



NÄRINGSLIV

Söndag 13 november 2005

SVERIGES STÖRSTA AFFÄRSTIDNING

SVENSKA DAGBLADET



+1,7

Veckans SAX-index
Stockholmsbörsen i år: +24,6%

+1,5

Dow Jones
i år: -0,9%



+1,6

Nasdaq
i år: +2,0%

↑ 1,57

Räntan
Kort (3 mån)

↑ 3,10

Räntan
5-årig statsobl.



8,23

Veckans slutkurs dollar
Kronor per dollar (0,00)



9,63

Veckans slutkurs euro
Kronor per euro (0,00)



Larry Page och Sergey Brin skapade framgångssagan Google. Börskursen stiger och affärsområdena blir fler. Men alla ser inte positivt på utvecklingen.

FOTO: GOOGLE/REUTERS

Sökarna vidgar imperiet

Både Googles börskurs och antalet kritiker mot det expanderande sökimperiet växer. Intressegrupper som värnar användarnas integritet på internet upprörs över till exempel eposttjänsten Gmail. Och

Microsofts grundare Bill Gates oroar sig för vad som händer om Google, med sitt högkvarter i Mountain View i Silicon Valley, Kalifornien, på allvar blir ett mjukvarubolag.

Men samtidigt växer ständigt nya kapitel i Googles framgångssaga fram. På Nasdaq fortsätter Googles aktie att klättra. Allt fler tjänster adderas till den numera ganska spretiga söksidan. **sid 5-7**



DITT JOBB

I jakten på morgondagens tekniker får skolklasser bygga robotar. **sid 10-11**



WEBB/PRYLAR

Walkman-mobilen W550i riktar sig till yngre. Ljudet är bra men mobilen känns tjock. **sid 8-9**



PRIVATEKONOMI

Resan till storstaden blir sällan så billig som annonsernas lockpriser. **sid 22-23**

**SVERIGES NYA
AFFÄRSSAJT**

NÄRINGSLIV²⁴

N24.se

PLACERINGEN STYR Småföretag världen över är beroende av att ligga högt i träfflistorna på sökmotorer. Skoföretaget 2bigfeet.com fick en hög placering på Google och nådde stora framgångar. Men det som Google en gång gett, kan det även ta tillbaka.



Sökmotorer sätter småföretag på fötter

Att Googles sökmotor kan höja och sänka företag fick det lilla företaget med de stora skorna i Georgia, USA, bittert erfara.

Det var nog inte många som trodde det när det begav sig, men Googles sökmotor har blivit en makt i den globala ekonomin. En mängd mindre företags överlevnad hänger på att de hamnar högt upp i Googles sökresultatlista. Ett av dessa företag ägs av Neil Moncrief och hans partner Brandon Eley. 2bigfeet.com sysslar med skor, stora skor för att vara exakt. Det erbjuder ett alternativt skoutbud till kunder vars fötter av de flesta skotillverkarna anses vara större än "normalt".

Företaget har i mångt och mycket Google att tacka för sin framgång och det är inte ensamt. I skuggan av jättar som E-bay och Amazon.com finns tusentals små firmor som i det tysta är en otroligt viktig del av den amerikanska ekonomin. Enligt den amerikanska regeringens egna siffror omsatte Amazon.com 2,76 miljarder dollar år 2000. Men småföretag som 2bigfeet.com sätter tillsammans 25 miljarder samma år.

Internet var den självklara platsen för Neil Moncriefs affärsverksamhet. Människor med ovanligt stora fötter är inte i majoritet och än viktigare, de är inte koncentrerade till ett enda geografiskt område. Att driva en traditionell affärskedja vore inte ekonomiskt genomförbart. Med internet suddas landsgränser ut och avstånd blir en mindre viktig del i ekvationen. Men även



Pyra Haglund, vd för Medica Klinik, menar att sökmotorer på internet ger bättre resultat än vanlig marknadsföring.

om man finns där så måste folk också finna en.

När Moncrief startade verksamheten 1999 fanns det inte så många alternativ för småföretag. Att få utrymme på AOL eller Yahoo var för dyrt. Moncrief hade inte ens råd att ha banner-annonser där. Han började fundera och kom fram till att folk som söker efter något oftast börjar med en sökmotor. Genom viss tur och skicklighet visade det sig snabbt att när folk sökte efter "stora fötter" på Google så hamnade 2bigfeet.com högst upp bland sökresultaten.

Affärerna rullade på och i mitten av 2003 sålde Moncrief skor för över 40 000 dollar i månaden. 95 procent av alla kunderna hade hittat till företaget via sökningar på nätet och de flesta hade sökt på Google.

