

Manden der kom ind fra skyen



Knud Teddy Rasmussen, digitalredaktør

Forleden sagde en kollega her på avisen:

“Jeg er ikke helt sikker på, at jeg forstår, hvad det er for en sky, I somme tider skriver om.”

Indrømmet: Forsøget på at give et kort og klart svar blev vistnok længere end egentlig ... ja, klart. Så den bedste og korteste forklaring ville nok have været et andet spørgsmål:

“Kender du **Dropbox**?”

Uden at have statistisk belæg for det overhovedet, kan man roligt godt gå ud fra, at netop Dropbox er en af verdens mest populære cloud-tjenester i dag.

Til dato har det især handlet om at have et sted ude i skyen – eller på Dropbox’ servere, om man vil – hvor man kan lægge noget af sit digitale indhold (f.eks. fotos, lydfiler, vigtige dokumenter). Det er praktisk, fordi man så kan få adgang til det hele, uanset hvor man er i verden – bare man har forbindelse til internettet.

Endnu er det ikke meldt ud officielt. Men i dagens tophistorie kan man læse, at Dropbox nu er på vej til at indgå i nye samarbejder med verdens mobilselskaber. De skal så at sige finde på noget nyt, som kunderne kan bruge deres hurtige 4G mobildataforbindelser til.

Det løfter dansk-portugisiske **Lars Fjeldsøe-Nielsen** fra Dropbox lidt af sløret for, når han fortæller om virksomheden, som han arbejder for i San Francisco.

Mindst lige så spændende er dog hans øjebliksbillede og vurdering af situationen på den amerikanske vestkyst. Han fortæller bl.a., at mange af de unge it-genier ikke længere gider at arbejde i Silicon Valley. De vil være i byen – helt konkret San Francisco.

Og så er det blevet sværere for venture-kapitalen at komme ind i nye virksomheder. De foretrækker nu business angels, der kommer med mere end bare kontanter.

Dansk videoovervågning nu i pakkeløsning

HVEM:

Andreas Pettersson, manager, Multiplatform Business, Milestone Systems

HVAD:

Sammen med flere hardware-partnere tilbyder Milestone Systems færdige boksløsninger, hvor der kun skal kobles kameraer til

HVORFOR:

Milestone Systems har hidtil kun solgt sin overvågningssoftware gennem partnere, som så har stået for integration af software og hardware og det endelige salg til virksomhedskunder.

Af Peter Møller Christensen

Hvorfor begynder I nu at sælge videoovervågningssoftware integreret med hardware, når I hidtil har haft et princip om, at Milestone Systems overlod al integration med hardware til salgskanalen?

“Det gør vi for at komme de kunder i møde, der kun har behov for ganske få kameraer, kan nøjes med én enhed, hvor softwaren er installeret fra hardwareproducentens side.



Andreas Pettersson står i spidsen for Milestones Arcus-division. PR-foto

“Det gør henholdsvis datalagringsleverandøren **Lenovo**, **EMC**, **Veracity** og **Razberi Technologies** samt kameraleverandøren **ISD**.”

Hvorfor har I valgt netop disse samarbejdspartnere?

“Samarbejdet med **Lenovo-EMC** startede tidligt, da **Lenovo** i høj grad ønskede at adressere samme marked som os. **Veracity**-samarbejdet har vi taget initiativ til for at kunne tilbyde en større kapacitet med et grønt produkt til de kunder, som sætter et lavt strømforbrug i højsædet. Med **Razberi** kan vi tilbyde markedet små simple opbevaringsenheder, hvor den nødvendige switch er integreret i enheden. **ISD** giver os på den anden side mulighed for at lade softwaren køre direkte på kameraet, hvormed brugeren helt vil kunne undvære en selvstændig boks.”

Hvad er Milestones overordnede vision med Arcus, som I har døbt jeres nye integrerede softwareplatform?

“Visionen er at finde en simpel men kvalitativ videoovervågningsløsning til en attraktiv pris. Det vil udvide antallet af potentielle brugere af vores software, samt desuden skalere vores forretning.”

Dermed sparer vi en arbejds-gang hos salgskanalen og kan bringe den samlede omkostning ned. Med dette bliver vi bedre i stand til at adressere et videoovervågningsbehov, hvor brugere, som i dag er nødt til

at benytte analoge kameraer, i stedet kan få højere kvalitet og flere muligheder med digitale, IP-baserede kameraer.”

Hvem leverer hardwaren til de integrerede systemer, som I fremover vil sælge?



PR-foto

Vækst koster hos 123hjemmeside

Likviditeten er stort set eneste grænse for væksten hos **123hjemmeside**, der leverer hjemmesideløsninger for mindre virksomheder, enkeltpersoner med dedikerede hobbyer mv.

Sådan udtrykker adm. direktør og medstifter **Morten Elk** situationen, efter at have sat sin underskrift på et regnskab, som udviser et underskud før skat på 1,6 mio. kr. mod et plus på 2,7 mio. kr. i 2011.

“Vi træder tungt og kontrolleret på speederen i 2012 og 2013 og kan se, at forretningen vokser som forventet. Allerede i 2014 vil der være et pænt, positivt resultat ud fra det store antal kunder, som vi har fået de seneste kvartaler,” siger Morten Elk, som kan fremvise en vækst i omsætningen fra 27,4 mio. kr. i 2011 til 33,3 mio. kr. i 2012.

123hjemmeside har netop udvidet med seks nye lande.

pmc

“De seneste produktlanceringer styrker efter vores vurdering Nokias muligheder for at øge smartphone-salget betydeligt i løbet af 2013”

Morten Imsgard, aktieanalytiker, Sydbank



PR-foto



PR-foto

Måling af personlige data som livsstil

Sideløbende med diverse it-firmaers, -analytikerers og -trendforskernes megen tale om big data har der på det personlige plan udviklet sig en trend, hvor mennesker med hang til den slags måler, hvad de kan komme til at måle på sig selv.

Det har radioværten på **DR P1**'s teknologimagasin **Harddisken Anders Høeg Nissen** sat sig for at beskrive i en ny bog om emnet.

“Selvmåling handler om at tage ansvar for sig selv og udforske sine vaner og sin hverdag. Og det gælder både, når det handler om at smide fem kilo, om at løbe længere, koncentrere sig bedre, blive mindre syg og arbejde smartere – eller, let paradoksalt, om at blive bedre til at slappe af,” skriver Høeg Nissen om begrebet selvmåling. “Det man måler er man selv – Data, dimser og drømmen om et bedre liv.” Forlaget Gyldendal Business. 300 kr. Udkommer i dag.

pmc