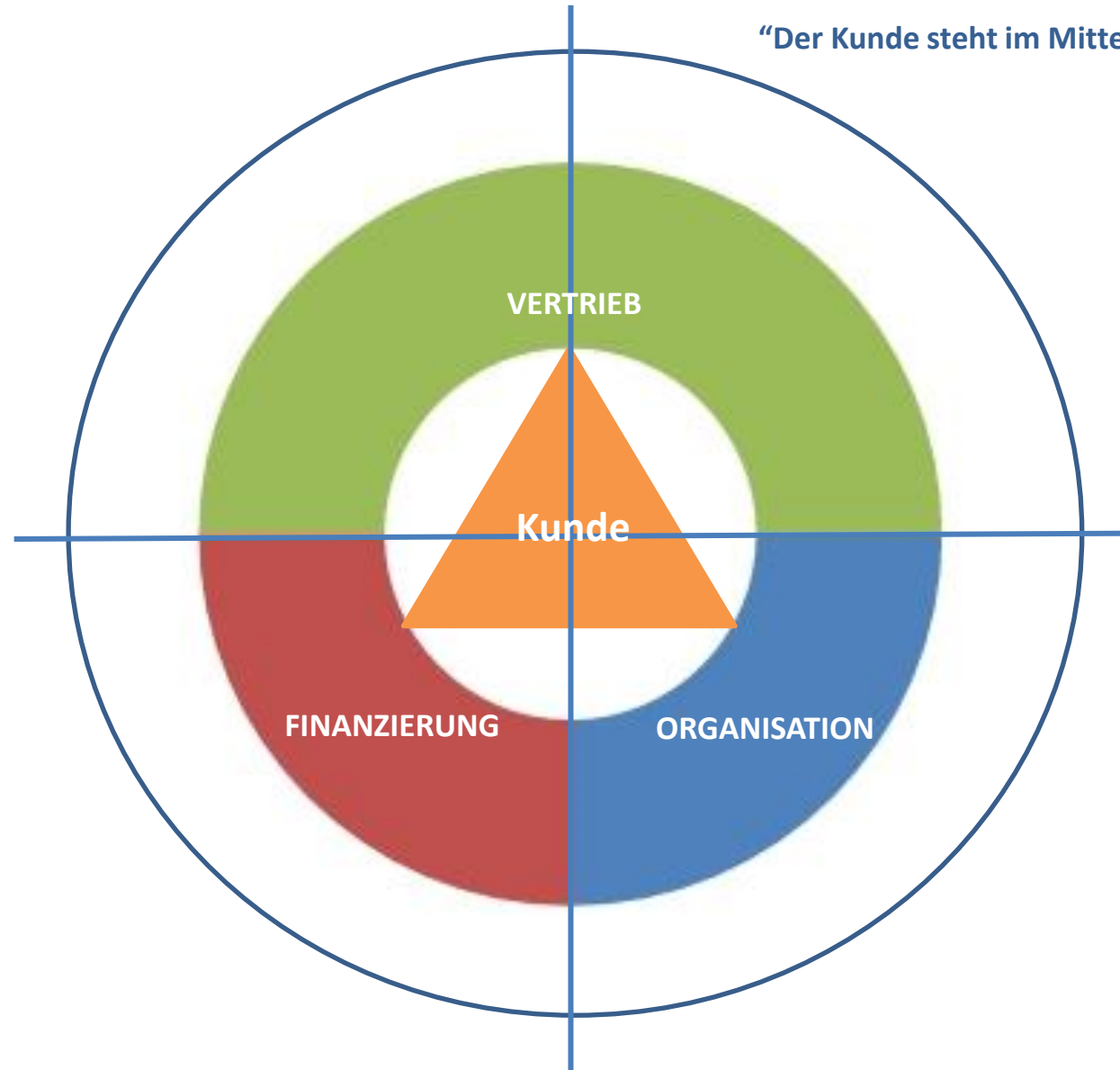
- 4.000 Filial-Installationen mit über 10.000 Systemen.
- Alle Systeme kontinuierlich in der Fernwartung.

Stand: Januar 2011

# AGENDA

## UNTERNEHMERISCHE AUFGABEN

“Der Kunde steht im Mittelpunkt”



- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

# AGENDA

## FINANZIERUNG DES UNTERNEHMENS

### “Liquidität ist die Luft zum Atmen”

- Liquidität unbedingt bevorraten.
  - Insolvenz trotz guter Auftragslage möglich.
  - Haftung der Geschäftsführung bei verschleppter Insolvenz.
  - **Ausreichende Liquidität ist existenzkritischer Faktor !!!**
  - Stets ausreichende Mittel für Projektvorfinanzierung.
- Dispokreditlinie bei Banken vor allem in guten Zeiten verhandeln (wer dringend Geld braucht, bekommt keines).
- Private Haftungsrisiken reduzieren (z.B. Global-Zession, mit mehreren Banken arbeiten).
- Nachhaltiges Forderungsmanagement (Rechnungen konsequent eintreiben).
- Finanzielle Einbindung von Partnern über (stille oder strategische) Beteiligungen.
- Frühzeitig Businessplanung, Controlling und Reporting einführen (wichtig für Banken, potenzielle Investoren, Aufsichts- und Beiräte, Wettbewerbe).