Strax före den så viktiga julhandeln förändrades allt. Plötsligt avtog beställningarna och i två veckor undrade Neil Mon-

crief vad som hade drabbat hans företag. Till slut slog det honom att Google kanske var trasigt. Tanken var nära på absurd men några snabba sökningar bekräftade hans farhågor. 2bigfeet.com fanns inte längre med i resultatlistan när man sökte på "stora fötter". Den fanns inte ens bland de 100 första. Vad var det som hade hänt?

Google hade ändrat i sökresultat-algoritmen, något som görs ganska ofta. En av anledningarna till det är att sökmotorers sökresultat kan manipuleras. Det finns företag som optimerar webbsidor för att dessa ska hamna högt på söklistor (sök-motoroptimering). Många företag inom området är legitima och seriösa men det finns en hel del aktörer som lovar för mycket och använder sig av oschyssta metoder.

Ett av problemen är att det i början inte fanns några klara riktlinjer för vad man får och inte får göra. Att även Googles riktlinjer är vaga, samt att det skyddar innehållet i sökalgoritmerna med näbbar och klor, gör inte situationen lättare.

Neil Moncrief var inte ensam om att drabbas. Många småföretagare uttryckte sitt missnöje på diskussionsforum som Webmaster World. De menade att åtgärderna som Google vidtog för att stoppa fuskare i allt för stor utsträckning drabbade oskyldiga. Kritiska röster menar även att Googles försök att få stopp på sökmotoroptimering är ett led i att öka försäljningen av annons-platser på Googles egna annonstjänst Ad-words.

Neil Moncrief försökte själv kontakta

Google för att få hjälp, eller i alla fall en förklaring, men alla försök visade sig vara fruktlösa.

I Sverige finns det också företag som är beroende av att hamna högt i sökmotorresultaten. Ett av dem är Medica Klinik som anlitar sökmotorkonsulten Webanalys.

– För mig är sökmotorer väldigt viktiga eftersom en stor del, framför allt yngre patienter, men även i allt större utsträckning äldre patienter, söker information på nätet. Jag skulle tro att det är hälften av mina kunder som hittar mig via sökmotorer, säger Pyra Haglund, vd på Medica Klinik.

Hon menar också att internet och sökmotorer ger bättre resultat än traditionell marknadsföring.

– Jag har annonserat en del, och annonserar fortfarande en del, men jag ser mycket sämre utfall av det än mina satsningar på internet. Per satsad krona får jag mycket mer för pengarna med sökmotorerna än med annonser i tidningar.

Hon tror också att om hennes företag skulle rasa i sökmotorernas träfflistor så blir det kännbart för företaget.

– Jag tror att man skulle kunna mäta det i omsättningen, säger Pyra Haglund.

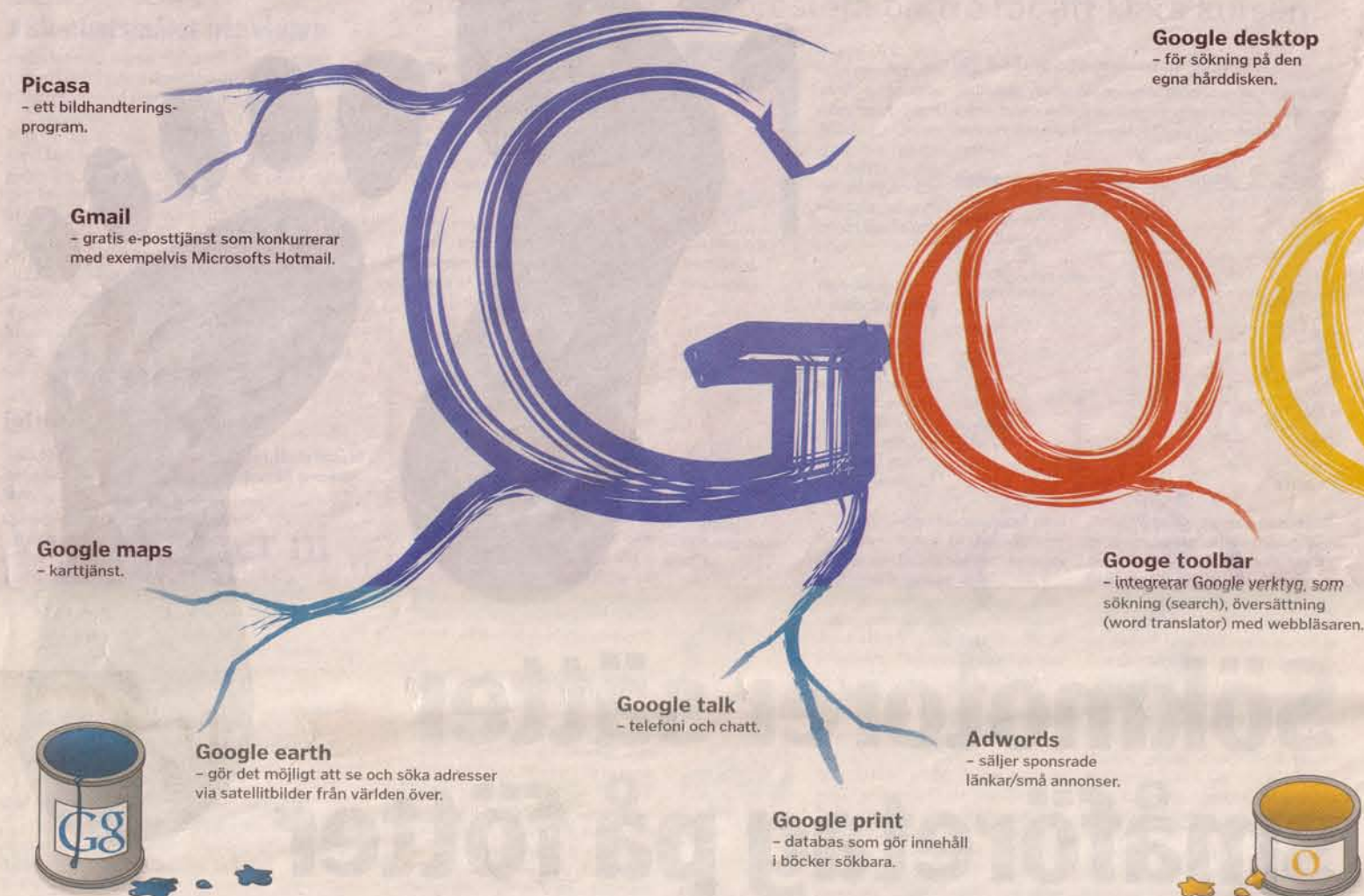
Hur gick det då för 2bigfeet? Företaget överlevde krisen, bland annat genom att köpa annonsplats på Adwords, och är i dag återigen i topp på sökresultatlistorna för stora skor.

