

# Riedel Communications – 30 лет инноваций

Интервью с директором Riedel по продажам Йенсом Мидеком



Йенс Мидек с Intercom-системой Bolero

В 2017 году компания Riedel Communications отмечает свой 30-летний юбилей. Для того сектора рынка, где работает Riedel, 30 лет – это возраст не просто большой, а очень большой. Достаточно вспомнить, сколько громких имен ушло в небытие всего за какие-то 10 последних лет. Одни были поглощены более крупными корпорациями, другие просто сошли с дистанции. Но не Riedel Communications. Тем интереснее было узнать, что является залогом успеха этого производителя из Германии.

На выставке NAV 2017 директор компании по продажам Йенс Мидек (Jens Meidek) дал интервью журналу Mediavision, которое и публикуется ниже.

**Mediavision:** Какое определение вы дали бы компании Riedel Communications как производителю оборудования?

**Йенс Мидек:** Я бы сказал, что компания Riedel всегда была драйвером индустрии в плане инноваций. Начиная с самого первого собственного изделия, компания всегда находилась на шаг впереди остальных игроков отрасли. Говоря об инновациях, я подразумеваю децентрализацию систем, снижение первоначальных и эксплуатационных расходов, построение сетей с интегрированными средствами обработки. Да и сама компания очень близка к сфере применения аппаратуры. Ведь у нас активно работает и департамент по прокату техники. Еще и поэтому компания находится на острие инноваций, стремясь всячески снизить расходы и уменьшить численность эксплуатирующего его персонала. Пожалуй, я бы именно так охарактеризовал Riedel Communications.

**Mediavision:** А каковы, на ваш взгляд, наиболее важные вехи в истории компании?

**Йенс Мидек:** Это действительно очень сложный вопрос. Их много. Очевидно, что за 30 лет произошло немало важного и интересного. Я думаю, самой важной вехой было само создание компании. Когда Томас Ридель, будучи еще совсем молодым 19-летним парнем, решил, что хочет открыть собственное дело. А началось все с купли-продажи и сдачи в аренду радиоаппаратуры.

Вторым краеугольным камнем стало решение начать разработку и выпуск собственной аппаратуры. До того момента

компания была дистрибьютором продукции RTX/Telex в Германии. Но со временем Томас просто устал доказывать американскому производителю, что в Европе есть свои нюансы, которые нужно учитывать. Поэтому и было решено открыть собственное производство.

Кроме того, можно отметить ряд других важных для компании событий, например, начиная с 1993 года участие в техническом оснащении гонок Formula 1, которые ежегодно проводятся на различных трассах по всему миру. И у нашей компании достаточно технического опыта и сотрудников, чтобы обеспечить эти в высшей степени сложные проекты. То же самое верно и по отношению к воздушным гонкам Red Bull Air Race.

Необходимо упомянуть и важное для нас приобретение компании MediorNet в 2007 году. В общем, в истории Riedel Communications знаковых моментов предостаточно. Можно даже сказать, что вся история компании состоит из таких краеугольных камней. Во всяком случае, каждые два-три года компания выходит на следующий качественно новый уровень.

Для примера – за 10 лет доходы компании выросли вчетверо, а численность сотрудников увеличилась со 120 до 500 человек.

**Mediavision:** А какое устройство было первым в ассортименте Riedel?

**Йенс Мидек:** Это была система служебной связи. Именно ее наследницей стала современная система Artist. И это именно



Томас Ридель на заре своей деятельности



Система Bolero

то решение, которое совершенствовалось с самого своего появления и процесс этот продолжается. Сегодня Artist является передовым решением связи, во многом отличающимся от конкурирующей продукции. И оно продолжает оставаться своего рода основой деятельности компании по обоим направлениям – продаже и сдаче в аренду.

**Mediavison:** Говоря о сегодняшнем дне, какие основные тенденции в индустрии вы могли бы отметить?

**Йенс Мидек:** Одной из главных является широкое распространение IP-приложений. Как член альянса AIMS, наша компания полностью следует разработанной альянсом стратегии и поддерживает все высочайшие стандарты, что в целом является философией Riedel.

Вторая тенденция заключается в том, что все чаще на смену классическим аппаратным решениям приходят программные, опирающиеся на стандартные вычислительные платформы.

Но кроме тенденций, мы видим и новые возможности, новые ниши. Применительно к Intercom это развитие беспроводных систем, формирующих быстро растущий рынок. Вот почему мы разработали новое решение – Intercom-систему Volero, на которую уже есть много положительных отзывов. Они показывают, что эта система вызывает большой интерес и обладает высоким потенциалом.

В целом же я согласен с другими экспертами, что будущее за стандартными вычислительными средствами, программными решениями и IT/IP-технологиями.

**Mediavison:** Вы уже вкратце отметили, что Riedel Communications вовлечена в крупнейшие международные спортивные соревнования типа Formula 1, Red Bull Race и др. Можно об этом чуть подробнее?

**Йенс Мидек:** Можно сказать, что стремление участвовать в, казалось бы, невыполнимых арендных проектах заложено в природе компании и ее основателя Томаса Риделя. Еще со времен дистрибуции техники Telex и Motorola Томас всегда стремился играть роль руководителя компании, способной к реализации самых сложных сценариев коммуникации применительно к спорту. Первый опыт был приобретен во время Олимпиады в Лиллехаммере в 1994 году, а с 2004-го мы являемся поставщиками решений для всех Олимпиад, как зимних, так и летних. С тех пор данное направление деятельности компании выросло до объемов, исчисляемых десятками миллионов евро. На Играх мы решаем самые разные задачи – разворачиваем классическую сеть радиосвязи, охватываем Intercom-решениями спортивные объекты и сооружения, оснащаем необходимой техникой олимпийские штаб-квартиры национальных команд, предоставляем услуги аккредитации. Кроме того, обладая собственной компанией глобальной связи по волокну, мы обеспечиваем сервисы передачи контента для различных вещателей. В общем, мы можем предложить здесь широчайший спектр решений.

Хочу также сказать, что мы стремимся не только решать самые сложные задачи, но и брать на себя все проблемы, освобождая от них пользователей. И трудно не согласиться с тем, что решения, разрабатываемые для Олимпийских Игр или Чемпионатов мира по футболу, относятся к разряду наиболее комплексных. И здесь всегда только Riedel Communications, поскольку мы умеем работать на таких проектах – сложных, интересных, инновационных.

**Mediavison:** На чем Riedel Communications собирается сосредоточить усилия в ближайшем, а может быть, и в далеком будущем?

**Йенс Мидек:** Основная цель, миссия даже, – быть всегда впереди конкурентов. Если конкретнее, делать вещи, несколько отлича-



*Развлекательное шоу, гонки Ле-Ман и Formula-1 – и везде Riedel как незримый участник*

ющиеся от тех, что делают все остальные. Это своего рода кредо нашей компании – делать то, чего не делают другие.

Но, разумеется, мы намерены продолжить движение в направлении IT/IP применительно к инфраструктурным проектам. Нам нужно совершенствовать наши решения, чтобы охватить как можно более широкий спектр приложений и в этой области.

Вообще, впереди много интересного. Вероятно, мы сместим акцент с аппаратных средств на программные. Конкретнее сказать пока сложно. Если бы мы знали, что случится в будущем, то все были бы миллиардерами. Практически все производители имеют схожие прогнозы на будущее, но чтобы попасть в это будущее, нужно определенное время и соответствующие шаги. Если взглянуть на стратегию AIMS, то потребуется еще как минимум два-три года, чтобы тенденции, о которых мы говорим, набрали силу. ■