



XL Video West-Vlaamse wereldspeler op het vlak van videotechniek

Lieselot Denorme • sociaaleconomisch beleid, WES

Of je nu geniet van een concert van U2, een toespraak van Obama of een WK-voetbalmatch in Zuid-Afrika, de kans is groot dat je zonder dat je het beseft naar een stukje West-Vlaanderen kijkt. De grote beeldschermen die u er ziet worden namelijk gehuurd bij een bedrijf uit Oostende. XL Video groeide in nauwelijks 15 jaar uit tot een wereldleider in de projectie en verwerking van videobeelden. WES sprak met zaakvoerder René de Keyzer, letterlijk de man achter de schermen.

ACTIVITEITEN

Wat doet XL Video precies?

René De Keyzer: "XL Video levert alle diensten die met videotechniek te maken hebben. Dat gaat van de bediening van de camera tot en met de weergave van de beelden. In tegenstelling tot veel andere bedrijven zorgen we zowel voor het materiaal als voor de mensen die dat materiaal hanteren. Soms gebeurt het wel eens dat we enkel materiaal verhuren, maar meestal zijn onze projecten toch wel wat complexer dan dat. De mogelijkheden op videogebied worden ook steeds groter. Onze medewerkers zijn echt specialisten. Ze moeten weten hoe ze met alle materiaal moeten omgaan, welk materiaal ze wanneer moeten inzetten, hoe ze beelden moeten bewerken, hoe ze schermen moeten opbouwen, ..."

Human capital is voor u dan zeer belangrijk?

René De Keyzer: "Goeie mensen bij elkaar brengen is voor ons de grootste uitdaging. Goeie mensen hebben is onze grootste troef. Iedereen die geld heeft, kan materiaal kopen. Maar dat is in onze sector vaak niet voldoende.

Heel veel draait ook rond persoonlijke contacten en verkoop. Netwerking is essentieel. Onze mensen én hun contacten bij designers, bands en bedrijven zijn voor ons dus heel belangrijk."

In welke sectoren zijn jullie actief?

René De Keyzer: "We zijn vooral actief in de muzieksector. Ongeveer een derde van onze omzet wordt in die branche gerealiseerd. Heel concreet staan onze medewerkers in voor de videotechniek tijdens muziekoptredens. Heel vaak gaan ze ook met de bands mee op tournee, waardoor ze soms jaren van huis weg zijn. U2, R.E.M., Muse, Kings of Leon, Robbie Williams, George Michael, Kylie Minogue, ... ze staan allemaal op onze palmares. Ook voor de optredens van Clouseau in het Sportpaleis in Antwerpen doen we al jaren de videotechniek.

Naast ons werk voor tours en optredens doen we ook veel videowerk voor festivals. Voor Werchter bijvoorbeeld. Maar ook voor de MTV European Music Awards, verschillende filmfestivals, ... Dat gaat eigenlijk heel ruim.

Daarnaast verzorgen we ook heel vaak de videotechniek tijdens **sportevenementen**. FIFA is bijvoorbeeld een belangrijke klant van ons. We zorgen voor al hun public viewingschermen, wereldwijd. Dat zijn heel grote schermen van 40-50 m² of zelfs groter waarop mensen de wedstrijden kunnen volgen. Ook met steden sluiten we vaak contracten af. In Duitsland heerst er op dit moment een heuse WK-gekte. Heel veel steden schakelden ons in om op hun pleinen schermen te plaatsen zodat de supporters hun team en masse kunnen aanmoedigen.

Ook tijdens andere sportevenementen zoals formule 1-races, atletiekwedstrijden, de Tour de France, de US Open of de Olympische Spelen verzorgen we vaak de videotechniek.

Een derde belangrijke poot binnen ons bedrijf is **corporate business**. We worden vaak ingeschakeld bij productintroducties of aandeelhoudersvergaderingen. Belangrijke klanten zijn bijvoorbeeld Apple en Microsoft, maar ook veel automerken maken bij de voorstelling van nieuwe modellen gebruik van onze videotechniek. Ook aan belangrijke autosalons werken we vaak mee. Dat zijn vaak rondreizende circussen met heel veel show, glitter en glamour.

Ook **musicals, tv en film** maken steeds meer gebruik van video. Het eerste deel van de nieuwe Iron Man film is opgenomen in een set die volledig bestaat uit heel grote schermen die wij in LA aan hen verhuurden.

Tot slot doen we ook steeds meer voor **politieke campagnes**. Bij verkiezingen bijvoorbeeld of in 2008 voor de Democratic National Convention in Amerika. Daar worden enorm grote budgetten voor uitgetrokken. Het zijn dan ook bijna rock-'n-rollshows. Maar we doen ook normale verkiezingen en kleinere evenementen

hoor. Het hoeft niet allemaal even groot te zijn."

Bepalen jullie zelf hoe de schermen hangen, hoe ze eruit zien en wat erop komt?

René De Keyzer: "Nee, wij zijn faciliterend. Er bestaan ontwerpers die heel specifiek voor deze business ontwerpen en die ga je niet voor de voeten lopen. Heel vaak beslissen die ontwerpers ook mee met wie ze in zee gaan. Je wil ze dus echt aan je kant hebben. Bovendien kunnen wij het niet beter dan zij."

ALLE WEGEN LEIDEN NAAR... TORHOUT

U bent Nederlander. Hoe verzeilde u in Torhout?

René De Keyzer: "Heel toevallig eigenlijk. Vroeger werkte ik bij Philips, dus ik had al wat contacten in de videowereld. Het plan rijpte al langer om samen met mijn broer iets in die branche te beginnen en plots kregen we de kans om een bedrijfje in Torhout over te nemen. In de loop der jaren verhuisden we naar Oostende omdat we hier meer ruimte hadden om XL Video verder uit te bouwen. Van hieruit sturen we wereldwijd alle vestigingen aan."