DAVID BODA

08-13 51 38, david.boda@svd.se

Källa: Financial Times

KLETAR AV SIG Google ger sig in i nya internetrelaterade affärsområden i en rasande takt. Nya renodlade söktjänster adderas på sajten i kapp med kommunikation, satellitfoton, bloggar, tv- och boksökning och andra tjänster via inköpta bolag. Allt medan aktiekursen fortsatt att stiga. Samtidigt spekulerar branschanalytiker nu allt mer intensivt över vad det egentligen ska bli av det spretiga internetbygget.



Aktiekursen



Google mobil

– gör det möjligt att använda Google med bärbara apparater som mobiltelefoner och handdatorer.

Froogle

– sökmotor för specifika produkter i online-affärer.

Google search
– den grundläggande söktjänsten.

Googles grundare



Larry Page, vd för produkter.
Född: 1973 i Ann Arbor, Michigan, USA.
Förmögenhet: Cirka 11 miljarder dollar, ligger på delad 16:e plats på Forbes 400 rikaste lista 2005.



Sergey Brin, vd för teknik.
Född: 1973 i Moskva, Ryssland.
Förmögenhet: Cirka 11 miljarder dollar, ligger på delad 16:e plats på Forbes 400 rikaste lista 2005.

Hette Backrub

Google började som Sergey Brins och Larry Pages forskningsprojekt när de studerade vid Stanfords universitet 1996.
Hette från början Backrub.
Bildades:

1998 i Kalifornien, USA.
Huvudkontor: Googleplex i Kalifornien.
Omsättning: 3,2 miljarder dollar (25,6 miljarder kronor) 2004.
Anställda: cirka 3 500.



Dr Eric Schmidt, Googles vd.



Grafik: KALLE KÄLLSTRÖM

Googles succé fortsätter – men kritikerna blir fler

Google växer så det knakar. Från att "bara" ha varit en sökmotortjänst har Google utvecklats till att även vara ett mjukvaruföretag som hela tiden ger sig in på nya affärsområden. Men alla ser inte positivt på utvecklingen.

En bra indikation på att ett företag inom it-världen håller på att bli en kraft att räkna med är att Microsoft börjar vråda och vända på sig. Från början tyckte inte Bill Gates och kompani att Google var något att bry sig om. Faktum är att företaget inte brydde sig speciellt mycket om söktjänster överhuvudtaget. Microsoft lade ut sökfunktionerna i MSN på tredjepartsföretag, exempelvis det lilla företaget Inktomi (som såldes till Yahoo) och Overture (även det köptes upp av Yahoo) som hade hand om webbannonser.

Inställningen till Google ändrades i december 2003. Gates satt och surfade runt på Googles webbsida och fastnade på utannonserade tjänster. Han började undra varför ansökningskraven liknade dem som hans företag brukar ha. Varför söker Google personer med kunskaper

som passar Microsoft men inte har ett dugg med sökning på nätet att göra? Samma dag skickar Gates e-post till en handfull chefer inom Microsoft där han skriver "Vi måste se upp med de här killarna, de jobbar på något som ska konkurrera med oss". Han kunde inte ha haft mera rätt.

