

Tom W. Ottmar, ABC Startsiden:

One man show

SOL: Med mektige Schibsted i ryggen skulle de bli Norges svar på America Online. Ledet av skarpe eks McKinsey konsulenter brente medi-giganten av en halv milliard kroner. **Resultat:** En av de mest besøkte portalene i Norge.

ABC Startsiden: Én mann med en idé om å lage et verktøy for å gjøre research på nettet enklere og mer effektivt. Alt arbeid gjort på fritiden. Ikke én krone brukt på markedsføring, bare mye tid. **Resultat:** En av de mest besøkte portalene i Norge.

Tom W. Ottmar, mannen bak det kanskje merkeligste fenomenet i Norge på nettet, er i hovedtrekk enig i vår lille analyse.

-SOL startet med mye penger, satset på avansert teknologi og design pluss eget innhold. Nå har SOL ikke lenger eget innhold, de har trukket tilbake mange av de teknologiske løsningene og er langt mer forsiktige med pengebruken, sier Ottmar analyserende.

Han mener situasjonen illustrerer svært godt hva som skjer på nettet i dag. Mens enkelte leter med lys og lupe for å finne ut hva som skal til for å lykkes, har han truffet spikeren på hodet fra dag en.

Hobbyprosjekt

Ottmars eventyr startet en sommerdag i 1996. Han hadde skjønnet at Internet var en uvurderlig kilde for research i jobben han den gang hadde som journalist i NRK. Men problemet med nettet var at verktøyene var for dårlige og informasjonen var vanskelig å finne.

Scenarioet til Ottmar var en typisk arbeidsdag i NRK. -Man får en sak på morgenmøte og skal i løpet av en halvtime gjøre research før man drar og intervjuer. Klokken halv ett skal man på luften, forklarer Ottmar.

For gjøre denne arbeidssituasjonen noe lettere måtte man ha et godt og effektivt verktøy.

Siden ingen i NRK tente på Ottmars idé, startet han på privat initiativ en side der han samlet nyheter, søkemotorer, guider og forklaring til hvordan de best kunne brukes.

-Tjenesten måtte være lynrask og man måtte finne informasjonen med færrest mulig klikk, forklarer Ottmar. Slik ble i korte trekk Startsidens til.

Siden den gang har tjenesten vært drevet privat fra stua til Ottmar. En fritidsbeskjeftigelse som bokstavelig talt har tatt helt av. Nå er Startsidens en av de mest besøkte tjenestene på nettet og har ifølge Kapital DATAs WebTopp over syv millioner sidevisninger i måneden! Ifølge Ottmar nærmer Startsidens seg åtte millioner sidevisninger, og dette øker raskt uten han har noen fornuftig forklaring på det.

Alt dette uten at det er brukt en krone på markedsføring. Maskiner og annet utstyr har vært utlånt som ren goodwill. Etter å ha brukt to år på å slåss med folk som ville kjøpe tjenesten, kom Telenor inn på eiersiden fra mars i år. Tjenesten har nå flyttet ut av stuen til Ottmar. To nye journalister er også på plass.

Suksessfaktorer

Når vi spør Ottmar hva som er formelen for suksess er han krystallklar: -Tjenesten har ikke vært kommersiell. Det er ingen som har dyttet reklame opp i fjaset når man har surfet.

Det har og hele veien vært en faglig betinget og renhårig tjeneste. Dernest har jeg nok gjort en grei faglig jobb med å plukke ut innholdet som har blitt presentert og i tillegg har det kompakte og innholdsrike brukergrensensnittet vært en medvirkende faktor. Det er satset kun på nytteverdi, sier han.

Han stikker heller ikke under en stol at erfaringene som journalist nok har hjulpen han i både jobben med å plukke ut hva som skal få plass på siden og hvordan man skal presentere det. For når alt kommer til alt, er det kommunikasjon det hele koker ned til.

Når vi spør Ottmar om hva han synes om andres nettsatsninger er det ikke mye begeistring å spore. -Mye er preget av kunnskapsløshet og er kun laget for å tjene penger. Dårlig grunnarbeid, penger brukes på feil ting, kortsiktighet, mangel på holdninger til hva det skal gavne og mangel på perspektiv, er noen av karakteristikken Ottmar gir norske nettsatsninger.

Han mener mye av satsningen er for tungt styrt av databransjen som er altfor ivrige på å selge inn tunge teknologiske løsninger uten å tenke på hvordan man kunne løse ting på en enklere og bedre måte. -Det er for mye teknologimakt og økonomimakt og for lite ressurser når det gjelder eksperter på pedagogikk og kommunikasjon. Jeg velger å kalle Internett et medium og det mangler medievitere, sier Ottmar som mener hans mediebakgrunn er noe av årsaken til at han har lyktes.

Jeg er opptatt av mediet, av grenseflaten. Det er denne flaten som er Internet - hva du får i fjaset. Om det står en server bak til en milliard kroner hjelper ikke det dersom det ikke virker, avslutter Ottmar, som for øvrig synes det er synd SOL ikke har den halve milliarder å bruke nå, når de vet hva som virker, sier Ottmar som til nå har brukt hver ledige time av døgnet på Startsidens - en "million" timer, i følge ham selv. (hl)

Én mann og en idé. Tom W. Ottmar har lyktes over måte med sin ABC Startsidens.

