

INNOVATION

„Der Markt ist gesättigt“

Wolfvision, Hersteller von Systemen zur Wissensvermittlung, setzt große Hoffnungen in ein neues Produkt: In drei Jahren soll Cynap den Umsatzrückgang im Kerngeschäft kompensiert haben.

VON STEPHANIE DIRNBACHER

Bisher hat Wolfvision 500 Stück seines neuen Produkts V-Solution Cynap verkauft. In drei Jahren soll Cynap schon die Hälfte des Umsatzes in die Kassen des Audio-Visual-Spezialisten spülen. Geschäftsführer Michael Lisch: „Wir wollen die Abhängigkeit von unserem ursprünglichen Kernprodukt minimieren und die Umsatzrückgänge damit kompensieren.“

Der Visualizer, der Dokumente aufnimmt und für Präsentationen projiziert, ist das Kernprodukt; er kämpft seit Längerem mit Absatzschwierigkeiten. In den vergangenen zwei Jahren konnte Wolfvision zwar wieder Umsatzsteigerungen von je fünf Prozent vorweisen, doch Lisch ist sicher, dass „der Markt gesättigt ist“.

Unis als Zielgruppe

Drei Jahre Entwicklungsarbeit hat der Familienbetrieb in Klaus in V-Solution Cynap gesteckt. Das System dient der Verknüpfung multimedialer Präsentationen, ein Vortragender kann damit mit den Zuhörern interagieren. Die Investitionskosten verrät Lisch nicht.

Die Basiskonfiguration von Cynap kostet 6000 €. Das Produkt kann alle gängigen Medien von unterschiedlichen Geräten wie iOS, Android, Windows oder Mac abspielen, übertragen, aufzeichnen und streamen – entweder als Einzellösung oder integriert in das IT-Netzwerk eines Unternehmens.

Die zweite Variante, die insbesondere auf internationale Universitäten und Industrieunterneh-



Die Systeme zur Wissensvermittlung von Wolfvision umfassen Desktop-, Kamera- und Präsentationssysteme sowie Beamer und Software-Lösungen wie die neue V-Solution Cynap.

FAKTEN

■ **Seit 1966** existiert die Wolfvision GmbH, zu Beginn hieß sie Wolf Audio-Visuals. Das Familienunternehmen ist auf den Audio-Visual-Bereich spezialisiert und entwickelt Systeme zur Wissensvermittlung.

■ **Google, Apple, Microsoft, Facebook** und Bildungsinstitutionen wie Harvard zählen zu den Kunden von Wolfvision.

■ **15,73 Millionen €** setzte Wolfvision 2015 um, heuer peilt GF Michael Lisch mehr als 16 Millionen € an. Jährlich investiert Wolfvision rund ein Fünftel seines Umsatzes in Forschung und Entwicklung.

■ **100 Mitarbeiter** sind am Hauptsitz in Klaus und bei den Töchtern in den USA, Japan, Singapur, Kanada, Großbritannien und Dubai beschäftigt.

men abzielt, stellt Wolfvision vor Herausforderungen. Lisch: „Das Produkt muss an die IT-Infrastruktur des Kunden angepasst werden. Außerdem spielt hier das Thema Sicherheit eine große Rolle.“ Die Entwicklung kostet Zeit. „Es muss Pilotphasen geben, die Projektzyklen dauern länger.“

Zielmarkt USA und UK

Als größte Märkte nennt Lisch jene Länder, die im Bildungsbereich vorne liegen, wie die USA, Australien oder Großbritannien. Die Konkurrenz fürchtet er nicht. Lisch: „Es gibt einen belgischen und einen israelischen Wettbewerber im hochpreisigen Segment, die aber nicht alle Funktionen der V-Solution Cynap bieten können.“ Die Asiaten betrieben zwar gutes Marketing, könnten aber die Qualitätsansprüche nicht erfüllen.

Wolfvision realisiert seine Ankündigung, sich mehr in Richtung

IT auszurichten. „Wir suchen Softwarespezialisten, was im ländlichen Umfeld schwierig ist. Deshalb rekrutieren wir auch international, in Spanien und in Osteuropa“, sagt Lisch.

Erst kürzlich hat Wolfvision sechs Arbeitskräfte eingestellt. Die Neuausrichtung des Unternehmens macht auch Kooperationen mit internationalen Firmen erforderlich, um sich das nötige Know-how zu verschaffen. Die Namen der Kooperationspartner hält der Geschäftsführer freilich geheim.

Ein langjähriger regionaler Partner ist die Firma Entner Electronics, die Wolfvision bei der Entwicklung des Visualizers unterstützt. Ein Auftrag über 270 Visualizer für amerikanische Gerichtssäle beschert dem Familienbetrieb ein „sehr gutes Quartal“.

»Die Autorin des Artikels erreichen Sie unter vorarlberg@wirtschaftsblatt.at