Vorsicht: „Venture Capital“ ist KEIN Risiko-Kapital !!!

Besser, aber schwieriger: Beteiligung privater Geldgeber mit unternehmerischem Background (Business Angels, Private Equity, Family Offices, öffentlich geförderte Projekte).

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

# AGENDA

## ORGANISATIONSAUFBAU

### “Eine Sache ist perfekt, wenn man nichts mehr weglassen kann“

Eindeutige, klar geregelte Zuständigkeiten.

Reduktion auf das Wesentliche.

Innerhalb einer Zuständigkeit weitestgehender Freiraum („Selbstorganisierende Einheiten“).

Problem: Veränderungen im Markt sowie das Wachstum erfordern permanente Veränderung

- Fortlaufende Anpassung der Infrastruktur bei Firmenwachstum
  - typische Schwellen bei 10, 25, 150 Mitarbeitern.
- Überwindung dieser typischen Schwellen erfordert viel Zeit, Geld und innere Energie (hohes Konfliktpotenzial mit Gesellschaftern und Mitarbeitern).
- Je größer die Organisation, desto größer der Organisationsbedarf, z.B.
  - Organisation operativer Zuständigkeiten (Organigramm).
  - Organisation IT-Infrastruktur (PC-Arbeitsplätze, Datensicherung, Zugangskontrollen).
  - Bereitstellung der Räumlichkeiten (Putzen, Parkplätze, Besprechungsräume, etc.).
  - Aufbau einer effizienten Verwaltung (Personal, Buchhaltung, Controlling, etc.).
- Externe Berater nur sehr zielgerichtet einsetzen.
- Kontakt zu Forschungseinrichtungen, Universitäten und Verbänden halten.

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

# AGENDA

## VERTRIEBSAUFBAU

### „Das beste Marketing ist der Vertrieb“

- Vertrieb ist DIE zentrale Herausforderung.
- Strategische Produktpositionierung:
  - was genau ist eigentlich die Leistung, die ich verkaufe.
  - wie kann NACHHALTIGER Umsatz erzeugt werden („Recurring Revenue“).
  - was lohnt sich, was nicht („Konzentration auf Kerngeschäft“ vs. Diversifikation).
- Im Investitionsgüterbereich ist 70-80 % des Vertriebs Erfolges direkt vom Vertriebsmitarbeiter abhängig.
- Gute Vertriebsmitarbeiter sind zentraler Erfolgsfaktor (und daher teuer und schwierig zu finden).
- Direktvertrieb vs. Reseller.
- Aufbau von strategischen Kundenbeziehungen und Netzwerken.
- Vertrieb im Investitionsgüterbereich ist sehr stark personengetrieben.

### VERTRIEBSZYKLUS Vitracom AG

Presales

Erstkontakt

Pilot / Test

Initialer Rollout

Kompletter Rollout

Dauer >> 1 Jahr



- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

# AGENDA

## ESVI - MODELL

### EWIGES LEBEN ? – Anti-Aging für Unternehmen\*

\*Quelle: Seminar Fa. Döhlemann

4 Arten von „Management-Rollen“ (oder „Kräfte“):

**E** = Ergebnisse produzieren (Wissen, Kompetenz, Durchsetzungsvermögen)

**S** = Systeme schaffen (Regeln aufbauen, Controlling, Organisation)

**V** = Visionen (Proaktives Verhalten, Risiken eingehen, neue Märkte)

**I** = Integrieren (Unternehmensleitbild, Corporate Social Responsibility = CSR, Markenbildung, Firmen-Image)

Jede Phase der Unternehmensentwicklung benötigt die „Management-Rollen“ bzw. „Kräfte“ in unterschiedlicher Weise.

