



BOB ROOS OVER VARI-LITE:

'WEER STEVIG VOET AAN DE GROND'

Vari-Lite heeft een geschiedenis die vier decennia beslaat. Het merk heeft uitdagende periodes gekend, maar is de laatste jaren weer aan een stevig opmars bezig. Over het hoe en waarom achter die ontwikkelingen spraken we uitgebreid met Key account manager Bob Roos: "Het is mooi om te zien dat we ons succes continueren."

De geschiedenis van het merk Vari-Lite is te omschrijven als een geschiedenis van innovaties. Al in 1981 creëerde Vari-Lite de eerste moderne moving head voor entertainment en sinds die tijd hebben lichtontwerpers van over de hele wereld de armaturen van het merk gebruikt in de meest uiteenlopende producties. Vari-Lite stond en staat voor innovatie en dat is nou net wat het merk voor Key account manager Bob Roos zo mooi maakt, vertelt hij als we hem spreken naar aanleiding van de ontwikkelingen rond Vari-Lite.

RIJKE HISTORIE

Roos werkt inmiddels elf jaar voor de entertainmenttak, die eerst onder Philips Lighting viel. Van 'Philips Vari-Lite' en 'Philips Strand' ging het uiteindelijk verder onder de naam Signify. "Het mooie is dat we nu weer helemaal terug zijn met alleen onze merknaam Vari-Lite", vertelt Roos, die sowieso blij is met het merk. "Met name ook met het innovatieve karakter. Combineer dat met het feit dat licht mijn passie is en je begrijpt waarom ik op mijn plek zit", geeft hij aan. En verder draait het natuurlijk ook om kwaliteit: "De kwaliteit van het licht, de contrastra-

tio en scherpte in combinatie met de kwaliteit van de kleuren. Dat is iets waar we als Vari-Lite altijd al bekend om stond. Daarnaast hebben we een enorme ervaring in het touren met onze armaturen en eenvoudig onderhoud is ook een van de punten waardoor we ons onderscheiden. Door de jaren heen hebben we prachtige tools op de markt gebracht voor lichtontwerpers. De VL5 series, de VL1100 series en niet te vergeten de VL3000 series bijvoorbeeld. Nieuwe typen zijn de VL10, VL4000, VL2600 en nu de VL3600IP en VL1600. We zijn niet alleen innovatief, maar kunnen ook terugrijpen op een rijke historie. Deze combi maakt ons volgens mij uniek."

RETURN ON INVESTMENT

Ander kenmerkend punt is volgens Roos dat Vari-Lite de armaturen tijd geeft. "Ik bedoel daarmee dat we ook kijken naar de return on investment", legt hij uit. "Als een armatuur door ons wordt geïntroduceerd moet deze jaren mee kunnen gaan. Dat betekent dat we niet elk jaar of elke twee jaar met een nieuwe versie komen. Wat kan je ook eigenlijk verbeteren aan een goed concept? Wellicht een iets sterkere LED engine en wat nieuwe gobo's. In principe verandert er dan niet zoveel, behalve dan dat het 'oude' model sterk in waarde daalt. Hierdoor verdwijnt er veel waarde uit onze industrie. En wordt het bijna onmogelijk om over een iets langere periode een grotere inventaris op te bouwen van een bepaald model, aangezien het volgende alweer be-



Bob Roos

schikbaar is. Wij hebben daar nooit aan meegedaan en gaan liever voor een optie waarbij je na vijf jaar nog steeds een actueel product voert.”

UITDAGENDE TIJD

Bob Roos vertelde eerder dat (samen met partners) hard is gewerkt om met Vari-Lite hernieuwd voet aan de grond te krijgen. Het was niet altijd even makkelijk om weer binnen te komen bij bijvoorbeeld theaters en verhuurbedrijven. Toen Roos elf jaar geleden begon was er met de VL3000, VL2500, VL3500 WashFX, VL1100 en VLX een aantal sterke modellen. “Ik was toen nog niet verantwoordelijk voor Vari-Lite, maar een paar jaar later wel”, legt hij uit. “We waren toen net overgenomen door Philips en er was nogal wat onzekerheid bij de dealers, vooral omdat een

aantal merken waren samengevoegd die historisch gezien een totaal ander distributienetwerk hadden. Het Philips-verhaal werd daardoor niet heel goed ontvangen in de entertainmentwereld. Er waren uitdagingen op alle fronten. Het distributienetwerk moest geherstructureerd worden en er waren nieuwe innovaties nodig. Daarnaast moesten we intern ook de verschillende DNA's van de merken die waren overgenomen bij elkaar brengen. Echt een uitdagende tijd. Gelukkig was er een goede lange termijn strategie en kregen we ook de tijd om alles opnieuw op te bouwen. Zoals je ziet kunnen we zeggen dat alles nu bij elkaar komt: een sterk team, een goed distributienetwerk dat keihard heeft gewerkt en fantastische producten. We zien nu dat de vragen op ons af komen. Dat is zo mooi.”

IN DE BOOT

Ook de problemen rond Vari-Lite's 880-serie hielpen een tijdje niet mee. “Ik kwam precies in de periode waarin we de 440-, 770- en 880-series introduceerden. Het concept was fantastisch, een compacte Vari-Lite, maar de 880 had hitteproblemen”, vertelt Roos. “Het heeft bijna twee jaar gekost om het op te lossen. Uiteindelijk is het gelukt, maar dan is het momentum uiteraard wel voorbij. Onze concurrenten sprongen in het gat en deden het beter. Als er dan in een concurrent wordt geïnvesteerd, dan is het lastig om daar weer terug te komen. Die boot hebben we toen gemist.” Inmiddels zit Vari-Lite weer in de boot, zoals bijvoorbeeld te zien was in de musical Dagboek van een Herdershond, waarin veel VL2600's gebruikt werden. Roos: “Dat was fantastisch, één van van de vele successen

van de VL2600. Je hebt als merk dit soort referenties nodig en dan zijn we er dus heel trots op als onze producten in dergelijke producties gebruikt worden.”

GEBRUIKERSGROEPEN

Het is volgens Roos tekenend voor de opmars waarmee Vari-Lite de laatste jaren, ook internationaal, bezig is. Belangrijk daarbij is dat de armaturen ingezet worden door verschillende gebruikersgroepen. Dan kan het gaan om Marble Mania (televisie) en Dagboek van een Herdershond (theater), maar ook om investeringen in vaste installaties. “Wereldwijd praten we daarnaast over shows voor acts als Lady Gaga, Depeche Mode, AC/DC, Metallica en Rammstein, die armaturen gebruiken uit de hele range”, vertelt Roos. “De laatste investering van PRG in de VL3600 IP geeft ook wel aan dat we ons succes continueren. Mooi om te zien.”

TROTS

“Ik denk dat we samen met onze partners een heel hecht team zijn. Hoewel we op de achtergrond deel uitmaken van de grotere organisatie Signify, zijn we als Vari-Lite een klein zelfstandig team met onze eigen distributiekanaalen, productontwikkeling en productie”, reageert Roos op de vraag hoe hij de huidige successen verklaart. “Ik denk echt dat het komt door het feit dat we heel sterk geloven in het merk, een enorme passie hebben voor deze industrie en we vooral ook de waarden van Vari-Lite hoog willen houden. Ook interne communicatie tussen de verschillende afdelingen is daarbij enorm belangrijk. We zijn gewoon enorm trots op ons merk.” ◀

