



casestudy

LEDGO & PIVOT

interview met Winnie Meijer

‘De verschillen tussen landen maken het juist leuk’ *LedGo en Pivot zijn twee bedrijven die onlangs fysiek zijn samengegaan. Ze zijn gevestigd in Amersfoort en doen zaken in de hele wereld. Winnie Meijer is managing director van de combinatie: “In een Arabisch land als Libanon kun je als vrouw best normaal zakendoen.”*



Wat doen jullie bedrijven precies?

“LedGo ontwerpt en produceert led-videoproducten en PIVOT ontwerpt en creëert alles wat je verder voor een spetterende show nodig kan hebben en zijn gespecialiseerd in live video content. Denk daarbij aan tv-programma's zoals *The Voice*, *X Factor*, *Idols*. Maar we maken meer dan alleen led-panelen, we maken verschillende led-videoproducten. De bedrijven samen leveren de input voor innovatie op het gebied van led-video, zoals onze flex modules, die gebruikt zijn in de nieuwe decors van *Hart van Nederland* en *Shownieuws* van SBS6. Zij wilden organische vormen (hol en bol beeld) in hun decor en daar boden wij de oplossing voor met flexibele led, dat meebuigt en toch een naadloos beeld geeft. Zo zijn er meer voorbeelden: er draait momenteel een musical op West End in Londen, *Thriller* van Michael Jackson, waarvoor wij de led-videopanelen hebben geleverd. De combinatie dat wij led en content kunnen leveren maakt ons aantrekkelijk voor klanten.

Sinds januari 2013 zitten onze beide bedrijven in één pand, wat het werken en communiceren met elkaar een stuk makkelijker en prettiger maakt. Ik werk nu 2,5 jaar voor de Hans de Vet Holding, die eigenaar is van beide bedrijven.”

‘Onze salesafdeling doet wereldwijd acquisitie en we hebben partners die in hun eigen gebied actief werven’

Jullie producten zijn wereldwijd op vele tv-kanalen te zien. Hoe gaat die export in zijn werk?

“Wij hebben partners in het buitenland (overzeese gebieden), die namens ons de eerste- en tweedelijns service verzorgen. Onze klanten zitten bijvoorbeeld in Amerika, Canada en het Midden-Oosten. We hebben een salesafdeling

die wereldwijd acquisitie doet en we hebben partners die in hun eigen gebied actief met werving bezig zijn. Dit geldt zowel voor de verhuur als de verkoop. Voor het Midden-Oosten doen we hele turn-key projecten,

waarbij we alles doen, van setdesign tot live uitzendingen en alles wat ertussenin zit. Een goed voorbeeld hiervan is *Arab Idols*; we leveren daar alles voor, dat zijn hele grote projecten. We maken de tekeningen en dan gaan we opbouwen. We begeleiden dat dan ook helemaal. Van de voorrondes en tussenrondes tot en met de finale-uitzending. Mooi voorbeeld is ook het programma *Hourouf wa Oulouf* (Letters en cijfers). Een tv-spel dat sinds 2008 jaarlijks in het hele Midden-Oosten wordt uitgezonden tijdens ramadan. Een dagelijks programma waar 140 miljoen mensen naar kijken.

Ben je zelf mee geweest naar Saoedi-Arabië om te helpen met de onderhandelingen?

“Nee, ik ben wel naar Beirut geweest. Libanon is een redelijk westers land waar je als vrouw normaal zaken kunt doen. Maar in echt streng islamitische landen kun je het als zakenvrouw wel vergeten, daar word je niet echt serieus genomen.”

Kun je nog meer hindernissen in het buitenland noemen?

“Je moet sowieso altijd goed kijken naar het soort land je te maken hebt en je goed oriënteren op wat de gewoontes zijn, dat is echt belangrijk. Doe je zaken in Japan, zorg dan dat je nooit kapotte sokken of kousen aan hebt, want er kan maar zo een moment zijn waar-

op je je schoenen uit moet trekken. Zo gênant! En als je een visitekaartje krijgt aangeboden, altijd met een knik vanuit je heupen en met twee handen aanpakken.

