



Het veranderende landschap voor facilitaire bedrijven

De markt voor de grote facilitaire audiovisuele bedrijven in Nederland is maar klein en heeft zo zijn eigen speciale mechanismes. De markt wordt sterk beïnvloed door staats- gefinancierde organisaties. De publieke omroepen, welke voor een flink deel afhankelijk zijn van de constitutie, zijn sterk seizoensgebonden en het beheren van hun opdrachtportefeuille gaat met enige turbulentie gepaard. In feite zijn de grootste klanten, waaronder de publieke, van de facilitaire bedrijven niet bepaald betrouwbare opdrachtgevers. Lange termijn planning en investeringen zijn alleen daarom uit te voeren om het simpele feit dat de zenders nou eenmaal toch gevuld moeten worden.

Het grootste facilitaire bedrijf, DutchView, is ontstaan uit het voormalige staatsbedrijf NOB en is nu in handen van een investeerder uit Zeist. DutchView heeft nog steeds een groot aantal televisie- en geluidsstudio's, meercamerawagens en flink wat personeel. Vanuit de erfenis van het vroegere facilitaire bedrijf van de publieke omroep domineert het bedrijf nog steeds op het Mediapark in Hilversum. In de afgelopen jaren van omslag, waarin de voormalige NOS overging in NOB en zich steeds verder opsplijste, een grote hoeveelheid onroerend goed verkocht en bedrijven in de vrije markt opkocht, was het voor de onafhankelijke bedrijven geen gemakkelijke opgave om tegenwicht te bieden. United Broadcast is bijvoorbeeld ontstaan nadat het NOB, Camco had opgekocht. Deze min- of meer vijandige overname was voor Henk Bout en Arthur Valkieser reden om UBF op te richten en de

omroepen een alternatief te bieden. In eerste instantie een ENG bedrijf, maar al snel groeide dat uit naar meercamera activiteiten en postproductie. Tot United Broadcast behoort Unicam (ENG), Multicam (meercamera). United Decor (voormalig NOB), studio's en postproduction.

Top drie
Ook Bart-Jan van Genderen wilde met een aantal cameramensen de omroepen een alternatief bieden en richtte 'BV de jongens' op. Dit bedrijf was in eerste instantie ook een ENG bedrijf. Het kenmerkte zich doordat het in eerste instantie van de cameramensen zelf was en daarmee stond persoonlijke binding en betrokkenheid voorop. Het bedrijf is verder gegroeid en gefuseerd met Video Associates tot Team Facilities en heeft daarmee meercamera en post-productie faciliteiten toegevoegd. Op 'post' wilde

het bedrijf een ander geluid laten horen en dus heeft het AVI-Drome opgericht. Om via het glasvezelnetwerk de klanten post-production services en opslag te kunnen aanbieden hoort ook 'Glasvezelring Hilversum' en het innovatieve 'Parkpost' nu tot het gamma. Al deze bedrijven vallen onder de naam: de Avi-Team-Groep. UBF en de AVI-Team-Groep horen samen met Dutchview tot de 'top drie' van Nederland. Eigenlijk zou in dit rijtje ook Cinevideogroep moeten staan. Maar dit bedrijf opereert al een aantal jaren niet meer onafhankelijk en is nu eigendom van de UBF-groep.

Contenthub
De AVI TEAM groep, waaronder Team Facilities, AVI-Drome en Parkpost vallen is één van de grootste bedrijven op gebied van online storage. Het heeft nu 190 Terrabyte online beschikbaar en is daarmee

een van de drie grootste ter wereld. Verder is het bedrijf voorbereid om het deep archive, het tapearchief via taperobots uit te bouwen tot wel 16 Pentabyte. Bart-Jan van Genderen; "We zijn zo'n beetje een contenthub. We leveren alles wat te maken heeft met opslaan van materiaal, bewerken van materiaal en het distribueren van materiaal. De voordelen van werken met een contenthub liggen op het vlak van kostenbesparing rond de infrastructuur, snelle schaalbaarheid (binnen 24 uur), delen van producten, 'pay as you play', server gerelateerde licenties en een kleinere overhead. De strategie van het bedrijf is gericht op het uitgroeien tot 'digital distribution company of the future'." AVI TEAM groep ontwikkelt zich verder in het full-service concept en kan gemiddeld dertig ENG teams wegsturen, heeft een eigen studio en werkt aan nieuwe concepten voor meercamera. "We zijn op meercamera gebied niet de grootste, maar zijn wel heel innovatief bezig en zo worden we ook altijd gezien. We ontwikkelen nu een High Definition meercamera-registratie set die we in flightcases bouwen zodat we die overal kunnen inzetten. Wat doe je in een markt die al bepaald is? Je biedt het gewoon anders aan."

Goudkoorts

Bart-Jan van Genderen is als directeur van één van de drie grootste AV bedrijven van Nederland nog de enige die uit de audiovisuele praktijk komt. Het bedrijf kenmerkt zich dan ook door sterke betrokkenheid bij het product en de opdrachtgever, maar vooral door het ontginnen van onbekend terrein en nieuwe technologieën. "Wij pionieren, maar zijn wel gefocust", aldus Bart-Jan. "We hebben vier jaar geleden Parkpost ontworpen en door heel Hilversum een glasvezelring neergelegd. De samenleving is zich aan het visualiseren en het gebruik van audiovisuele content zal blijven groeien en zal vele malen groter zijn dan we ons nu nog kunnen voorstellen." Het toegankelijk maken van grote hoeveelheden content wordt belangrijk: "Het opnemen en creëren van content is kostbaar, als de eigenaar het dus aan meerderen kan verkopen of hergebruiken kunnen wij ze een platform bieden. Discovery Channel bijvoorbeeld gebruikt 70% van zijn budget om zijn oude

content opnieuw te gebruiken in een andere vorm en maakt per jaar maar voor 30% van zijn budget nieuwe content aan." Re-editing wordt commodity. Op het moment dat je de content beschikbaar stelt aan meerdere klanten, kun je de prijs laag houden en meer inkomsten voor de eigenaar genereren. "We willen dichterbij de rechthebbende van die content komen", vertelt Van Genderen. "Digital rights management wordt belangrijk. In de sport is het door de ontwikkeling in sponsoring goed geregeld maar in de rest van de wereld van bewegend beeld, zeker als je naar het verleden kijkt, zijn er nog veel slagen te slaan. De muziekindustrie loopt wat dat betreft voor, daar is veel geregeld." Het

omgaan met die rechten is nog een hele leercurve, je ontkomt er niet aan om hierin te pionieren. Er is een ware goudkoorts en jacht op content bezig. Om te begrijpen waarover het gaat is Bart-Jan ook een bedrijf in DVD publishing begonnen. "Je kunt pas iets vragen als je het zelf hebt geprobeerd. Je kunt naar de toekomst kijken of je kan wat doen om je lot mede te bepalen, ik kies voor het laatste. Ik heb een keuze gemaakt in nabewerking, archivering en distributie. Deze markt zal groter worden dan wij ons nu kunnen realiseren."

