

Bent Fabricius-Bjerre er pianist, komponist og foretningsmand. Han er grundlægger og ejer af Metronome-koncernen. Claus Bülow Christensen er udviklingsdirektør i Metronome.



Det mest radikale **MEDIE**

*Metronome-koncernens varer
i kategorien 'underholdningstilbud'
egner sig glimrende til eksponering
via Internet.*

Ved underskrivningen af The Telecom Act 1996, et epokegørende dokument om ophævelse af restriktiv lovgivning indenfor amerikansk tele- og kabelnetindustri, udtrykte USA's præsident Bill Clinton sin begejstring ved den ventede effekt af de dermed ophævede monopoler: "På en regnfuld lørdag aften vil man på ét minut kunne bestille en hvilken som helst film, der nogensinde er produceret, eller lytte til en hvilken som helst symfoni, der nogensinde er blevet skrevet."

Dermed var tøjlerne sluppet. Amerikanske kabelnetselskaber kastede sig ind på telekommunikationsområdet, og telekommunikationsselskaberne kastede sig over kabelnetområdet. Der raser kampen nu, og en af de vigtigste slagmarker er Internet.

Underholdningsindustrien står med udsigten til realiseringen af det måske mest radikale medie til formidling af indhold; et globalt netværk, hvor det samme indhold vil kunne ses og høres samtidig hvor som helst på kloden - og hvor al det indhold, der til dato er produceret, vil kunne lagres i store computersystemer og hentes af hvem som helst, når som helst. Bill Clintons vision er ikke tom politisk se-hvad-jeg-har-lavet pral - den er alvor. Overalt på kloden følges udviklingen nøje af alle aspekter af underholdningsindustri, og de nye medier prøves af på mange måder.

Det gælder også Metronome. Metronome er en af Danmarks mest vidtfavnende virksomheder indenfor solid og kvalitetsbetonet underholdning - vi beskæftiger os med restaurandrift, biografdrift, film- og tv produktion, distribution af spillefilm, distribution af videobånd, produktion og distribution af musik, og, som det nyeste skud på stammen, distribution og produktion af multimedia på CD-ROM. De første store danske multimedia-titler på markedet fra vores selskab for de nye medier, Metronome Media, har været "TV 2 og

B.T.'s store fodbold CD-ROM" og "SantaZia - den interaktive julekalender".

Metronome Media har også Internet som sit arbejdsområde. I dag kan Internet stadig ikke betragtes som et egentligt forretningsområde for særlig mange virksomheder - hvis man da ikke er programmør eller lever af at sælge Internetopkoblinger. Men perspektiverne ved den teknologi, som Internet repræsenterer for en traditionel underholdningsvirksomhed, er på en gang faretruende og berusende tillokkende. Det er svært at sammenligne, men fremkomsten af filmen, tonefilmen, farvefilmen, fjernsynet, farvefjernsynet, musik CD'en, videomaskinen, Dolby Surround og multimedia PC'en er alle eksempler på nye teknologier, der relativt hurtigt er blevet accepteret og taget godt imod af klodens forbrugere af underholdning.

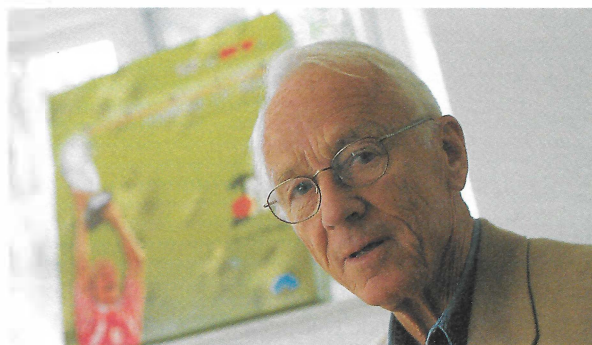
Med Internet har der realiseret sig et nyt medie, der rummer potentialet til på én gang at kombinere det bedste fra alle de eksisterende medier. Fornemelsen for denne rækkevidde er tilstede hos mange virksomhedsledere.

begyndt at bruge elektronisk post frem for telefoni. Vi ser det på Metronome hos de medarbejdere, der er begyndt at bruge e-mail.

