

DIE ZUKUNFT DER VIDEOKOMMUNIKATION

„Give your communication a meaning“, lautet die Vision von eyeson, einem Telekommunikations-Start-up aus Graz. Mit seiner einzigartigen Software revolutioniert eyeson den Markt der Videokommunikation radikal, generiert Wert aus jeder Konversation und hängt somit Zoom und die anderen Videokonferenz-Riesen in schnellen Schritten ab.

Text: Erik Fleischmann
Fotos: Gianmaria Gava

Spätestens seit der Coronapandemie weiß es jeder: Unsere Welt spielt sich zunehmend im Digitalen ab, Videokommunikation ist Standard. Doch wer kümmert sich darum, dass Kommunikation in Business-Prozesse eingebunden und somit nachvollziehbar und verwertbar wird? Eyeson bietet eine smarte Alternative, deren Use Cases weit über herkömmliches Videochatten hinausgehen – angefangen bei Telemedizin über digitale Finanzdienstleistungen bis hin zum Gaming.

Hinter dem Grazer Start-up steht Andreas Kröpfl, Gründer und CEO von eyeson. Kröpfl studierte Technische Informatik, bevor er 1999 begann, für Frequentis zu arbeiten, wo er Erfahrungen im Bereich der Video- und Sicherheitskommunikation sammeln konnte. 2010 gründete er gemeinsam mit Michael Wolfgang seine eigene Firma mit dem Ziel, Videokommunikation neu zu definieren. „Die ersten zwei Jahre waren wirklich hart“, erinnert sich Kröpfl, „wir haben die Firma ausschließlich aus unserem Ersparten finanziert und auch unser Gehalt wieder in eyeson investiert.“ 2012 kamen die ersten In-

vestoren an Bord, 2017 wurde Viscon, wie das Unternehmen früher hieß, in eyeson umbenannt.

Obwohl Kröpfl zuversichtlich ist, dass eyeson eines Tages Zoom als Spitzenreiter überholen wird, stehen die beiden Unternehmen (noch) in keiner direkten Konkurrenz – denn das Grazer Start-up bietet ein API (kurz für Application Programming Interface) an, das es Unternehmen ermöglicht, eyesons Videokommunikationssoftware schnell und unkompliziert in ihre eigenen Produkte einzubauen. So kann etwa ein Arzt seinen Patienten online Hilfe anbieten und mit ihnen Videomeetings abhalten, ohne dass der Kunde die Website des Arztes verlassen oder sich ein externes Programm herunterladen muss – der Videocall wird direkt in das Angebot integriert. Denn, so Kröpfl, Kommunikation macht nur Sinn, wenn sie auch in die Geschäftsprozesse integriert wird: „Stand-alone Kommunikation wie mit Zoom ist Zeitverschwendung.“

Technologisch hebt sich eyeson von der Konkurrenz durch die tiefen Integrationsmöglichkeiten,

sowie die patentierte Single-Stream-Technologie ab, die dafür sorgt, dass Videos, Anwendungen und Daten zeitgleich an alle Teilnehmer verschickt werden. Somit bekommen alle Zuschauer das gleiche Bild und die Videoqualität bleibt auch bei vielen Teilnehmern hoch. Während bei Mitbewerbern das Video jedes Teilnehmers an alle anderen Anwesenden geschickt werden muss, werden bei eyeson die Videos aller am Videocall Beteiligten zuerst in der Cloud gebündelt und von dort wieder an die einzelnen Zuschauer geschickt. Dadurch werden die benötigte Bandbreite und Rechenleistung niedrig gehalten, was zu scharfen Bildern und flüssigen Konversationen führt – besonders wichtig in einer Welt, in der häufig über Videotelefonie kommuniziert wird und schon ein leichtes Stocken der Übertragung stören kann. Das ist ebenso besonders praktisch, wenn der Benutzer dem Videocall auf einem Smartphone beitrifft. Durch den geringeren Energieverbrauch wird außerdem viermal weniger CO₂ freigesetzt als bei anderen Tools.



Standardfeatures wie ein Chat, das Aufnehmen von Meetings oder das Festlegen eines digitalen Hintergrunds sind auch Teil des Angebots. Doch dank unendlich vieler Video-stream-Layouts ist jedes Meeting mit eyeson schnell und einfach personalisierbar, sodass genau gesteuert werden kann, welche Teilnehmer oder Daten im Fokus stehen.

Da eyeson direkt in die Geschäftsprozesse einer Firma integriert werden kann, können Livedaten wie Video, Audio, Bilder oder Programmiercode leicht von verschiedenen Quellen in einem Stream gebündelt und mit den Zuschauern geteilt werden. Kröpfl nennt ein Beispiel aus der Telemedizin: „Ein Arzt kann mit einem Patienten einen Videocall abhalten und medizinische Daten wie dessen Blutdruck einblenden.“ Ein weiterer Vorteil der Single-Stream-Technologie ist, dass alle Teilnehmer dasselbe auf ihren Bildschirmen sehen. Ein Moderator in einem Town-Hall-Meeting kann so genau steuern, welche Personen im Fokus stehen oder welche Dateien geteilt werden.

„Durch unsere einzigartige Technologie ergeben sich so viele Use Cases“, erzählt Kröpfl und beschreibt ein mögliches Szenario aus der Sicherheitskommunikation: Bei einem Polizeieinsatz könnte in der Zentrale das Video einer Drohne und eine Karte mit der Position der Einsatzkräfte eingeblendet werden. Der Einsatzleiter koordiniert aus der Zentrale den Einsatz und bekommt zusätzlichen Input von seinem Team.

