

Interview: Alain Polgar zur Situation bei Pinnacle

Cut back bei Pinnacle?

Jahrelang hatte Pinnacle einen aggressiven Wachstumskurs verfolgt, Unternehmen nach Unternehmen geschluckt und durch klare Ansagen von sich reden gemacht. So sah Firmenchef Mark Sanders das Unternehmen in einem Interview mit film-tv-video.de 2001 auf dem Sprung zur Marktführerschaft in der Broadcast-Branche. Sanders wurde im Jahr 2002 von J. Kim Fennel abgelöst, der schon nach einem Jahr wieder gehen musste. Im März 2004 hat Patti Hart die Führung des Unternehmens übernommen und setzte schmerzhaft Einschnitte um: Personal wurde ab-, die Unternehmensstruktur umgebaut. Dadurch entstanden natürlich Unruhe und Gerüchte im Markt. Darüber sprach film-tv-video.de mit Alain Polgar, dem Director Sales EMEA Broadcast & Professional des Unternehmens.

TEXT: C. GEBHARD, G. VOIGT-MÜLLER • BILDER: NONKONFORM, ARCHIV

? Pinnacle hat in den vergangenen Monaten Mitarbeiter entlassen und sich aus größeren Broadcast-Projekten zurückgezogen. Das hat die Gerüchteküche massiv angeheizt. Teilweise wird Pinnacle als Übernahmekandidat gehandelt, teilweise wird spekuliert, dass sich Pinnacle aus dem Broadcast-Bereich zurückziehen werde. Was sagen Sie dazu?

Alain Polgar: Tatsache ist, dass das Management in den USA eine Reduzierung des Personals veranlasst hat. Tatsache ist aber auch, dass von diesen Kürzungen Deutschland deutlich geringer betroffen ist, als andere Niederlassungen. Hier sprechen die Erfolge einfach für sich: Unser Umsatz im europäischen Broadcast-Bereich ist in den letzten zwei Jahren um ungefähr 20 % pro Jahr gewachsen und Pinnacle Systems ist hier heute in einer wesentlich stärkeren Wettbewerbsposition als früher. Allerdings müssen wir diese Erfolge auch extern besser kommunizieren.

Der von Ihnen angesprochene Rückzug aus dem Projekt beim kanadischen Sender GTN hatte andere Gründe. Hier haben wir im Projektverlauf feststellen müssen, dass die sehr individuellen Anforderungen von GTN sich langfristig nicht mit unserer Produktstrategie vereinen lassen. Darüber haben wir mit unserem Kunden offen gesprochen und uns einvernehmlich aus dem Projekt zurück-



gezogen. Diese Offenheit hat sich auf unsere Zusammenarbeit mit GTN eher positiv ausgewirkt und GTN kauft weiterhin Server und Grafiksysteme bei uns.



Für Europa gilt: Alle Projekte, die wir gewonnen haben, sind sowohl für unsere Kunden als auch für Pinnacle Systems erfolgreich verlaufen und wurden in realistischen Zeiten durchgeführt. Dabei

wurden von uns neben der Lieferung von Produkten und Lösungen auch Projektmanagement und Support geleistet. Pinnacle Systems ist weltweit ein wichtiger Anbieter im Bereich von Medientechnologien, unsere Ursprünge liegen im Broadcast-Bereich.

? Mit den Produktlinien Vortex und Palladium, aber auch mit Broadcast-Installationen wie bei RTL und AZ Media hat Pinnacle die bandlose Produktion aufgegriffen und hat bei diesen Projekten eine wichtige Rolle gespielt. Wird Pinnacle das Projektgeschäft weiterhin betreiben?

Alain Polgar: In der Tat hat unsere starke Stellung bei der Realisierung digitaler, bandloser Workflows dazu geführt, dass wir allein in Deutschland in den vergangenen 18 Monaten ungefähr 15 solcher Projekte gewonnen und in Betrieb genommen haben.

