



Nettets portvoktere

Alle regner med at man snart skal kunne tjene penger i den digitale landsbyen. Og kremmerne slåss om bodplass ved porten.

Tom Ottmar var tidlig ute.

ANDERS GIÆVER

Torsdag lanserte Tele2 sin nye internettportal, everyday.com. Teleselskapet samarbeider med underholdningsselskapet Modern Times Group, som blant annet eier TV3 og deler av TVNorge. Målet er å bli størst i Norge.

Det er et ønske de ikke er alene om. For tiden satser multimedieselskapet Spray store ressurser på sin portal, spray.no. Nylig kom Dagbladet med sin start.dagbladet.no, Telenor med online.no, Microsoft med msn.no og fra før av har Schibsted brukt gigantsummer på sol.no.

AMERICA ONLINE

Ingen av disse tjener foreløpig noe særlig penger. Men de ligger klare og venter på at klondykeperioden skal gå over til å bli en gullalder.

En nettportal er i utgangspunktet ikke annet enn en hjemmeside med linker og pekere til forskjellige nyttige og populære steder på nettet, gjerne kombinert med tilbud om chat, gratis e-post og andre typer fancy nettjenester.

Ideen er at portalen skal bli et utgangspunkt og samlingssted for surfere, noe som igjen vil trekke annonsører og sponsorer. Det siste året har portalene oppnådd svimlende noteringer på børsen. Både Dagbladet og Schibsted fikk en voldsom kursøkning da de skilte ut portalene sine som egne selskaper for jul. America Online, som kjøpte opp hele Time-Warner gruppen for et par uker siden, er en av de største portalene på nettet, og har 22 millioner betalende abonnenter.

NORSK EVENTYR

– Jeg var inspirert av Yahoo og ir-

ritert over SOL, sier Tom Ottmar, direktør og redaktør for startside.no. Startside er internettventyret på norsk. NRK-teknikeren og journalisten Tom Ottmar begynte å pusle med en egen hjemmeside i 1996, hvor han ønsket å samle pekere og lenker til forskjellige nettstedet han mente var nyttige og interessante for journalister.

Ryktet om siden spredte seg raskt, og han fikk stadig inn tips om nye linker. Uten fancy design eller ressurskrevende bannere, men tettepakket med nyttig informasjon, doblet siden stadig brukertallet. Ottmar la ikke andre ressurser i den enn sin egen fritid og 180 kroner måneden i serverleie.

I oktober solgte han den til Schibsted og Telenor for svimlende 15 millioner kroner.

– Pågangen var så stor etter hvert at jeg var nødt til å få inn flere ressurser, sier Ottmar. – 17 investorer kom i tur og orden og ville ha lunsj med meg. Men de aller fleste ville bruke den til å pushe noe annet. For meg var det viktig at siden blir redigert utfra gammeldagse journalistiske prinsipper om forskjell på annonser og redaksjonelt stoff. Jeg vil at Startside skal representere den opprinnelige nettkulturen slik den var før «e-commerce» kom inn og forsimplet det hele; nyttig, logisk og forståelig.

Startside har beholdt sitt opprinnelige preg, selv om Ottmar har flyttet ut fra hjemmekontoret og inn med fem medarbeider i moderne Telenor-lokaler på Skøyen. Ottmar registrer at Norge er åsted for en av de hardeste portalkrigene på nettet og sier selv at han godt kunne tenke seg å bli størst i Europa. Men nå er han mer opp-tatt av å skaffe nok kontorstoler.



Vinterlederen på fiolet