Auch im Gamingbereich gibt es Potenzial. Mit eyeson können mehrere Spieler ihr Gameplay teilen, sodass es für alle sichtbar ist; jeder Gamer kann so den Bildschirm aller anderen Spieler sehen. Gerade im Gamingbereich sind die Vorteile der Single-Stream-Technologie zu spüren: Da eyeson nur wenig Rechenleistung in Anspruch nimmt, bleibt die Gaming-Erfahrung flüssig.

Einer von eyesons Kunden ist in der Telemedizin tätig: EcoCare, eine Marke der Ecolog Deutschland GmbH, bietet Covid-19-Tests in Deutschland an. Für die Ausstellung



„Durch unsere einzigartige Technologie ergeben sich so viele Use Cases.“

Andreas Kröpfl

eines Testzertifikats per Video wird eyesons API verwendet. Everis Italia, ein Teil der NTT DATA, hat ebenfalls eine Partnerschaft mit eyeson, um remote Versicherungsdienstleistungen anzubieten. Auch in den USA kommt die Software bereits zum Einsatz: Die University of Maryland Medical System (UMMS), eine private Spitalskette, die etwa fünfmal so groß wie das Wiener AKH ist, bringt Telemedizin mit integrierter Kommunikation auf nächste Level.

Kröpfl sieht zudem großes vertrieblisches Potenzial für sein Produkt: „Nehmen wir an, eine Firma baut eine Callcenter-Software und verwendet dafür eyeson“, erklärt er. „Diese Firma verkauft ihr Produkt an zahlreiche Firmen weiter, die jetzt auch alle eyeson verwenden. Wir

können also einen starken Multiplikatoreffekt ausnutzen.“ Eyeson möchte diesen Multiplikator nutzen, um das Geschäft in den nächsten Jahren zu skalieren.

Um das zu erreichen, ist das Unternehmen gerade dabei, drei bis fünf Mio. € in einer Series-A-Finanzierungsrunde einzusammeln. Einige berühmte österreichische Investoren sind bereits dabei – unter anderem Hermann Hauser von Amadeus Capital, Paysafecard-Gründer Michael Altrichter und Herbert Gartner, CEO und Co-Founder von eQventure. Nun möchte eyeson auch internationale Investoren an Bord holen. Boris Nemšić, ehemaliger CEO der Telekom Austria Group, hat ebenfalls in eyeson investiert und sagt über das Start-up: „eyeson ist

global der einzige Anbieter, der ein synchrones Videoerlebnis und die Möglichkeit, Daten zu visualisieren, anbietet. Als Tech-Pionier repräsentiert eyeson die logische Evolution der Kommunikationstools, die wir heute verwenden; eyeson wird ein europäischer Vorreiter sein und diesen Markt stark aufrütteln.“

Und dieser Markt hat rosige Aussichten. Während der Coronapandemie mussten viele Unternehmen ihre Geschäftstätigkeiten in die digitale Welt übersiedeln, angefangen bei Meetings bis hin zu betreuten Work-outs. Die Anzahl an täglichen Teilnehmern in Zoom-Meetings explodierte von circa zehn Millionen Ende Dezember 2019 auf über 300 Millionen im April 2020.

Heute finden viele Tätigkeiten wieder „offline“ statt, aber für viele sind Videocalls ein Teil des Alltags geblieben. Die Wachstumsrate für den globalen Markt für Videokommunikation liegt derzeit im zweistelligen Bereich. In den nächsten Jahren soll er auf einen Wert von 22 Mrd. US-\$

anschwellen. Doch der Markt für Videointegration in Webapplikationen, in den eyeson hineinfällt, sieht noch vielversprechender aus: Mit einer Wachstumsrate von mehr als 30% soll er bis 2026 fast 16 Mrd. US-\$ wert sein. Eyeson ist also gut positioniert, um dieses Potenzial auszuschöpfen und sein Geschäftsmodell zu skalieren.

Kröpfl vergleicht eyesons Zukunft mit den intelligenten Funktionen von Apples iPhone, die den Smartphone-Markt damals auf eine ähnliche Art und Weise auf den Kopf gestellt haben. „Wenn du mit dem iPhone Fotos machst, hast du Daten und die werden miteinander verknüpft. Das iPhone erstellt Memories, du kannst nach Personen, Orten oder Tieren suchen. Du gibst diesen Bildern einen Sinn“, erklärt er, bevor er hinzufügt: „Wir wollen dasselbe mit Videokommunikation machen. Irgendwann wirst du nach ‚Meeting mit Andreas Kröpfl‘ suchen können und es werden dir die Recordings aller Meetings mit mir angezeigt werden. Im Recording kannst du dann

nach bestimmten Slides suchen, die ich zu dem Zeitpunkt geteilt habe.“

Paart man diese Vision mit künstlicher Intelligenz, öffnen sich weitere Türen. Die KI könnte etwa Verkaufsgespräche analysieren und feststellen, welche Art des Gesprächs am wahrscheinlichsten zu einem erfolgreichen Verkauf führt. „So generierst du mit jedem Gespräch einen Mehrwert“, schwärmt Andreas Kröpfl. „So wollen wir der Kommunikation einen Sinn verleihen.“

Andreas Kröpfl studierte Technische Informatik in Graz. 1999 begann er bei Frequentis zu arbeiten, wo er eine Zweigstelle in Graz eröffnete und für Sicherheitskommunikation an Flughäfen und im Eisenbahnbereich verantwortlich war. 2010 gründete er gemeinsam mit Michael Wolfgang eyeson und führt seitdem den Bereich der webbasierten Telekommunikation an. Zurzeit ist eyeson auf Wachstumskurs und möchte mit einer Series-A-Finanzierungsrunde den Vertrieb ausbauen und massiv skalieren.