Derudover er anvendelsen af de ubegribeligt omfattende og effektive søgemuligheder på World Wide Web (WWW) lynhurtigt blevet et naturligt redskab for adskillige medarbejdere.

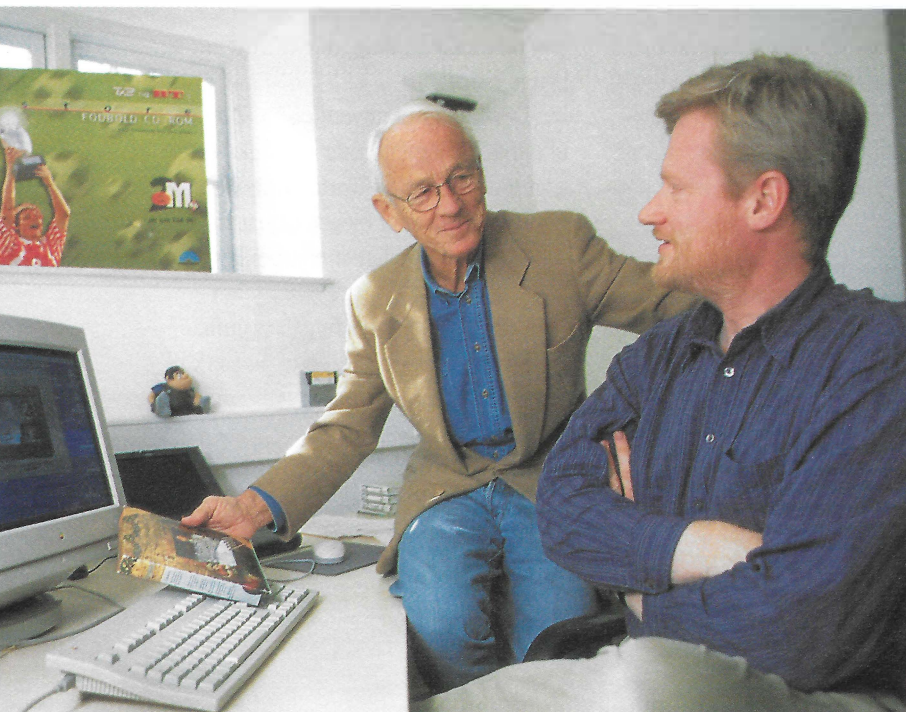
Metronome valgte i ét hug at tilslutte virksomhedens eksisterende netværk til Internet via en ISDN forbindelse og en Firewall (sikkerhedsforanstaltningerne må ikke undervurderes!), og stort set alle medarbejdere havde derfor med ét adgang til alle faciliteterne på Internet. Og vi er overbeviste om, at en virksomhed som vores, hvor de fleste har mange kontakter, og mange også har internationale forretninger og aktiviteter i gang inden for film- og tv-branchen, ikke vil kunne undvære de omfattende faciliteter, som Internet giver.

Men dette er kun begyndelsen, og kun den ene del af Internets betydning for Metronome koncernen. Vore egne varer i kategorien underholdningstilbud



Et stort og hastigt voksende antal danske virksomheder kobler sig på Internet i mere eller mindre omfattende grad. Næsten alle kan se de øjeblikkelige fordele ved e-mail, der får gængs telefoni og telefaksning til at ligne runestenshugning - især når man ser på bekvemmeligheden og effektiviteten i en virksomhed, hvor medarbejderne for alvor er

egner sig glimrende til eksponering via Internet, og vi har siden slutningen af 1995 været repræsenteret på World Wide Web (www.metronome.dk). Gennem 1996 har vi langsomt udbygget vores tilstedeværelse på Internet og bl.a. ansat foreløbig én medarbejder udelukkende til at designe og vedligeholde vores web-sider.