Idag har Google bland annat Gmail, en e-postservice med två gigabyte lagringsutrymme, bildhanteringsprogrammet Picasa och Google Blogger som gör det möjligt att skapa dokument samt publicera dem på nätet. Och medan Microsoft försöker sälja sina program, erbjuder Google dem gratis eftersom inkomsterna till största del bygger på annonser. Dessutom kan mer eller mindre alla Google-program och tjänster användas oberoende av vilket operativsystem, webbläsare och plattform (Mac, windows, handdatorer, mobiltelefoner) man har.

Men det värsta för Microsoft är att Google, tillsammans med andra gratisprogram, som webbläsaren Firefox, erbjuder användaren en miljö som nästintill gör Windows onödigt. Skulle Google lansera ett program som kan konkurrera med

Microsoft Office (något som enligt Google inte är aktuellt) får mjukvarujätten verkligen något att oroa sig över.

Men framgång har sitt pris och i Googles fall visar det sig i form av ökad kritik och rättsliga processer. Sanningshalten i företagets ledord "Don't do evil" har ifrågasatts från flera håll.

Vi måste se upp med de här killarna, de jobbar på något som ska konkurrera med oss.

Bill Gates

Gmail har kritiserats kraftigt av organisationer som kämpar för skyddandet av användarnas integritet på internet. Google söker nämligen igenom Gmail-användarnas e-post för att hitta nyckelord som visar på vissa vanor. Företagets försvar är att samma teknik används för att filtrera bort spam. Men Google använder informa-

tionen för att direktreklamerna ska kunna utformas efter individens förmodade intressen. Vilken reklam som visas loggas (ett måste för att annonsörerna ska kunna debiteras) och det ger oundvikligen en överblick av innehållet i e-postbrevet.

Chris Hoofnagle, chef för organisationen Electronic Privacy Information Center (Epic), sammanfattade kritiken mot Google i fem huvudpunkter under ett vittnesmål inför Kaliforniens juridiska senat-utskott.

- Första problemet är vad som händer om myndigheter börjar kräva ut information av Google. Med tanke på USA:s "kamp mot terrorismen" är det förmodligen bara en tidsfråga innan problemet aktualiseras.
- Det andra är att folk börjar se e-post som ett kommunikationssätt där man inte kan uttrycka sig fritt.
- Det tredje är att även inkommande brev granskas vilket innebär att användare som inte har godkänt Googles genomsökning av e-posten drabbas.
- Det fjärde är att den automatiserade granskningen utgör ett större hot mot personers integritet än om en människa skulle granska ett e-postbrev. Bakom den slut-

satsen ligger faktorer som datorernas förmåga att samla in stora mängder med information och sammanställa den samt att granskningen sker regelbundet och under en längre tid.

Det femte problemet, enligt Chris Hoofnagle, är att Googles handlingar bidrar till att sänka ribban i hela industrin. Om ett företag tillåts granska användarnas kommunikation och vanor så följer resten efter. Tendenser till det ses redan idag. Det är många internet-sidor som har ändrat policy, från att inte kräva personlig information, till att ha som krav att besökaren registrerar sig för att få ta del av sidans innehåll och tjänster.

Google använder sig även av cookies som lägger sig på användarens hårddisk och samlar in information om användarens sökvänor. Dessa utgår inte förrän 2038 vilket innebär att användarens datorvanor sparas över årtionden. Man kan tänka sig hur identitetstjuvar, bedragare och underrättelsetjänster skulle kunna dra nytta av den informationen.

Från företagets håll påstås det att olika cookies inte korsrefereras med varandra

men det finns ingenting som hindrar Google från att göra det. Google förbehåller sig också rätten att dela med sig av cookie-resultaten inom företagets olika avdelningar och att föra över informationen till en ny ägare om företaget köps upp eller går ihop med ett annat företag.

Enligt Lauren Weinstein, grundare av organisationen People for internet responsibility, är sekretesslagarna för gamla för att fånga upp nya informationssamlande medieföretag.

De relevanta lagarna är så svaga, om de ens överhuvudtaget existerar, att det är svårt att driva ett klagomål eftersom man inte vet vilken information som sparas och hur det används.

Google hävdar bestämt att det håller sig inom relevanta sekretesslagar och att det aldrig skulle dela med sig av informationen till utomstående.

Det låter ju bra men man ska ha i åtanke att Google exempelvis opererar i Kina där myndigheternas krav måste följas om man vill vara kvar på den marknaden. Där har Google redan gått med på att utesluta vissa ord från företagets söktjänst. Företaget

säger heller inte hur många gånger de har svarat på förfrågningar från den amerikanska underrättelsetjänsten och polismyndigheter.