[PASPOORTJE]

BEDRIJVEN LedGo en Pivot [WWW.LEDGO.TV]
WWW.PIVOT.NL]

WAT bedenkers en makers van led-video producten

AANTAL MEDEWERKERS
Beide bedrijven samen: 15

OMZET 5 miljoen euro per jaar

DOET ZAKEN MET Landen over de hele wereld

MANAGING DIRECTOR
Winnie Meijer

Dat zijn van die kleine gebruiken, het wordt altijd erg op prijs gesteld als je daar aandacht voor hebt. Je moet daar gewoon even rekening mee houden, kost weinig moeite. Voor Europa komt het zakendoen overal redelijk op hetzelfde neer, maar toch zijn er verschillen. Duitsers en Fransen zijn bijvoorbeeld veel hiërarchischer dan wij. En voor een zakenlunch in België moet je echt de tijd nemen. Je bent zo drie uur kwijt en een fles wijn later. Zaken worden er dan pas weer de volgende dag gedaan. Als je daar niet in meegaat, dan kun je het gewoon vergeten. Ik vind dat juist de charme van zakendoen met het buitenland, je moet dat leuk vinden en er plezier in hebben. Daarom, verdiep je altijd vooraf een beetje in de gewoontes van het land waar je zaken wilt doen. Kijk ook hoe het bedrijfsleven is

opgebouwd – hoe doen zij zaken? – en kijk hoe je jouw model daar op aan kunt passen. Dat scheelt al veel. En natuurlijk moet je de exportregels naar die landen kennen. Als jij bijvoorbeeld eerst halffabrikaten naar Europa invoert, zit daar dan belasting op? En hoe

gaat het met de invoer? Zijn de halffabrikaten tijdelijk in Europa, zoals bij ons vaak het geval is, en gaan ze daarna weer naar het buitenland? Of blijven de producten in Europa? Want dan hoeft je niet meer uit te voeren, omdat we binnen Europa een interne markt hebben. Wordt je halffabrikaat verwerkt binnen Europa en gaat het daarna weer de wereld in, dan spelen er weer heel andere zaken. Dat moet je heel goed

uitgezocht hebben, want je kunt daar achteraf een hoop gedoe mee krijgen. Een belangrijke reden waarom wij exporteren is, omdat wij zelf onze eigen producten ontwerpen en ontwikkelen. Deze hebben een hoge kwaliteit en worden ontwikkeld met de laatste beschikbare technieken. Dit trekt wereldwijd de aandacht en wij kunnen wereldwijd exporteren. Je kunt natuurlijk overal led-videopanelen kopen, vooral in China, heel veel en heel goedkoop. Maar dat heeft niet de kwaliteit en de innovativiteit die wij brengen. Een mooi voorbeeld is onze laatste productie: een interactieve vloer die wij zelf helemaal hebben ontwikkeld. Dat heeft niemand. We laten de basis in China maken, maar de afwerking gebeurt in Nederland.

Bij alle grote producties gaan onze mensen naar China om de productie te begeleiden en de kwaliteit te controleren. Dat is heel belangrijk. Je moet echt zelf toezicht houden. We leggen de lat hoog, helemaal voor Chinese begrippen.”

‘Je moet je altijd goed oriënteren op de gewoontes in een land. Dat is echt heel belangrijk’

Is het een voordeel om partners te hebben boven dat je zelf exporteert?

“Als wij led-video's verkopen aan bijvoorbeeld een grote distributeur in Amerika, dan heb je ook in Amerika mensen nodig, zodat in het geval er technisch iets aan de hand is, zij dat kunnen verhelpen. Er kan een storing zijn, iets werkt niet helemaal, er kan een onderdeelje vervangen moeten worden. Dan is het heel belangrijk dat het snel en deskundig wordt verhol-

pen door mensen ter plekke. Het blijft techniek, er kan altijd iets stukgaan.

Met dit soort producten heb je dus absoluut technische mensen ter plekke nodig die ervoor kunnen zorgen, dat de boel draait zoals die moet draaien en die iets kunnen vervangen als dat nodig is. Ook voor allerlei vragen die klanten hebben, moeten ze in hun directe omgeving terecht kunnen. Wij zijn bedenkers en producenten, maar geen serviceorganisatie. Wij leveren natuurlijk wel onze service aan onze partners, die worden grondig door ons opgeleid en getraind om hun klantvragen aan te kunnen.”

DE GOUDEN TIP VAN WINNIE MEIJER

Stel jezelf vragen. Waar ga ik heen exporteren, wat zijn mijn doelgroepen en hoe kan ik die benaderen? Daarnaast: is mijn businessmodel wel goed afgestemd op mijn exportplannen naar een bepaald land?