Terwijl u hier in Torhout actief was, startte uw broer een vestiging op in Amerika. Ook toevallig?

René De Keyzer: "Amerika is een grote markt. Dat we daar zitten is niet toevallig. We werken in een zeer specifieke sector. Hoe groter het land is, hoe groter de markt is. Daarom zitten we nu bijvoorbeeld ook in Duitsland en Engeland, dé muziekmarkt van Europa. In Amerika is dat LA. Daar gebeurt wereldwijd het meeste muziekwerk. Althans wat Westerse muziek betreft."

FLEXIBELE WERKNEMERS

Met hoeveel mensen werken jullie?

René De Keyzer: "Momenteel werken er over alle vestigingen heen zo'n 220 men-



sen in vast dienstverband. Daar kunnen op piekmomenten gerust nog eens 200 freelancers bijkomen. Typisch aan onze sector is dat er op bepaalde momenten enorm veel werk is terwijl het op andere momenten kalmer kan zijn. Het is dus logisch dat ook de arbeid een beetje variabel gehouden wordt. Anders zouden de arbeidskosten veel te hoog oplopen.”

Veel mensen die hier werken zijn gedurende een langere periode van thuis weg. Dat vraagt toch enorm veel flexibiliteit?

René De Keyzer: “Ja, en dat zie je ook aan ons personeelsbestand (lacht). Veel van onze werknemers zijn jonge mannelijke vrijgezellen. Zeker zij die met de tours meegaan. Die hebben de tijd van hun leven. Ze zitten vlak bij de artiesten, werken mee aan megaprojecten, beleven telkens de kick wanneer een deadline gehaald wordt en een show vlot verloopt, ... En ze maken al eens iets mee hé. Sommige bands huren al eens een jacht waarop hun crew een dagje mag feesten. Het is een aparte wereld.

Er zijn natuurlijk ook projecten die oersaai zijn of waarvoor ze in de kou, de regen of de sneeuw moeten werken. Maar als je weet dat je even later weer op een formule 1-wedstrijd of een concert staat, dan kun je daar wel mee leven.

We moeten eigenlijk weinig doen om onze mensen te motiveren. Over het algemeen is het leuk, boeiend en gevarieerd werk. Maar het is een bepaalde manier van leven hé. Sommige werknemers hebben zelfs geen huis. Ze verdienen een mooi salaris maar zijn continu onderweg. Ze leiden als het ware een beetje een zwerversbestaan.”

CONCURRENTIE EN VOORUITGANG

Hebben jullie veel concurrenten in België?

René De Keyzer: “Voor kleinere evenementen wel, voor grotere niet. Maar Bel-

gië is niet zo groot, slechts vijf procent van onze omzet komt uit België.”

En wat met de concurrentie wereldwijd?

René De Keyzer: “Wereldwijd zijn er vier bedrijven waarmee we concurreren om de grotere projecten binnen te halen. Voor lokaal werk zijn er natuurlijk ook lokale concurrenten, net als in België.”

De technologie verandert heel snel. Leren jullie units van elkaar?

René De Keyzer: “De communicatie tussen de verschillende vestigingen is behoorlijk intensief. We wisselen onderling heel wat informatie uit over projecten of over producten. Elke drie maanden komen de managers van alle units sowieso ook samen om een aantal zaken te bespreken. Er wordt ook heel veel gereisd, op alle niveaus. Gisteren kwam hier bijvoorbeeld iemand uit LA de Europese tournee van Jay-Z voorbereiden.

Soms moeten we ook samenwerken op eenzelfde project. BMW Duitsland doet bijvoorbeeld soms projecten in Engeland. Dan zorgt XL Video Duitsland voor de contacten en voert het bedrijf in Engeland het project uit. Dat lukt goed.”

Voelden jullie de economische crisis?

René De Keyzer: “In 2008 consolideerde XL Video 80 miljoen euro omzet. Dit jaar zal het rond de 70 miljoen euro zijn. De hele business heeft een beetje een tik gehad. Vooral de corporate business. Alle kosten waarop bedrijven konden besparen, daar bespaarden ze dan ook op. Nu is dat wel weer een beetje aan het stijgen. Het is nog niet zoals vóór 2009, maar we zijn wel positief wat dat betreft.

DE TOEKOMST

René De Keyzer: “De toekomst ziet er goed uit. Afgezien van de afgelopen periode is de markt nog heel erg aan het groeien. Vijftien jaar geleden was video nog redelijk ‘onbekend’. Tegenwoordig wordt het medium steeds meer gebruikt

om een boodschap over te brengen. Denk maar aan Youtube, de videomogelijkheden op iPod's, De producten die wij leveren, zijn nu bijna een vanzelfsprekendheid geworden, net als de belichting of het geluid op een stage. Vroeger zag men video als een luxeproduct. Licht en geluid had je echt nodig, video niet. Tegenwoordig is dat niet meer zo. Video is minstens even belangrijk geworden. Er zijn bovendien nog veel toepassingen waar video kan gebruikt worden en waar dat nog niet het geval is.

Op geografisch gebied is Azië de volgende stap. We zijn momenteel al actief in China maar dat staat nog in zijn kinderschoenen. In de toekomst kijken we nog naar India, maar bijvoorbeeld ook naar Zuid-Amerika. Er zijn nog tal van groeimogelijkheden.

Ik heb er goeie hoop in dat we een mooie toekomst tegemoet gaan!” ■

► U kunt dit artikel ook downloaden via: www.wes.be/publicaties