

En ny modell for nettbetaling

Hvordan får man folk til å betale for innhold på nettet? Betalingsmurene har åpenbare mangler. Brukerne har begynt å blokkere annonsene. Avisene svarer med å blokkere brukerne.

Kronikk

Tom Ottmar



Jeg tror ikke på noen banebrytende oppfinnelse, men er sikker på at byggeklossene til «den store betalingsløsningen» finnes allerede.

Brukerne vil slippe å betale for innhold. Skal de betale, må det være på ett sted, men med tilgang til alt betalt innhold overalt (Spotify-modellen). Å tegne en mengde enkeltabonnementer eller stykkpris er uaktuelt for flertallet. Folk ønsker ikke tunge og irrelevante annonser. De vil ikke overvåkes.

Nettavisene vil at innholdet skal betales for. De vil ha informasjon om brukerne, slik at annonsene kan målrettes. Avisene ønsker å bruke mer plass på annonser og flere annonsører.

Annonsørene vil være synlig overalt (slik Google tilbyr) og treffe kundene presist (slik Facebook tilbyr). De vil betale mindre og ha mer plass til budskapet sitt. Annonsørene synes de får for lite igjen for pengene.

Klikkraten er katastrofalt lav fordi målrettingen er mangelfull.

Uforenlige krav? Det trengs altså en ny form for betaling som ikke føles som betaling og en metode for å samle inn persondata som ikke oppleves som overvåkning. Det trengs en ny type annonser som inneholder mer informasjon, treffer bedre og er rimeligere - men som samtidig tar mindre plass.

Det trengs et forløsende grep, som kan være å innføre en «kupong».

I årevis har avislesere i blant annet USA og England klippet ut kuponger som trykkes i



annonser må kunne målrettes mot brukere med bestemte interesser på et bestemt sted. Da vil kjøpmannen treffe sine kunder og betale godt. Foto: Hampus Lundgren

avisen, tatt dem med seg til butikken og fått rabatt på et produkt. Modellen er digitalisert.

Spillapper som Hay Day utsteder «diamanter». Når du når et mål, får du en diamant som kan byttes mot fordeler. Diamanter er spillens valuta. Du får diamanter ved å se en videoannonse. Spillprodusenten får inntekter gjennom å vise annonser til brukere som beviselig ser dem. Du kan også kjøpe diamanter for rene penger.

En slik mellomvaluta trengs også i innholdsbransjen. La oss kalle dem «viewcoins»: En kjøpsvegrer må kunne «betale» for innhold på mange måter som alle er gratis for vedkommende, men som gir inntekter for nettstedet. Man kan skaffe viewcoins ved å for eksempel:

- Motta mailer med annonser som man må klikke på
- Se videoannonser
- Gi informasjon om seg selv: interesser, bosted, etc.
- Surfe rundt på deltagende nettsteder og være innlogget, det vil si være sporbar for annonsører
- Dele, stemme, besvare undersøkelser og så videre

Nettstedene «selger» sitt innhold mot viewcoins. En normal artikkel kan koste én viewcoin, større artikler mer. Det vil sikkert bli misbruk, men alt som omsettes er en rett til å se innhold. Viewcoins kan ikke byttes tilbake til penger.

Man kan tjene viewcoins på Meny eller Elkjøp, mange vil handle der da. Få viewcoins som gavekort eller medlemsfordel. En viewcoin kan være en kode på et papir, som du taster inn på nettet. Få viewcoins rett inn på mobilen fra en iBeacon.

Det viktigste er å få folk til å gi opplysninger om seg selv og sine interesser. I stedet for å spionere, hvorfor ikke spørre rett ut? Jeg bytter gjerne ufarlige opplysninger mot kvalitetsinnhold når jeg dessuten ser at annonsene blir mer relevante og nyttige. Da kan nettavisene skru av «overvåkingen», de vet jo allerede alt.

Et nasjonalt inntjeningsystem må trolig bestå av tre deler: viewcoin-delen, et kunderegister og en annonsemekanisme. De spiller sammen. Systemet kan leve parallelt med eksisterende betalingsmurer og annonseverktøy.

Samtidig kan annonsene forbedres. En annonse kan først være et bitte lite frimerke, men så folde seg ut når man klikker - og avdekke et helt kundemagasin, uten at man går noe sted - alt skjer på selve avissiden. Man må kunne navigere inni selve annonsen. Teknologisk sett er dette trivielt.

Annoser må kunne målrettes mot brukere med bestemte interesser på et bestemt sted. Da vil kjøpmannen treffe sine kunder og betale godt. Avisen blir en konkurrent til Facebook og Google.

Viewcoins er for alle nettsteder med kostbart innhold. Norge er i perfekt posisjon: Vi trenger underlig en nasjonal betalingsløsning, vi har kompetansen og vi har pengene.

Det eneste vi ikke har er aktører som spiller sammen. Mediehusene utvikler hver sin betalingsmur ribbet for finesse, kun basert på hard cash. Det er mildt sagt korttenkt og smått og gavner hverken brukerne eller bransjen, trolig heller ikke den enkelte aktør.

Tom Ottmar, datautvikler

På nattbordet Beate Nossum



Alder: 45

Stilling: Daglig leder, Beat Communications

- Akkurat nå har jeg tre bøker som ligger der. Den ene, som jeg er midt i, er Tore Renbergs «Vi ses i morgen».

- Er Renberg en forfatter du har fulgt over tid?

- Jeg tenkte faktisk på det i forbindelse med denne, at mye av det som er fantastisk med å vokse opp er å følge jevnaldrende forfattere gjennom forfatterskapet deres. Det gjør at man ser med andre briller selv på bøker som ikke er så gode. De blir interessante fordi de gjenspeiler en utvikling. Det er en utrolig opplevelse.

- Med eldre forfattere ser man dette i fortellinger. De blir eldre og annerledes. Men at dette også gjelder egen generasjon. For en skremmende tanke.

- Og «Vi ses i morgen» vokser fra side til side. Ellers ligger siste bind av Haruki Murakamis «1Q84» der, som jeg akkurat er blitt ferdig med. Jeg ble nærmest avhengig. De siste fire hundre sidene gruet jeg meg til at den skulle være over.

- Det er et fint skussmål å gi en bok. Du klarte altså å akseptere de ganske spesielle premissene?

- Ja, det blir som å flytte inn i et annet univers.

- Kunne du blitt en god leiemorder, i «1Q84»-tradisjonen?

- Ja, det tror jeg. Hvis forutsetningene lå der. Men jeg håper det ikke blir aktuelt. Nå jobber jeg riktignok i en suspekt bransje, men så ille er det likevel ikke blitt. Den siste boken passer nesten bedre i «På Nattbordet» enn noe annet sted, Mimir Kristjånssons «Slik blir du superrik». Jeg hadde den med meg til frisøren og fikk lange blikk. Den var mer personlig enn jeg hadde tenkt, med skildring av et flott forhold mellom mor og sønn. Børs og den store familie-katedralen!