Vi beskæftiger os med lyd og billeder, og lyd og billeder lader sig i dag kun formidle til forbrugeren på Internet med ret så langsommelige telefonforbindelser. Alligevel kan man give folk ganske gode oplevelser af f.eks. en spillefilm på Internet til trods for mediets nuværende begrænsninger. Vores anvendelse af WWW har udadtil indtil videre været relativt traditionel, men indadtil eksperimenterer vi med de mange muligheder for formidling af underholdning via Internet i fremtiden - og vi planlægger allerede nu vores anvendelse af Internet, når fremtidige muligheder for højhastighedsforbindelser, f.eks. via eksisterende tv-kabelnet, bliver en realitet.

Vi vil være i stand til at sælge underholdning direkte til folks multimediamaskiner, når teknologien tillader det, og vi har allerede gjort os de første erfaringer med f.eks. salg af vores varer via det interaktive Internet.

Interaktiviteten er den mest spændende udfordring i de nye medier, både CD-ROM og Internet. De fortælletekn-

ske regler for f.eks. en spillefilm har haft 100 år til at udvikle sig til et filmsprog, som alle er trygge ved og kan forholde sig til, når de sætter sig ind i en biograf for at lade sig underholde og stimulere intellektuelt i et par koncentrerede timer. Men de nye interaktive medier har kun haft ganske få år til at udvikle sig, og vi må se i øjnene, at der går nogle år endnu, før mediet er modnet.

Hvis man vil være en væsentlig spiller i fremtidens mediebillede, er det er vigtigt at gøre sig de første erfaringer allerede nu, hvor teknologien bag fremtidens medier så småt er klar til brug. På vores homepage på WWW har vi således f.eks. allerede eksperimenteret med både eksponering af en spillefilm og med dialog mellem instruktøren og hans publikum.

Metronome står for den danske distribution af "Breaking The Waves", og vi fik Lars von Trier til at indgå i en interaktiv dialog med den del af filmens publikum, der fandt frem til filmen på Internet. Vi annoncerede med filmens Internetadresse på filmens annoncer i dagspressen, og fik dels mange folk til

at slå op og læse om filmen og dens baggrund og se et lille videoklip med Lars von Trier, dels til at skrive kommentarer om filmen. Disse kommentarer er løbende blevet besvaret af von Trier, og på filmens Internet sider kan man således, sammen med de øvrige informationer, få en række meget interessante førstehåndsindtryk af folks reaktioner på den fascinerende og anderledes film, og samtidig læse instruktørens svar til hans publikum.

Vi har også eksperimenteret med at koble en Internetpromovering af vores fodbold CD-ROM med en fodbold-quiz, som mange folk har moret sig med at prøve at besvare korrekt (det er kun lykkedes for få, der til gengæld er blevet belønnet med en præmie!). Også fremover når vi lancerer projekter som f.eks. vores interaktive CD-ROM juleeventyr, "SantaZia", vil vi udbygge med aktiviteter på Internet i form af en Internet-julekalender, der udvider oplevelsen med CD-ROM'en.

Den nærmeste fremtid byder altså på flere nyskabende og direkte muligheder for at tilbyde publikum vores underholdningstilbud via Internet. Vi forsker og researcher løbende i de mange idéer og tiltag, der skyder frem indenfor Internetindustriens vildtvoksende grene; bag de mange fremspringende teknologier og særprægede koncepter gemmer der sig konstant en potentielt genial idé, der ville kunne blive "the killer application"; netop den idé, der får det hele til at falde på plads, og som alle straks tager til sig. (I begyndelsen, da fjernsynet kom frem, vidste man f.eks. ikke, hvad man egentlig skulle bruge teknikken til - man troede faktisk først og fremmest, at den kunne udnyttes ved, at man kunne se hinanden under telefonsamtaler. Selv Edison kunne ikke forudse perspektiverne, da han i sin tiden opfandt telefonen; han så den først og fremmest som en metode til at høre en opera over lange afstande.)

For en underholdningsvirksomhed som Metronome er det en naturlig del af virkeligheden her i slutningen af 90'erne, at vi betragter de interaktive medier og et potentielt distributionsmedie for underholdning som Internet som en integreret del af vores virke. Men når man nu taler om alle de aspekter, der er ved Internet som formidlingsmedie for underholdning, så må man ikke glemme, at et så kraftfuldt medie også har andre vidtrækkende perspektiver for den globale bevidsthed.

