

## Magasin fra den svenske kirke

Eksistensielle spørgsmål har stigende interesse i store grupper af befolkningen – også i Sverige, hvor den svenske kirke netop har lanceret et nyt magasin med titlen »Existera«. Den svenske kirke blev for en del år siden helt skilt fra staten og fungerer nu selvstændigt bl.a. med sin egen mediekoncern – Berling Media,



der står bag magasinet. I forvejen udgiver mediekoncernen en avis – Kyrkans Tidning – og et mere livsorienteret tidsskrift, der hedder Amos. »Existera« skal i første omgang udkomme i 10.000 eksemplarer til en pris på 49 svenske kr. Forudgående markedsundersøgelser viser, at der er plads på markedet til den nye magasinudgivelse.

ers

# New media-tænk tank forkaster Second Life

Det kommende præsidentvalg i USA er allerede rykket ud i Second Life. Foto: Scanpix



Det virtuelle univers tiltrækker stor opmærksomhed – og der er trods alt meget at lære

### ■ Nye medier

AFANDERS HEERING

En overeksponeret misforståelse. Så hård er dommen over den virtuelle parallelverden Second Life, der det seneste års tid har fristet en lang række danske virksomheder til at åbne filialer i cyberspace. Dommerne er medlemmerne af tænketanken Digital Udfordring, der i samarbejde med Børsen løbende sætter fokus på fremtidens digitale udfordringer.

Tænketanken betegner universets kommercielle værdi som overvurderet i forhold til den hype, der omgiver det, men understreger, at virksomhederne kan lære af de mekanismer, der gør sig gældende i de virtuelle verdener.

»Second Life er ikke en rollemodel for virtuelle aktiviteter. Det er groft sagt en primitiv, tam kopi af first life – den rigtige verden,« lyder budskabet fra Tænketanken, der betegner Second Life som et spil uden regler. Et spil, der giver PR til virksomheder, der åbner afdelinger

i den nye verden, men som reelt er tomt.

»Second Life er grundlæggende skåret forkert. Det er hverken spil eller virtuel verden. Features og grafik bør være bedre, ligesom der mangler en game-plan. Det er et frilandsmuseum, de er ved at bygge,« siger Christian Peytz.

Second Life er et af de virtuelle universer, der i den seneste tid har aftunget mest opmærksomhed. 1,3 mio brugere besøgte Second Life i marts. Det er en stigning på 46 pct. i forhold til januar. Kanp 800.000 af de besøgende var europæere. En række danske virksomheder har da også åbnet virtuelle afdelinger i Second Life – på grunde og i bygninger købt af virksomheden bag, Linden.

### Alt er tilladt

»Pressens begejstring skyldes forestillingen om, at alt er tilladt i Second Life – men i virkeligheden er det Linden, der ejer det hele – ikke indbyggerne,« siger Christian Peytz.

Selvom tænketanken ikke har den store fidus til de kommercielle muligheder i Second Life, understreger medlemmerne, at der er meget at lære af dette og lignende universer. Det gælder ikke mindst brugen af figurer og identiteter – de såkaldte avatarer. Tænketanken forud-

ser, at man i fremtiden vil tage sin avatar med sig på tværs af universer.

»Brugen af logoer, fotos eller ikoner til identificere personer med er i dag overraskende underudviklet i den professionelle verden. I mange tilfælde vil et logo, et ikon eller en signatur fremme relationerne i den digitale kommunikation,« siger Thomas Madsen-Mygdal.

»Når vi kommunikerer i den digitale verden, har vi brug for humanisering. Det kan f.eks. være billeder i netbank, ligesom e-mails med foto fremmer kom-

## Den Digitale Udfordring

Tænketanken Digital Udfordring sætter i samarbejde med Børsen fokus på virksomheder og borgers digitale fremtid. Seks specialister indenfor digital kommunikation og forretningsudvikling tager løbende fat i aktuelle og relevante emner fra den digitale verden. Tænketanken består af:

- Sofia Arhall, 37 år, partner i Copenhagen Consulting Company
- Ulrik Falkner Thagesen, 35 år, adm. direktør i mediebyureauet Mediacom
- Thomas Madsen-Mygdal, 29 år, adm. direktør i konsulentvirksomheden Social Square
- Christian Peytz, 40 år, adm. direktør i Peytz & Co. og formand for Foreningen af Danske Internetmedier.
- Thomas Weikop, 40 år, adm. direktør mediebyureau Goviral
- Claus Sølvsteen, 48 år, partner i rådgivningsfirmaet Peytz & Co

munikationen mellem mennesker. Det signalerer følelser, hvis en bankrådgiver f.eks. besvarer et spørgsmål fra en kunde i en mail med foto,« siger han. Tænketanken peger desuden på, at friheden til at danne nye identiteter i fremtiden vil bevæge sig fra den private lege-verden til den professionelle verden.

### Uheldig tendens

»Det er ikke nødvendigvis en sympatisk eller særlig heldig tendens, men den kommer, og det kan man ligeså godt begynde at indstille sin forretning på,« siger Ulrik Falkner Thagesen.

En af de virksomheder, der har brugt penge og kræfter på at etablere sig i Second Life er Saxo Bank. Her anerkender direktør og ansvarlig for produktudvikling Stephan Martinussen

tænketankens konklusioner. »Jeg er egentlig ikke uenig i konklusionerne. Vi har valgt at åbne i Second Life, men det betyder ikke, at det nødvendigvis er dette univers, der slår igennem. Det er det bedste bud lige nu, og uanset hvad, kan vi lære noget af de mekanismer, der ligger til grund for udviklingen,« siger han og afviser, at PR-effekten har været den afgørende motivation for at åbne butik i cyberspace.

»Det er klart, at der har været noget nyhedsværdi, men PR-værdien rinder ud. Nogle virksomheder har søgt derind blot for at få PR, men de træder ved siden af i længden,« siger Stephan Martinussen og oplyser, at omkostningerne ved at etablere sig i Second Life er begrænset.

anders.heering@borsen.dk



Det netop overståede franske valg foregik også i Second Life. Foto: Scanpix