Google brottas även med upphovsrättsliga problem. Det är tjänsten Google Print som står i skottlinjen. Den går ut på att Google skannar in hela böcker och lagrar dem i en stor databas så att internetanvändare kan söka i böckernas innehåll. Det gör företaget utan att först ha frågat upphovsrättsägaren om tillstånd.

Det amerikanska författarsällskapet The Authors Guild, förlagsorganisationen The Association of American Publishers och tre individuella författare är en del av dem som har stämt Google för upphovsrättsbrott. Google försvarar sig med att författarna kan be om att få deras verk exkluderade från registret och hävdar "fair use", en regel inom amerikansk upphovsrättslagstiftning som tillåter användning av upphovsrättskyddat material under begränsade omständigheter. Google hävdar att "fair use" gäller eftersom användaren bara får tillgång till ett utdrag ur texten och inte hela verket.

–Det är inte vad som levereras till pc:n som rör upphovsrättsfrågan. Det är att de har kopierat hela verket till att börja med, säger rättsexperten Terence Ross från advokatbyrån Gibson, Dunn och Crutcher. Google kommer med all sannolikhet hamna i fler tvister framöver eftersom företagets områdesexpansion inte visar några som helst tecken på att avta.

Och en sak är säker, när ett företagsnamn blir synonymt med att söka på internet är det inte fråga om en fluga. Frågan är vart det kommer att sluta.

DAVID BODA
Reporter

david.boda@svd.se



Källor: BBC News, Financial Times, The Observer, Electronic Privacy Information Center, Fortune, Google Watch, Online Journalism Review, Wikipedia.



NÄRINGSLIV

Måndag 1 augusti 2005

SVERIGES STÖRSTA AFFÄRSTIDNING

SVENSKA DAGBLADET



+1,0

Veckans SAX-
Stockholmsbörsen i år: +17,6%

-0,1

Dow Jones
i år -1,3%



+0,2

Nasdaq
i år +0,4%



1,47

Räntan
Kort (3 mån)



2,41

Räntan
5-årig statsobl.



7,72

Veckans slutkurs dollar
Kronor per dollar (7,50)



9,37

Veckans slutkurs euro
Kronor per euro (9,22)

Stämt internetbolag har Investor i ryggen

Claria kritiseras för att sprida reklam på hemsidor för barn

Företaget Claria, ett av Investors innehav, kritiseras hårt för sina affärsmetoder. Clarias sätt att sprida direktreklam på nätet har resulterat i att bolaget fått åtskilliga stämningar på halsen. Detta tycks inte bekomma Wallenbergsfärens invest-

mentbolag som satsat pengar i Claria i fem år. Investors informationschef Fredrik Lindgren säger:

– Jag vet att det har varit skrivelser men vi känner inte några tveksamheter över att bolaget agerar korrekt.

sid 4



Folksam sågar bolagsbonusar

Börsbolagen har svårt att motivera bonussystem för anställda inför aktieägarna, visar en granskning som Folksam gjort. Sämst i klassen är Nobel Biocare med vd Heliane Canepa. **sid 5**

Investor satsar i omtvistat bolag

"Claria utnyttjar barn och förvirrar användarna"

I fem års tid har Wallenberg-bolaget Investor satsat pengar i Claria som sysslar med direktreklam via internet. Företagets metoder är hårt kritiserade och har mynnat ut i flera uppmärksammade stämningar.

I Investors årsrapport för 2004 kan man läsa att "Claria är ett av världens största bolag inriktat på on-line beteendemarknadsföring och arbetar mot företag för att leverera reklam anpassad för individuella kundbehov".

Men det är långt ifrån alla som delar den positiva synen på företaget. Claria har anklagats för att utan tillstånd visa "pop-up"-reklam på webbsidor. Detta har resulterat i en gedigen lista över rättsfall.

Claria har bland annat dragits inför rätta av storbolag som Hertz, Interlinx, Teleflora UPS, Dow Jones, Washington Post och New York Times. 2002 förbjöd en federal domstol i Virginia Claria att använda pop-ups på ett dusintal mediebolags webbsidor. 2004 lyckades Hertz i Tyskland få igenom ett liknande beslut.

Anledningen till de upprörda känslorna är att Clarias program anpassar reklamen efter vilka sidor som användaren besöker. Om denne exempelvis surfar in på en webbsida för en återförsäljare av motorcyklar så kan det dyka upp en pop-up med reklam för en konkurrent.

Kritikerna hävdar även att de flesta användare som får Clarias program installerat på sina datorer inte vet vad det innebär, och att



Fredrik Lindgren

Fakta Reklam på nätet

Det klassas som adware om det visas reklam medan ett program är igång. Reklamen visas oftast i pop-up-fönster (ett nytt fönster öppnas och visas på skärmen) när man surfar på internet.