Et af de mest ærefrygtindgydende tiltag kommer tankevækkende nok fra en af de markanteste eksponenter for global

underholdning, nemlig den amerikanske filminstruktør Steven Spielberg. Han stiftede i 1994 "Survivors of the Shoah Visual History Foundation", der har sat sig som mål at samle alle tænkelige vidnesbyrd om verdenshistoriens måske frygteligste tildragelse, nazisternes jødeudryddelser under 2. verdenskrig. Spielberg bidrager personligt med arbejde og store summer til dette non-profit projekt, som også får tilskud fra fonde og frivilligt arbejde. Frem til udgangen af 1997 optager hundredevis af mennesker i titusindvis af 2-timers videointerviews med overlevende fra koncentrationslejrene; de sidste mennesker, der kan aflægge vidnesbyrd om det

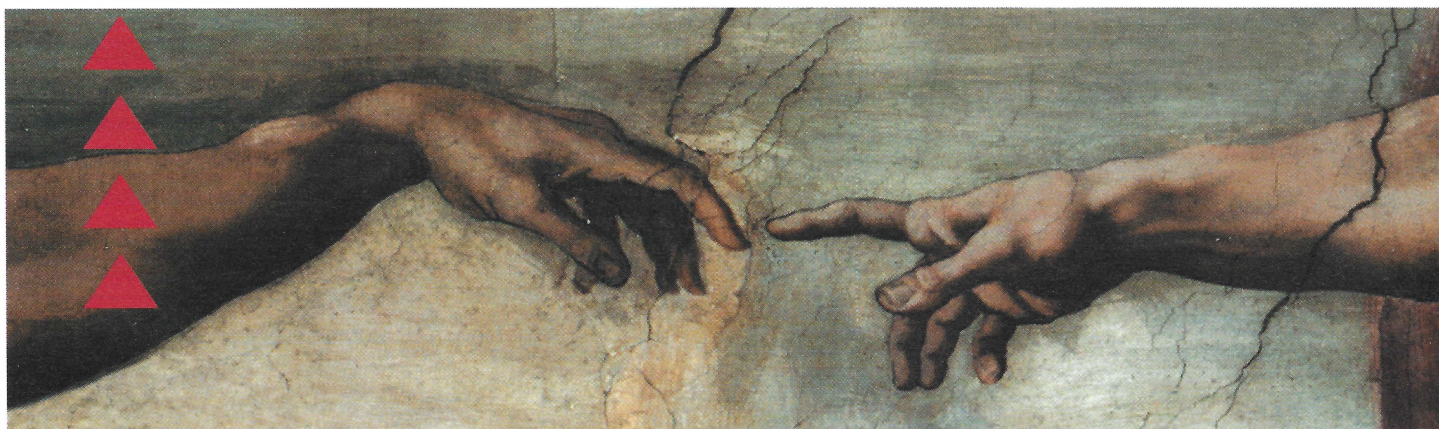
Holocaust, som ikke må glemmes.

Spielberg vil bruge Internet som en global hukommelse for Nazisternes forbrydelser - "The Visual History Foundation" digitaliserer, katalogiserer og lagrer optagelserne med den bedste teknik, der findes i dag, og optagelserne gøres frit tilgængelige for alle Internet-brugere i fremtiden.

Et sådan tiltag kan ses både som den endegyldige retfærdiggørelse, og den fuldbyrdede accept af et nyt medie og dets globale perspektiver som et relevant værktøj for hele medieindustrien. ♦

▲ WEB - DESIGN

▲ HANDLER OM KOMMUNIKATION...



BESØG VOR INTERNET BUSINESS GUIDE PÅ:

www.3logic.dk/abc

3logic er et Internet rådgivnings- og produktionshus som løser opgaver for bl.a. Ugebrevet Mandag Morgen, BG Bank, Nykredit, Københavns Kommune, Kunde & Co, Mexico's Ambassade og Sybase Danmark.

3logic

Internettet er en realitet.

Alle er enige om, at mulighederne er enorme.

Men hvordan ser mulighederne ud, her og nu?

Hvordan tjener en virksomhed penge ved at investere i Internet?



Internet på arbejde