

ERIK DAMGAARD FOTO: SCANPIX



● **Erik Damgaard**, tidligere grundlægger og direktør i IT-virksomheden Damgaard Data/Navision/Microsoft Solution har trukket sig fra bestyrelsen i internetbureauet Notabene. Det sker ifølge RB-Børsen, fordi han ønsker at koncentrere sig om sine egne forretninger, primært vindenergiselskabet Greentech. Damgaard har efterfølgende også trukket sig fra bestyrelsen i det børsnoterede selskab, Euroinvestor.

● **Ole Gregersen**, 41, cand.merc. er udnævnt til leder af Lenovos salg af Thinkcentre-computere til store og mellemstore virksomheder i Europa, Mellemøsten og Afrika. Han startede i IBM Danmark i 1997, hvor han havde ansvaret for en række business partnere. Siden fik han ansvaret for IBM's salg af pc'er til store kunder og fulgte i 2005 med over i Lenovo, hvor han siden har fungeret som dansk salgsdirektør med ansvaret for salg til store og mellemstore virksomheder.

● **Rasmus Ølbye**, 38, er af IT-selskabet EMC blevet udnævnt som ny landeansvarlig for sikkerhedsdivisionen RSA i Danmark. Han er blevet håndplukket til stillingen internt i EMC's danske organisation. Udnævnelsen varsler et strategiskift for RSA i Danmark, hvor det traditionelle fokus på distributører bibeholdes, samtidig med at med at kontakten til de største kunder herhjemme skal intensiveres – en strategi Rasmus Ølbye skal føre ud i livet. Tidligere har han været country manager i Crest Computer i Norden og salgschef i Santec Micro Group. RSA i noterede i 2007 det bedste resultat nogensinde i Danmark med rekordvækst på 120 procent sammenlignet med året før.

● **Lars Geisler** er blevet ansat som teknologikonsulent i RSA Envision, der benyttes til at overvåge sikkerhedspolitikker og spore hændelser i IT-infrastrukturen. Her skal han medvirke til at udvikle salget.

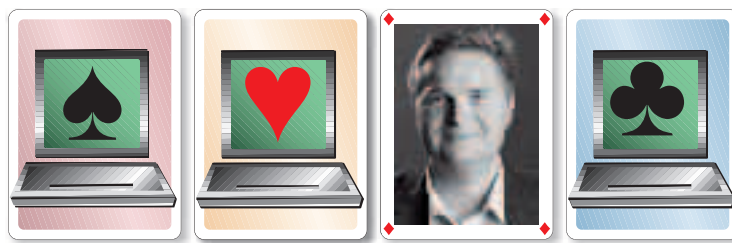
● **David Dorman** bliver ny bestyrelsesformand i den amerikanske mobilproducent Motorola, der i den seneste tid har mistet markedsandele på mobilfronten. Han afløser Ed Zanders, der stoppede som koncernchef sidste år. Dorman er tidligere topchef i den amerikanske telegigant, AT&T, og har siddet i Motorolas bestyrelse som menigt medlem siden 2006. Krisen i selskabet har bl.a. medført, at det er blevet splittet op i to. Udnævnelsen kom efter en strid med storaktionær Carl Icahn, der sidder på 6,4 procent af aktierne. To af Icahns folk har efterfølgende som plaster på såret fået plads i Motorolas bestyrelse.

● **Kenneth Sverker Nilsson**, nordisk direktør i Servicegruppen, har valgt at søge nye udfordringer efter 21 år i virksomheden. Han havde sidste dag i slutningen af marts.

● **Claus Falk**, 38, har droppet et job som direktør for HP Services som følge af en jobklausul hos den tidligere arbejdsgiver, IT-virksomheden Dansupport. Ansættelsen skete sidste år, hvor HP og Falk forudså, at han ville kunne starte i jobbet fra 1. marts i år, skriver crn.dk. Det satte Dansupport imidlertid en stopper for med et fogedforbud i februar, og han har nu taget konsekvensen af de retlige forviklinger og i samråd med HP afsagt sig det nye job.

Next

Next er spalten med nyheder om personer, der skifter til noget nyt i den digitale verden – i ind- og udland. Bidrag i form af korte tekster og elektroniske billeder i en god opløsning er velkomne. De sendes til redaktionen – senest fredag før udgivelsen om tirsdagen. Benyt mailadressen. erik.svarre@borsen.dk



De ugentlige klummer i DigitalBørsen skrives på skift af: Ask Agger, adm. direktør, Zentropa Interaction, og partner, head of flow, Zentropa WorkZ, Christian Wernberg-Tougaard, adm. direktør, in4change.com, og IT-strategisk rådgiver, Rune Bech, IT-entreprenør, direktør for Bechmedia.dk, tidligere TV2-internetdirektør og stifter af Netdoktor, og Niels Barfod, journalist, Børsen.

Gratisfeber fornyer – men ødelægger værdi

»Freeconomics« er et nyt foruroligende begreb i den digitale verden – den sender en forandringsbølge gennem erhvervslivet

Kommentar

AF RUNE BECH

På det seneste er det blevet stadig sværere at klage over, at alt bliver dyrere og stiger i pris.

Det gælder i særdeleshed den digitale verden, hvor priserne vedvarende går nedad på alt fra processor-kraft, lagring, hosting og båndbredde.

For slet ikke at tale om hardware, der hele tiden bliver bedre og billigere. Det er ikke længe siden, at en hæderlig bærbar kostede over 10.000 kr – nu sælger Bilka en god HP til 3995.