Många adware-program kritiserats för att de sparar information och skickar den vidare till en annan aktör. Om detta sker utan användarens godkännande definieras programmet som spyware.

NÄRINGSLIV

många inte ens är medvetna om att det har skett. Claria påstås dessutom spara informationen om användarnas surfvanor i företagets databas.

Den hårda kritiken tillbakavisas dock av Investor.

– Jag vet att det har varit skriverier, men vi har inte några tveksamheter över att bolaget agerar på ett korrekt sätt, säger Investors informationschef Fredrik Lindgren.

Claria har även fått mycket kritik för att deras licensavtal är otydliga och att företagets program förekommer i samband med webbsidor som specifikt riktar sig till barn.

På the.kidspage.com och e-zone.com går det att ladda ner Clarias program genom att klicka på en annons som är utformad som ett Windows-meddelande.

– Den kritiken känner jag personligen inte till och det är i så fall något vi måste titta på och diskutera med bolaget, säger Lindgren.

Benjamin Edelman vid Harvard universitets ekonomiska institution forskar kring så kallade spyware- och adware-företag och har följt Clarias utveckling i fyra år. Han är inte nådig i sitt omdöme om bolaget.

– Det är omtvistat om Claria bryter mot lagen eller inte men de förelägganden som finns pekar på det. Jag tycker definitivt att företaget beter sig omoraliskt. De utnyttjar barn, förvirrar användarna och deras licensavtal är onödigt ensidiga, dåligt presenterade och svåra att förstå, säger Edelman.

Fredrik Lindgren vill inte utta-

la sig om exakta detaljer kring Clarias rättsliga förehavanden utan hänvisar till företaget. Samtidigt medger han att Investor har ett moraliskt ansvar.

– Jag kan bara konstatera att det inte är ovanligt i framväxande branscher och unga företag att det uppstår diskussioner kring olika frågeställningar. Det man måste göra då är förstas att analysera situationen och affärsmodellen på ett sådant sätt att den både följer lagar och inte kan uppfattas som oetisk.

DAVID BODA

08-135138, david.boda@svd.se

Webben

Benjamin Edelmans forskningssida
• www.benedelman.org
Gator Information Center (sida som forskat kring Gator)
• www.pcpitstop.com/gator
Clarias webbsida
• www.claria.com

Claria

Claria bildades 1998 under namnet The Gator Corporation. Enligt företaget går affärsmodellen ut på att leverera direktreklam som är anpassad till individuella användares konsumtionsbeteende.

I juni 1999 lanserades programmet Ewallet som företagets första applikation. I oktober 2003 bytte företaget namn till Claria.

Investor har investerat i företaget sedan år 2000. Hur mycket pengar de investerar går inte företaget ut med.

NÄRINGSLIV



PIXAR+DISNEY=SANT Walt Disney har gått med på att köpa Pixar Animation för 7,4 miljarder dollar i aktier. Enligt Disney genomförs affären i sommar. På bilden poserar karaktärer från Pixars film "The Incredibles" under en Disney on Ice-föreställning.

FOTO: REUTERS

Iran blockerar BBC:s webbsida

Iranska myndigheter har för första gången stoppat åtkomsten till BBC:s persiskspråkiga internetsida. Enligt BBC är sidan företagets mest besökta icke engelskspråkiga webbsida. Ungefär hälften av webbsidans trafik kommer från Iran.

Användare som försöker komma åt webbsidan inifrån Iran möts av ett meddelande som säger att de nekas tillträde.

BBC säger att det ännu inte finns någon officiell förklaring till varför webbsidan inte är tillgänglig. Det är heller inte klart om blockering är tillfällig eller permanent.

DAVID BODA

Ny ly

Komm

**Rejält bättre
högre sysse
räckhåll för
EU-länder n
vad de lovat
kallade Liss
Det var huv
i den rappo
missionen i
och som ska
när EU:s sta
chefer träff
toppmöte i**

Kommission
ter "Annual
en del i försö
den såkalla
gin, vars må
kraftigare Eu
selsättning o
Beslutet om
vid det eko
i mars förra

Premiär för Piratbyråns första bok

I dag lanserar Piratbyrån och det nystartade förlaget Rohnin pocketboken Copy Me - Samlade texter från Piratbyrån.

Copy Me är en antologi vars röda tråd är kopiering, fildelning och upphovsrätt.

Boken är uppdelad i tre huvuddelar; aktualiteter, kultur och teori/politik. Texterna består av allt från debattinlägg och bakgrunds-



Copy Me

historia till intervjuer och e-postkorrespondens.

De är skrivna av debattörer, medieforskare och aktiva inom Piratbyrån.

Bland intervjuobjekten återfinns bland annat en person som aktivt sysslar med att sprida upphovsrättsskyddat material samt hip hop-legenden Chuck D från Public Enemy.