Hierbei arbeiten wir in Deutschland mit etablierten Unternehmen und Händlern zusammen, die unsere Partner sind. Mit ihnen gemeinsam haben wir integrierte

Lösungen wie die Vortex-Newsroom-Systeme bei RTL Nord, N24 oder RMTV realisiert. Gleichzeitig haben wir mit ihnen aber auch Liquid-NLEs in Netzwerke eingebunden: beim SWR an SGI-Server, so wie bei RTL und n-tv an Data-Direct-Systeme.

Kernstrategie ist es, unsere Lösungen für Graphics, Editing, Playout und News mit derartigen Projekten weiter im Markt zu etablieren. Ich bin aber überzeugt davon, dass es für große, komplexe Lösungen einer Partnerschaft mit großen IT-Firmen wie SGI oder IBM bedarf. Ein bandloses Produktionssystem ist mehr als die Verknüpfung von NLEs mit Storage und I/Os. Die Kunden wollen eine Integration mit unterschiedlichen Archiv-, MAM-, Traffic- und Newsroom-Systemen – das aber ist nicht unser Kerngeschäft, sondern das der Systemintegratoren. (Anmerkung der Redaktion: MAM = Media und Asset Management.)

Ein Beispiel zur Illustration: Vor wenigen Wochen hat der südafrikanische Sender MNET, unser erster Server-Kunde weltweit, seine 1994 in Betrieb genommenen Playout-Server durch unsere neueste MediaStream-Generation ersetzt. In nur 10 Jahren ist man hier in mehreren Schritten von 4-GB auf die neuesten 400-GB-Festplatten gegangen. Weil für die bandlose Produktion die bestehende SDI-Infrastruktur abgelöst wird, stieg der Anteil von Storage- und Netzwerkkomponenten am Projektvolumen. Sie alle müssen über Jahre gepflegt, gewartet und stetig erweitert werden. Wir denken, dass diese Aufgabe ein IT-Hersteller besser erfüllen kann und konzentrieren uns daher auf die eigentlichen Videokomponenten in diesen Projekten.

? Was wird sich konkret bei den Produkten und bei der Positionierung des Unternehmens im Broadcast-Markt ändern?

Alain Polgar: Pinnacle war und bleibt ein lösungsorientiertes Unternehmen, das seine Kunden anforderungsgerecht mit Video-

technik und Services unterstützt. Wir werden immer mehr HD sehen und erwarten einen wachsenden Bedarf für funktionelle Kombinationen zwischen den einzelnen Produktbereichen.

? In Europa wird Pinnacle eher als Consumer-Anbieter und weniger als großer Broadcast-Player wahrgenommen. Was sieht denn die Unternehmensleitung als Kernkompetenz des Pinnacle-Geschäfts an und wie wird sich das in der künftigen Ausrichtung widerspiegeln?

Alain Polgar: Unsere Kernkompetenz ist die Entwicklung digitaler Video- und Audio-Lösungen. Das ist weitgehend unabhängig von den Kundengruppen. Es stimmt, dass wir 60 % unserer weltweiten Umsätze mit Consumer-Produkten machen, allerdings sind die Margen im Broadcast-Bereich naturgemäß höher. Deshalb hat Pinnacle Systems derzeit ein fast perfekt ausgewogenes Produktportfolio und 50 % der Mitarbeiter arbeiten im Broadcast-Bereich. Diese Ausgewogenheit wird von uns als große Stärke gesehen.

Ich denke, dass wir besonders in Deutschland in der Wahrnehmung als Global Player für Broadcast-Technologie einige spürbare Fortschritte gemacht haben. Dies liegt sicherlich in den Erfolgen bei Sendern und Studios begründet. Und nicht zu vergessen: Mit dem Software-Bereich für Liquid in München haben wir ein wichtiges Broadcast-Entwicklungszentrum vor Ort.