Kleinbuchstaben: Management-Rollen werden nur wenig benötigt: **esvi**

Großbuchstaben: Management-Rollen werden sehr stark benötigt: **ESVI**

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

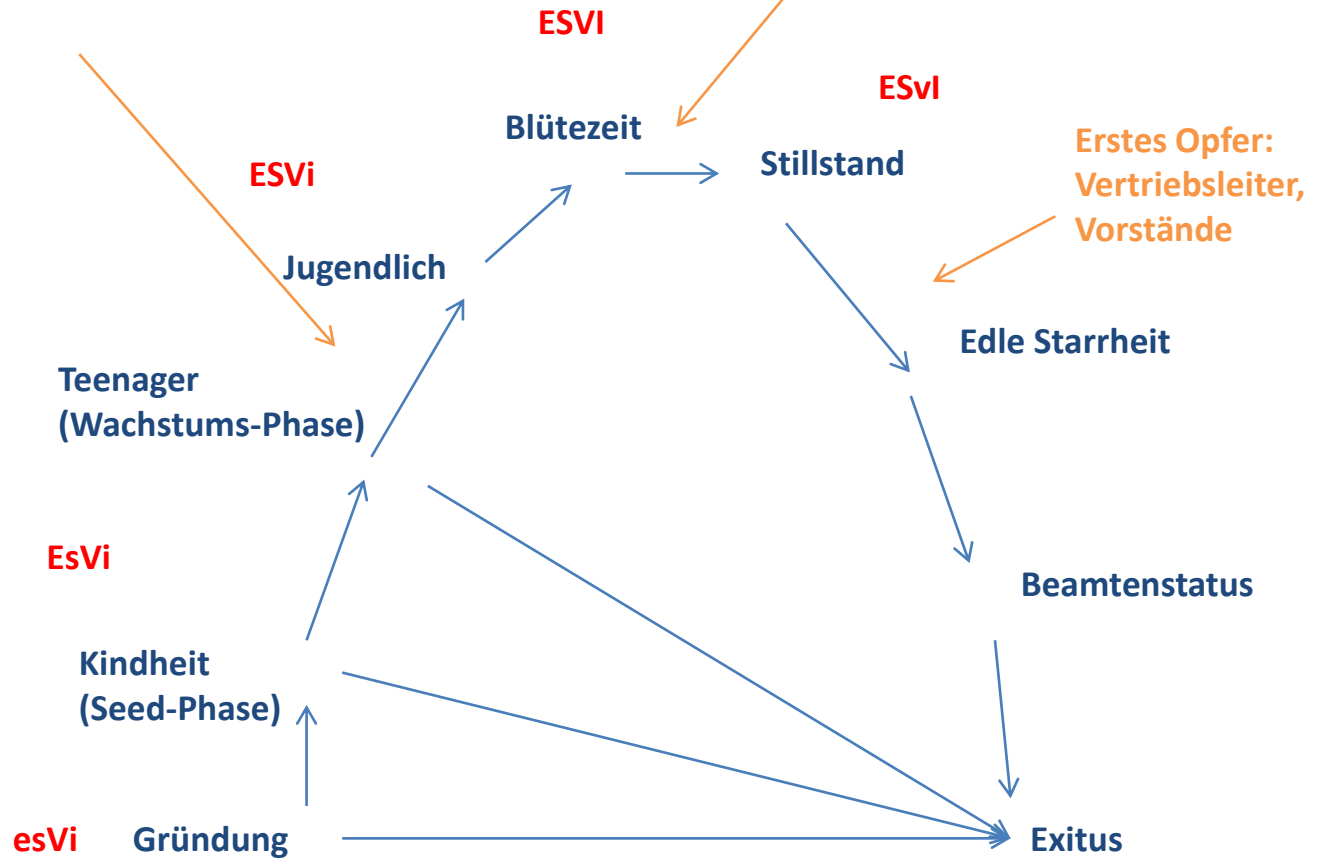


# AGENDA

## ESVI - MODELL

**Vitracom AG:  
Aufbau von Controlling  
Ausbau der S-Kraft**

**Phase großen Risikos:  
Arroganz & „Mentales Übergewicht“**



**Möglichkeit des Scheiterns  
besteht zu jedem Zeitpunkt**

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse

# AGENDA

## VITRACOM AG KARLSRUHE



Vitracom AG  
Erbprinzenstr. 4-12  
Gebäude A  
D-76133 Karlsruhe

Fon +49(0)721 62 76 79-0  
Fax +49(0)721 62 76 79-9  
E-Mail [info@vitracom.de](mailto:info@vitracom.de)  
Web [www.vitracom.de](http://www.vitracom.de)

- Startpunkt im Jahr 2000
- Video-Trackingsysteme
- Gründung und erste Schritte
- Ausbau der Technologie
- Personenzählung
- Forschungsprojekte
- Aufbau von Strukturen
- Vitracom im Zeitverlauf
- Unternehmerische Aufgaben
- Finanzierung
- Organisationsaufbau
- Vertriebsaufbau
- ESVI-Modell Grundlagen
- ESVI-Modell
- Adresse