



Back



Forward



Stop



Refresh



Home



Autofill



Print



Mail

INTERNETT

For innspill eller kommentarer: Ta kontakt med Hans Jørn Næss på e-post: hjn@kapital.no

Forbud eller business?

Den tyske 18-åringen som gikk amok på sin gamle skole i tyske Emsdetten, har skapt ny debatt om dataspill – og krav om forbud. Samtidig er disse spillene blitt stor butikk, både for utviklere og spillere. Counter-Strike er et eksempel på dette. **Spiegel Online** skriver om det tyske laget Alternate aTTaX som spiller tallrike kamper i både Bundesliga og Champions League. Medaljer og pokaler preger veggene i treningslokalene, og taktikkprat tilhører dagens faste rutiner. Counter-Strike er et spill der terrorister kjemper for å gjennomføre sine planer i kamp med anti-terrorstyrker. I hvilken vinkel skal vi kaste granatene er et av temaene som diskuteres på treningskveldene. I World Cyber Games måtte det tyske laget se seg slått av polske Pentagram, men likevel kasserte Alternate aTTaX i juni og juli 80.000 dollar i prispenger.



Endelig overskudd for internetthype:

yaTacks dot-comeback

Husker du yaTack? Selskapet med Jan Haudemann Andersen og mange andre profilerte eiere som skulle ta verden med sin internettbutikk, men som misset ett eller flere steder på veien. Mangelen på omtale betyr imidlertid ikke at yaTack har forsvunnet fra kartet. Selskapet lever i beste velgående, og yaTack-sjef Olee Olsen forventer en kraftig økning av omsetningen.

– Vi ligger an til å få en topplinje på mellom 25 og 30 millioner kroner, noe som er en dobling fra i fjor, sier amerikaneren til Kapital.

Det var imidlertid på nippet at selskapet ikke gikk konkurs for noen få år tilbake. Etter en periode hvor det var mye penger i selskapet, men mindre styring over kjedelige ting som logistikk og varelager, holdt det på å gå galt. yaTack måtte en liten tur innom skifteketten, men overlevde.

– Det var en mengde uavhentede pakker på postoppkrav, og vi lærte fort at fraktkostnader er mer enn bare en pakke fra A til B. I tillegg hadde vi et stort lager, og kredittiden vi gav var større enn den vi fikk. Når vi da vokste ganske kraftig i omsetning, medførte dette at vi fikk det strammere og strammere, sier Olsen.

Julen 2002 sa det pang, og krisen endte med at Olsen, i lag med flere andre tidligere ansatte, la penger på bordet for å sikre seg kontrollen i selskapet. I dag er det bare tre eiere, og forholdsvis få ansatte. Det første grepet som ble gjort, var å få kontroll på gjel-



FOTO: HVAM, STEPHEN

Olee erobreren: yaTack-sjef Olee J. Olsen har vært med på å snu selskapet fra å være et tapssluk til å bli profitabelt. Nå vil han ut av landet med selskapet.

Passord frustrerer



Ni av ti brukere synes det er frustrerende til enhver tid å måtte huske på mange forskjellige passord for å logge seg på nettverket eller ulike applikasjoner. Citrix Systems har gjennomført en undersøkelse om passordadministrasjon blant 204 av sine nordiske kunder. Undersøkelsen viser at tapte og glemt passord fører til stor belastning på IT-avdelingen. Hver femte bedrift melder om sikkerhetsbrister som en konsekvens av tapte eller stjålne passord. Åtte av ti bruker enten et Excel-skjema, PostIT-lapper eller andre egenutviklede teknikker for å huske passordene. Fire av ti IT-sjefer tillater brukerne selv å velge passord til innloggingen, 55 prosent tillater det til en viss grad, mens bare fire prosent tildeler samtlige passord til de ansatte.

den. Deretter ble selskapet re-kapitalisert, slik at det var mulig å drive videre.

– Det tok tid før vi fikk helt kontroll over situasjonen, sier Olsen. – Mye skulle ryddes opp i, og det var ikke enkelt.

Betalingsanmerkingene brukte vi et helt år på å fjerne.

– Hvor mange var det?

– Mange. Mange.

Det siste steget før selskapet har blitt snudd helt rundt til et bunnsolid internettelskap er å få positiv egenkapital, noe som skjedde i oktober i år.

Olsen selv er et relativt ubeskrevet blad for de fleste leserne våre, men han har vært i selskapet, bransjen og i Norge i flere år. Han jobbet for ASK/Proxima i Fredrikstad og ble hentet inn til yaTack i slutten av 1999 av Jan Haudemann Andersen. Nå vil han først få selskapet inn til et lite overskudd i 2006 før han virkelig tar sats for å ekspandere videre både i Norge og utenfor landets grenser. Og det er privatkunder og kvinner som er nøkkelen, skal vi tro Olsen.

– Helt fra starten av har vi fokusert veldig på privatkunder, og da spesielt kvinner. I de fysiske butikkene er det kvinnene som har kontroll når noe skal handles. Det samme ser vi nå etterhvert på nettet, sier Olsen.

yaTack-sjefen peker på at det i USA er damene som for alvor har festet sin hånd om VISA-kortet på nettet. Som en konsekvens av dette har yaTack en bevisst satsing på å treffe damene i

markedsføringen.

– Vi har et produktspekk som er tilpasset kvinner, og vi prøver å kommunisere dette tydelig ut mot markedet. Så langt ser det ut som om vi har lykkes

shoppingen på nett.

For å befeste grepene om de kvinnelige kundene satser yaTack blant annet på annonsekampanjer i såkalte "kvinneblader". I tillegg er farger viktig.

– Vi opplever at kvinner setter pris på et bredere utvalg tilpasset personlighet og livsstil. Der de fleste nettbutikker og andre tilbyr kun svart og sølv, finner du hos oss turkis, lilla og rosa.

Det er imidlertid ikke bare kvinnene Olsen prøver å nå. Han prøver også å få med seg produsentene på laget. Målet er at flere produsenter ser at det å bruke selskapet som produktlanseringskanal eller distribusjonskanal er en effektiv måte å gjøre det på.

Olee Olsen.

Helt fra starten av har vi fokusert veldig på privatkunder, og da spesielt kvinner. I de fysiske butikkene er det kvinnene som har kontroll når noe skal handles. Det samme ser vi nå etterhvert på nettet, sier Olsen.

– Vi har kjørt kampanjer når produsenter har lansert et nytt produkt. En produsent lanserte en mp3-spiller og var usikre på hvor mye salg de kunne få i kamper mot de store. Vi gav den god plassering i kundemagasinet vårt og på nettet. Resultatet ble et salg som var veldig høyt hos oss, og i tillegg kom Elkjøp og Expert på banen med store ordrer på produktet. Vi vil ikke konkurrere med de store når det gjelder pris på produkter som har vært på markedet en stund, men vi kan definitivt konkurrere på de nye tingene. Vi pleier å si at vi har Nordens minste lager, men samtidig lageret med de ferkestede varene innen elektronikk.



godt. I gruppen mellom 20 og 30 år er cirka 45 prosent av våre medlemmer kvinner. Ser vi på kjøpsandelen i den samme gruppen er tallen enda høyere, så det viser at kvinnene er i ferd med å ta over