? Pinnacle tut sich seit jeher schwer damit, eine klare Linie zu finden, wie man Consumer- und Broadcast-Produkte unter einem Dach anbieten will: Diese beiden Produktbereiche werden nicht wirklich getrennt gehalten, aber es gibt auch keine echten Synergien zwischen den Familien. Wie wird sich das künftig ändern?

Alain Polgar: Unsere neue CEO Patti Hart und das gesamte Management sehen es als eine vordringliche Aufgabe, die unbestreitbaren Synergien zwischen den Unternehmensbereichen weiter zu fördern. Das gilt für alle Ebenen.

Technisch sieht man erste Erfolge an der Version 6.0 unserer NLE-Software Liquid. Die neue SmartEdit-Funktion ermöglicht es uns, MPEG-IBP genauso zu editieren wie MPEG I-Frame-only oder DV. Ursprünglich wurde diese Technologie jedoch für die DC2000 Consumer-Produkte entwickelt.

Aber auch in der Organisation gilt es, Synergien zu heben. So haben wir die drei bisher sehr eigenständigen Vertriebsregionen in Süd-, Nord- und Zentral-Europa unter eine zentrale Leitung gestellt.

Zudem wurde nun erstmals in

der Unternehmensgeschichte das Marketing personell und strukturell im Top-Management verankert. Hierdurch sollen die gemeinsamen Stärken, Qualitäten und Werte des Unternehmens betont werden, weniger die Unterschiede in den Bereichen. Ich erwarte mir hiervon sehr positive Impulse für eine Stärkung der Marke Pinnacle Systems.

>>



Pinnacle-CEO Patti Hart sieht es »als eine vordringliche Aufgabe, die unbestreitbaren Synergien zwischen den Unternehmensbereichen weiter zu fördern.«

? Einige Pinnacle-Kunden befürchten, dass aufgrund der Entlassungen in Zukunft Ansprechpartner fehlen – gerade auch im Support. Was kann Pinnacle dem entgegen setzen, wird es weitere Änderungen in der Vertriebs-, Verkaufs- und Service-Struktur geben?

Alain Polgar: Ich muss die Ängste meiner Kunden akzeptieren, aber diese decken sich nicht mit den Fakten. Es ist eines unserer strategischen Ziele, die Qualität von Produkten und Support weiter zu verbessern. Auf diesem Weg haben wir bereits eine gute Strecke zurückgelegt, aber wir wollen mehr.

Deshalb haben wir in den letzten Monaten die Personalstärke unserer Support-Organisation in Europa und in Deutschland sogar erhöht. Wir haben ein neues System in Betrieb genommen, das durch eine Vernetzung der europäischen Standorte eine bessere Erreichbarkeit ermöglicht. Es gibt zudem Planungen für die Implementierung eines sehr leistungsfähigen



Alain Polgar, Director Sales EMEA Broadcast & Professional bei Pinnacle, blickt positiv in die Zukunft.

Systems für Kundeninformationen und Support. Innovative Technologien und komplexe Lösungen sind auf einen guten Support angewie-

sen. Wer werden hier alles tun, um die hohen Erwartungen unserer Kunden und Partner auch künftig erfüllen zu können.

? Was sind Pinnacles konkrete Ziele im deutschen und europäischen Markt für 2005?

Alain Polgar: Unser Ziel ist es, verstärkt organisch, also über die eigene Entwicklung und nicht über Akquisitionen zu wachsen und unsere Marktanteile weiter auszubauen.

Bei den Zukunftsthemen HD und digitale Workflows sind wir sehr gut positioniert. Hier gilt es, unsere Anwenderbasis mit neuen Schlüsselkunden auszubauen und unser Produkt-Portfolio in Deutschland zu erweitern.

Betrachtet man Gesamteuropa, so gibt es hier einige Regionen, in die wir als Wachstumsmärkte verstärkt investieren und wo wir ein ähnlich gutes Partner- und Händlernetz wie in Deutschland aufbauen wollen.

