



Thomas Verstraeten en Lieven Danneels

CO-CEO'S TELEVIC

“We houden innovatie bewust spannend”

Bijna 25 jaar geleden kochten Lieven Danneels en Thomas Verstraeten - co-CEO's van Televic - een slaperig bedrijf dat zich toen vooral focuste op de Belgische markt. Samen transformeerden ze Televic tot een internationale speler die zich specialiseert in vier nichemarkten. Maar hoe zijn ze erin geslaagd om het West-Vlaamse bedrijf als vaste waarde op de kaart te zetten? **Tekst:** Joris Hendrickx

Binnen welke markten is Televic actief?

“Televic is een technologiebedrijf dat gespecialiseerd is in kritische communicatiesystemen. Concreet gaat het om applicaties en oplossingen waarin betrouwbaarheid cruciaal is. Zo leveren we conferentiesystemen aan de NATO en het Europese Parlement, onboard informatiesystemen voor passagiers aan de NMBS, Amtrak in de VS, de metro's in Shanghai,... en verpleegsteroproep- en alarmeringssystemen aan maar liefst negen op de tien Belgische ziekenhuizen. Het onderwijs, onze vierde nichemarkt, voorzien we van online assessment tools voor high-stakes examens. Denk aan het toegangsexamen voor (tand)artsen, waar het uiteraard een must is dat het hele proces correct verloopt. Met die reden in het achterhoofd kozen de Vlaamse toetsen recent ook voor onze technologie.”

Jullie zetten al 25 jaar in op innovatie. Hoe blijven jullie zo innovatief?

“Innoveren is altijd al een uitdaging geweest. Tegenwoordig leven we in een VUCA-wereld (volatile, uncertain, complex & ambiguous), waardoor innovatie meer wendbaarheid, creativiteit en risico's vergt. Het gaat niet per se om quick wins, maar om het blijven

nastreven van een langetermijnvisie. Het is dus cruciaal om de basis niet te vergeten: trouw blijven aan het DNA van je bedrijf.”

”

Innovatie komt niet vanzelf, het is een doelbewuste investering.

Waarom is innovatie belangrijk voor jullie?

“Innovatie is al jarenlang een absolute kernwaarde in ons bedrijf. Binnen onze sector gaat het razendsnel en we willen absoluut een voorloper blijven. Omdat we ons bovendien richten op nichemarkten zijn we erg internationaal georiënteerd, waardoor de concurrentie nog groter is. Dat internationale karakter maakt nu juist dat innovatie cruciaal is voor onze competitiviteit. Om even te schetsen: 70% van onze duizend medewerkers is buiten België gevestigd en meer dan een kwart van ons team bestaat uit R&D-engineers. Uiteraard draagt innoveren ook bij aan de verdere groei die we voor ogen hebben.”

Hoe faciliteren jullie innovatie binnen jullie bedrijf?

“Om innovatie optimaal te organiseren, kanaliseren en stimuleren, doen we een beroep op verschillende trajecten en systemen. Omdat we steeds wetenschappelijk onderbouwde oplossingen naar de markten willen brengen, werken we nauw samen met onderzoeksinstituten en universiteiten. Een goede barometer daarvan is het aantal patenten dat we hebben. 25 jaar geleden hadden we er nog geen enkele, intussen zijn dat er al meer dan honderd. Bovendien houden we innovatie bewust spannend. In dat kader nodigen we inspirerende externe sprekers uit, maar geven we ook onze ingenieurs het woord zodat zij hun innovaties met het hele bedrijf kunnen delen. Dat levert inspiratie en tips op, over de verschillende domeinen heen.”

Welk advies zou u geven aan bedrijven die meer willen focussen op innovatie?

“Innovatie komt niet vanzelf, het is een doelbewuste investering. Bedrijven moeten dus tijd maken om te innoveren en toegewijd blijven, ook in moeilijkere tijden. Een goed voorbeeld van een innovatietraject waar we momenteel mee bezig zijn, is onze Machine

Learning Club. Jonge ingenieurs komen samen en krijgen de tijd om demo's en proof of concepts rond AI en machine learning uit te werken. Geleidelijk aan slijpen de resultaten daarvan door naar de roadmaps en zo creëren we een pusheffect vanuit de technologie richting de business.”

”

Het gaat niet per se om quick wins, maar om het blijven nastreven van een langetermijnvisie. Daarbij is het cruciaal om trouw te blijven aan het DNA van je bedrijf.

Wat heeft de Machine Learning Club al opgebracht?

“Een mooie realisatie is de speech-to-text-applicatie. Deze technologie zet gesproken nichetaal onmiddellijk om in tekst. Denk aan een treinconductor in het noorden van Engeland die met zijn typische accent de volgende haltes aankondigt. Moeilijke namen zoals 'Habrough' worden dankzij het systeem meteen gevisualiseerd. Wij bouwen vanuit de ecosysteemgedachte verder op de technologieën van Meta en Google, om deze vervolgens te verrijken met specifieke metadata zodat de aankondiging veel juister op de displays verschijnt als tekst.”

”

25 jaar geleden beschikten we over geen enkel patent. Vandaag hebben we er al meer dan honderd.

Welke innovaties kunnen we morgen nog verwachten van Televic?

“Er zijn veel ontwikkelingen binnen onze nichemarkten. In het onderwijs bijvoorbeeld, zijn examenantwoorden dankzij het internet overal beschikbaar. Hierdoor moeten leraren telkens nieuwe vragen verzinnen. In partnerschap met de universiteiten van Leuven en Gent ontwikkelden we daarom AIDA (AI-Driven e-Assessment), een tool om automatisch realistische foute antwoorden op meerkeuzevragen te genereren. Er zijn nog zo veel mogelijkheden om onze oplossingen verder te perfectioneren en te verrijken. Daarom blijven we investeren in mensen en in nieuwe markten. We zullen in ieder geval altijd trouw blijven aan ons DNA, waar innovatie en wendbaarheid het grootste deel van uitmaken.” ■