Enligt Copy Me:s redaktörer

Marcus Kaarto och Rasmus Fleischer är boken vare sig ett manifest eller ett framtidsprogram. Den påstår sig heller inte ha lösningen på fildelnings- och upphovsrättsproblemet.

Huvudsyftet är att den ska fungera som en tankeställare och bidra till fortsatta diskussioner kring Internet och kulturens framtida samexistens.

DAVID BODA

08-13 51 38, david.boda@svd.se

Slutet nära för vhs-filmen

Runt om i världen tynar videofilmen bort medan dvd:n tar för sig. Men Sverige hänger inte riktigt med i den snabba utvecklingen.

Den amerikanska filmuthyrningskedjan Blockbusters fasar ut videofilmerna (vhs) ur sortimentet i sina brittiska butiker under de kommande månaderna. En viktig anledning är att filmdistributörerna inte släpper storfilmerna på video i samma utsträckning som tidigare. En annan anledning är den minskade efterfrågan.

- Videobanden kommer att vara borta överallt till nästa år, säger en anställd i en Blockbustersaffär i norra London.

Exakt när företaget ger upp videofilmen helt är ännu inte bekräftat.

Fakta

Dvd på väg att ta över

Antal hyrfilmer på vhs 2004:
851 078.

Antal hyrfilmer på dvd 2004:
1 561 618.

Antal köpfilmer på vhs 2004:
6 290 730.

Antal köpfilmer på dvd 2004:
16 342 512.

Uppgifterna kommer från Sveriges Videodistributörers Förening och avser leverantörsomsättning.

NÄRINGSBLIV

- Vhs försvinner gradvis. En anledning till att det är omöjligt att säga en exakt tidpunkt är att videon i många hem helt enkelt flyttat in i barnens sovrum. Barntitlar är fortfarande väldigt populära, säger en talesman för Blockbusters.

Andra återförsäljare har sedan tidigare beslutat att lägga vhs-konceptet på hyllan. HMV, som kan jämföras med Megastore, ska sluta sälja videokassetter från och med årsskiftet. Elektronik-återförsäljaren Dixons meddelar att de slutar sälja video-bandspelare i november eftersom efterfrågan helt och hållet har flyttats över till dvd-spelare, skriver The Independent.

Internationella branschsiffror visar att det förra året totalt såldes 13 miljoner vhs-filmer. Det ska jämföras med 111 miljoner sålda dvd-filmer.

I Sverige går utvecklingen åt samma håll, dock i en långsammare takt. Enligt Warner Home Videos står vhs-intäkterna i Sverige för mindre än 5 procent av den totala intäkten. I Norden

är motsvarande siffra 1 procent. Enligt Kris Serrien, marknadschef på svenska Warner, är dvd bättre för både konsumenterna och tillverkarna.

Konsumenterna får ytterligare mervärde med extra material samt bättre ljud och bild.

För tillverkarna är det lättare och billigare att producera dvd-titlar.



Dvd-filmerna ett allt större hot mot vhs.

- Den starkaste utvecklingen sker inom tv-serier på dvd samt musik-dvd med konserter och liknande. Den sistnämnda utgör 10-15 procent av försäljningen i Europa. Jag tror dock att det fortfarande finns en liten marknad för barntitlar på vhs. Jag tror också att de som fortfarande köper vhs (dock inte barntitlar) är "hardcore"-fans av formatet. Vi kanske borde belöna dem på något sätt för att få dem att gå över till dvd, säger Kris Serrien.

DAVID BODA

08-135138, david.boda@svd.se

Ny musikmobil rockar inte

Flashig skärmläckare och hipa ljud kan inte dölja bristfälligt innehåll

Trots att Motorolas Rokr-telefon är den första musikmobilen som använder iTunes så är den ingenting att hetsa upp sig över.

SvD Näringsliv testar

Rokr:s yttre är inte speciellt slående. Höljet känns billigt och designen är inte vad man kan kalla revolutionerande. Lagom tråkigt är en bättre beskrivning.

Menysystemet är plottrigt och krångligt. Man får känslan av att Motorola inte har tänkt till när de bestämde sig för upplägget och undermenyernas innehåll.

Men det som stör något fruktansvärt är att telefonen är sanslöst seg, speciellt när man lyssnar på musik. Trycker man på en knapp förväntar man sig att det ska hända någonting och det ganska omgående. Med Rokr får man oftast vänta ett tag innan mobilen har tänkt igenom nästa steg och får för sig att kliva in i handlingen. Det är vanligt förekommande att man trycker en gång till för att man inte tror att telefonen noterade det första trycket, vilket i sin tur leder till att man hamnar fel.

Det stora marknadsföringsdrag-plåstret som Rokr har till sitt förfogande är att den är den första musikmobilen som använder sig av iTunes. Tyvärr förstörs de positiva möjligheterna med den lösningen på grund av idiotiska restriktioner och att användaren har alldeles för få valmöjligheter till sitt förfogande.