Faktisk er mange digitale herligheder med tiden faldet så meget i pris, at de er endt med at være gratis.

Vi har for længst vænnet os til, at Googles mange herlige tjenester er gratis. Vi er også blevet vant til at verdens bedste leksikon, Wikipedia, opdaterer sig selv døgnet rundt til kr. 0. Mine 28 bind af Encyclopedia Britannica fra »År 3 for internet-tidsregning« til ca. 30.000 kr. i indkøbspris står hver dag på nederste hylde i min reol og græmmer sig i bare forlegenhed over en svunden tid – dengang vi i øvrigt uden at blinke accepterede, at en flybillet på turistklasse til London kostede 6-7.000 kr. Og hvor arkiv søgninger i gamle aviser hos den daværende monopolspiller Polinfo (nu Infomedia) kostede tusindvis af kroner og var forbeholdt velhavende virksomheder.

Rækkevidden af gratis tjenesteydelser er efterhånden ganske svimlende: Vi kan sidde gratis på vores stadig billigere fiberforbindelser med stadig højere hastigheder og kigge på stadig skarper højt teknologiske



Et lille eksempel på den nye »frie økonomi« fra den digitale danske andedam: Nyheder på nettet fra DR Update er gratis, mens de koster penge fra TV2 News. Foto: Scanpix

satellitfotos – der har kostet milliarder i investeringer i højteknologi at muliggøre – for at vurdere beliggenheden af vores næste feriehotel. Uden regning. Ligesom der ligger et bugnende hav af musik frit tilgængelig på MySpace og andre steder. Kom og ta' mig.

Forbrugere elsker det

Gratisfeberen breder sig og er på vej til at forandre hele netbrancher – på samme måde som nettet i sig selv engang udfordrede de fysiske brancher. Nu udfordrer nettet sig selv. Generation 2 af net-forretningsmodeller bygger i stigende grad på gratis ydelser, og forbrugere elsker det. CFO'erne derimod griber ud efter deres mavesårsmedicin.

Tag jobannoncer. Internettets fremkomst kostede dagbladene millioner i tabt omsætning, da jobannoncerne gik fra papir til net, og en typisk stillingsannonce faldt i pris fra 12-15.000 kr. til ca. 4.000 kr som er dagens gængse pris for en online-jobannonce.

Nu begynder den nye bølge af gratis-entreprenører at spørge sig selv: Hvorfor skal en jobannonce koste 4.000 kr, når omkostningen reelt er nogle få kroner i noget kode, lidt serverplads og en smule hosting. Lad også det være gratis, og enkelt, og lad os så tjene pengene andre steder – ofte på stadig mere målrettede intelligente reklamer, som er modellen for alle gratisisters moder, Google. Innovatorerne i Mountain View forandrede som bekendt en århundrede gammel annoncebbranche til en software-applikation – med de vidtrækkende konsekvenser, der følger af det.

Redaktøren af det amerikanske IT-tidsskrift Wired Magazine Chris Anderson (ham der opfaldt begrebet The Long Tail om den akkumulerede volumen i ellers marginale produkter) har i en ny bog kaldt denne nye igangværende trend – som endnu ikke for alvor har ramt Danmark – for »Freeconomics«.

Han mener, at den vil koste mange af de tidlige internet-selskaber føringen eller

livet, fordi de med 8-10-12 år på bagen er begyndt at opføre sig som de gamle satte fysiske virksomheder og tror, at deres forretningsmodeller er immune. Hans spådom er, at gratisterne rykker ind i alle brancher og endnu engang underminerer den kommercielle værdi af i net-sammenhæng gammelkendte tjenester. Rent replay.

Gratisfeberen er muligvis gjort af de faldende priser på IT, båndbredde og kode. For få år siden fyldte et mellemstort hostingcenter en tennishal. Nu kan det konsolideres ned til væsentlige færre rækker racks, og kvalitetskode kan købes i Bangladesh til en ti'er i timen.

Kunsten for de nye gratis-tjenester er at forsøge at tjene pengene andre steder end på selve kerneydelser, som brugerne umiddelbart går efter. Dels som nævnt i segmenterede og målrettede annoncer. Men også i salg af fysiske produkter fra den gammelkendte menneskelige økonomi, som ikke er af lave. Tjenester som alene baserer sig på et digitalt produkt uden menneskelig eller fysisk værdiforøgelse ser ud til at bevæge sig mod et sort gratis hul.

Intel-stifteren Gorden Moore's berømte lov gælder tilsyneladende for mere end blot processorkraft. Han forudsagde som bekendt at processorkraften ville fordobles hver 18. måned. Og dermed reelt også, at prisen ville halveres i samme tidsrum. Lovten har vist sig at være smitsom overfor snart sagt alt, hvad der baserer sig på regnekraft eller kommer i nærheden af silicon.

Almindelige markedsøkonomiske naturlove betyder, at konkurrenter udnytter stadig lavere omkostninger til at tage markedsandele og redefinere markeder. Det nye er, at det nu også er netspiller mod netspiller. Næppe nogensinde har der eksisteret et så konkurrencepræget marked som nettet.

Vi har i århundreder været vant til den gængse menneskelige økonomi: At ting blev dyrere hvert år. Men i den digitale verden gælder det modsatte. Tendensen vil få konsekvenser, som vi i dag har ligeså svært ved at forudsige – præcis som vi engang havde svært ved at forestille os, at satellitfoto ville blive hver mands eje uden beregning.