Det mest korkade är att det bara går att föra över 100 låtar till mobiltelefonen och det oavsett om det finns plats för fler i minnet. Det näst mest korkade är att mobilen saknar vissa funktioner som har bidragit till att göra Apples mp3-spelare populära.

Det går inte att skapa "on the go"-spellistor, överföringen av musiken från iTunes går sakta och mobilen har ingen equalizer, vilket hindrar en från att ändra på ljudbilden. Annars är ljudkvaliteten bra. Det går även att lyssna på musik med telefonens inbyggda högtalare men då försvinner all bas, så det är inget man vill göra en längre stund.

De medföljande hörlurssnäckorna är ljudmässigt bra men de är stora, vilket medför att de inte passar alla. Dessutom är svarsknappen som hänger på hörlurssladden lite väl tilltagen. Mobilens hörlursjack är mindre än standardvarianten (3,5 mm) men det medföljer en adaptersladd som gör att det möjligt att använda ens favoritlurar om man vill.

En dum sak är att man inte kan



Utseendemässigt är mobilen inte särskilt upphetsande.

FOTO: JOAKIM STÅHL



Att mobilen bara kan lagra hundra låtar oavsett minneskapacitet är bara dumt.



Motorolas Rokr har en vga-kamera men den imponerar inte.

ändra volymen med volymknapparna utan att låsa upp knapplåset.

Bra är i alla fall att mobilen har ett flygplansläge som stänger av mobilens radiofunktioner men låter en använda den som musikspelare.

Rokr försöker ge intrycket av att vara en "bling-bling"-telefon. Men i stället för feta fälgar, tunga guld kedjor och diamanter ger den mer känslan av kattguld och glasjuveler. För det spelar ingen roll att den kan blinka i en massa färger, har en animerad skärmläckare som drar ner batteritiden, samt vibrerar och gör

hippa ljud så fort man gör någonting med den (det går som tur är att stänga av det mesta om man inte är lagd åt det hållet). Det handlar om billig yta för att dölja ett bristfälligt innehåll.

Finns det ingenting bra med telefonen? Jo, den är en okej som telefon. Det vill säga den gör det som man förväntar sig att en telefon anno 2005 ska kunna göra. Men även om man bortser från musikspelardelen, så finns det gott om andra telefoner som klarar lika mycket - och i det flesta fall gör det bättre. Mobilens

signalmottagning är det enda som är riktigt bra.

Det är synd att Motorola Rokr blev den mobil som först implementerade iTunes. Det hade nämligen varit intressant att se vad synergien skulle bidra med om telefonen hade varit riktigt bra. Som det är nu känns det mest som ett hafsverk.

Fakta

Har bara plats för 100 låtar

Modell: Motorola Rokr.

Typ: Gsm-trippelband, musikmobil.

Vikt: 107 gram.

Storlek: 108 x 46 x 20,5 mm.

Internminne: 5 mb. Minne: Transflash, 512 mb.

Samtalstid: 260 - 560 minuter.

Standbytid: 160 - 230 timmar.

Batteritid (musik): 15 timmar.

Skärm: 176 x 220 pixlar, 262 000 färger. **Kamera:** Vga, 4x digital zoom.

Övrigt: Flygplansläge, video, bluetooth, blixtlampa.

Pris: Cirka 3 000 kronor.



- Bra ljud
- Bluetooth
- Flygplansläge



- Seg
- Endast 100 låtar
- Dålig kamera

N24.se

Konflikt om digital-tv-boxar. Läs artikel på • N24.se

Webbkamera med 1,3 megapixel

Philips nya SPC900NC är en webbkamera som företaget själva beskriver som mycket kraftfull. Den har 1,3 megapixel, stillbilds-upplösning på 1240 x 960, videoupplösning på 640 x 480 och bildhastighet på 30 bilder per sekund i CIF samt 70 bilder per sekund i vga. Priset hamnar kring tusenlappen.



Doro vill vara tydliga

Nya trådlösa telefonen Doro 430 ska enligt företaget göra vardagslivet enklare. Den har stora knappar med bakgrundsbelysning så att det ska vara lätt att se siffrorna i sämre belysning.

Telefonen har en färgskärm som blinkar när det ringer. Det går även att zooma in text och siffror på skärmen.



Nya handdatorer från Palm

Palm introducerar två handdatormodeller. Palm TX har 128 mb internt flashminne, varav 100 mb är tillgängligt för användaren. Den har stöd för wi-fi och bluetooth.

Den kostar cirka 3 500 kronor.

Z22 är en enklare variant men 32 mb minne, varav 20 mb är tillgängligt för användaren. Den kostar cirka 1 300 kronor.

DAVID BODA
Bevakar ny teknik

david.boda@svd.se

