

Ny netportal sparker liv i aktiesnakken



Af Lasse Soll Sunde
journalist
lasse@shareholders.dk

På den nye netværksside, Proinvestor, kan brugerne dele investeringstips, sammensætte deres egen modelportefølje og benytte en lang række internetbaserede tjenester, der åbner investeringshorisonten. For det er en særlig kvalitet at kunne kigge hinanden over skulderen, er filosofien hos iværksætterne.

Investorer kan få masser af kvalitetsinformation på nettet, men det kan være spredt på mange forskellige kilder, så kan være svært at overskue og bruge. Derfor er det en udfordring at få kanaliseret informationerne det rigtige sted hen. Og så skal investorerne selv kunne sammensætte netop de funktioner, som den enkelte har brug for. Sådan lyder vurderingen fra IT-iværksætterne Peter Steen Hildebrandt og Janus Broe Malm, der sammen med to øvrige partnere er ved at løbe deres IT-satsning i gang. De to er gamle studiekammerater og selv passionerede investorer. De så et hul i markedet omkring aktiedebat og gik i 2008 i gang med at udvikle deres portal. Den ene af stifterne, Peter Steen Hildebrandt siger:

”Vi har kigget på, hvad folk vil nu. Og det er i høj grad at mødes på nettet, at skabe rum sammen på nettet. Vi arbejder ud fra, hvad vi ser, der fungerer, og hvad der efterspørges af brugerne.”

Premieren stod i februar, og siden er en række nye brugere strømmet til. Inspirationen kommer ikke mindst fra Euroinvestor, der i dag er en populær mødeplads for private investorer. Direktør Peter Hildebrandt: ”Vores motor er at skabe sociale rum, der



IT-iværksætterne Peter Steen Hildebrandt og Janus Broe Malm, Proinvestor

Foto: DAF

gør, at investorerne får en relation til hinanden, og deler viden, ved hjælp af netop den teknik, som brugerne selv vælger. Proinvestor skal netop kunne noget andet end Euroinvestor, for vi vil ikke kopiere dem,”

lyder det fra manden, der tidligere har stået for IT-udviklingsprojekter, og er på forkant med alle de amerikanske modeord.

... fortsætes

Proinvestor er en netværksside, hvor brugerne kan debattere udvalgte aktier, dele tips og tricks, forfatte indlæg, der går mere i dybden eller kort orientere sig hos hinanden. Ud over det skrevne ord, så gør Proinvestor brug af en række tjenester, der gør, at tv-indslag, grafer, billeder og en række forskellige selvvalgte samtaleformater kan komme i brug. Man kan blandt andet handle i modelportefølje, hente nyheder ind fra nyhedskanaler, netaviser, og der kommer løbende opdateringer om hvor nye tjenester bliver udbudt.

Sidste nye skrig

”Vi har derfor fokus på at bruge de eksisterende formater som Facebook, Youtube, Twitter og Yahoo og sammensætte dem på en ny måde. Samtidig kommer vi løbende med nye tiltag, der henter de nyeste værktøjer ind i Proinvestor-portalen. Der er i dag også en helt anden beredvillighed mellem udbydere på nettet, om deling af software, i stedet for at hver især gør deres programmer eksklusive. Det gør, at vi ikke skal ud og opfinde den dybe tallerken hver gang. Vi kan hente det, der er, så brugerne får de aktuelle programmer.”

Det skaber forbindelser mellem investorerne, f.eks. er der allerede lagt op til, at brugerne arrangerer fest og golfure for hinanden. Men samtidig er der også en mere formel måde at samarbejde på, f.eks. bliver der indsamlet fuldmagter på Proinvestor, så investorer hjælper hinanden med at blive hørt på generalforsamlinger.

Så selv om aktiedebat er kerneydelsen, så kan relationerne hurtigt udvikle sig. Det gør, at Proinvestor giver mulighed for at komme til at spille den rolle, som brugerne selv definerer som vigtige og relevante.

Folkene bag Proinvestor har selv været ivrige aktiedebattører, så de kender behovene fra mange aften-timer bag taster og skærme. De mener begge, at den helt særlige udfordring er at få både de relativt få brugere, der skriver lange indlæg til at føle sig lige så meget hjemme, som brugeren, der kun klikker ind i ny og næ.

”0,5 % af brugerne er dybt seriøse, og dem skal vi gøre noget særligt for. For det er ofte dem, der producerer indholdet på siderne, som mange af de mere sporadiske brugere så læser. Men den store gruppe skal også kunne finde sig til rette. De ønsker måske hellere at skrive helt korte meddelelser.”

Derfor gælder det om at skille den uforpligtende chat fra den seriøse investordebat. Et problem ved de sociale netmedier er ofte tonen, der kan blive skarp og af og til ret harsk, hvis uenigheden bliver for stor.

Her er der kort snor fra de to unge IT-iværksættere. PR-ansvarlig Janus Broe Malm: ”Der er et kodeks, hvis man ønsker at være bruger. Hvis man bliver for personlig, så ryger man altså ud, for det vil vi ikke acceptere. Det skal være en positiv oplevelse

at være på sitet, og perfide angreb er ingen tjent med”, lyder det konsekvent.

Tone eller ej, brugerne er på vej, for efter premieren i februar, er der mange, der er inde og se på debatomulighederne for første gang. Janus Broe Malm: ”Vi får ca. 1000 nye brugere hver dag. Portalen har 7000 unikke brugere, og 870 personer har skabt deres egen identitet. Bare i april har vi fået 400 nye identiteter. Vi regner med at have en 1200-1500 faste brugere ved udgangen af maj,” lyder det optimistisk.



Proinvestor.dk rummer mange spændende features

Grafik: DAF

Skræddersyede løsninger

I udviklingen af den nye portal har det handlet meget om fleksibilitet, for den informationshungrende investor veksler typisk mellem mange sites. Det er dog ikke længere nødvendigt, når man bruger det såkaldte RSS-feed, hvor nyheder fra forskellige kilder samles i ét vindue.

Her har Proinvestor udfærdiget en særlig liste, hvor brugeren selv kan vælge nyhedsudbydere til og fra. Peter Steen Hildebrandt; ”Det gør det muligt at skræddersy sit eget nyhedsflow, og man kan f.eks. selv flytte rundt på nyhedssidens udformning. Nogen ønsker dyb viden om medico, andre ser mere på den overordnede økonomi, og behovene kan man fint flette sammen.

”Det går så stærkt med udviklingen, at også tv-klip-portalene Youtube, der mest er

kendt for underholdningsklip, i dag har masser af interessant børs-stof: ”Men få bruger det i dag. Det vil vi gerne ændre på”, lyder det fra Janus Broe Malm.

En problematik for mange af de gratis-sider er, at det kræver indtægter at udvikle sit site. F.eks. kan man forestille sig, at når markedet bliver mere modent end i dag, så vil det, der i dag er gratis, komme til at koste penge. Her er holdningen, at de tilbud som Proinvestor i dag udbyder som gratis-ydelser, fortsat vil være det fremover.

”Det er de mere avancerede produkter, hvor man kan handle, få helt aktuelle tips, som vil komme til at koste penge.” siger Peter Steen Hildebrandt. Forretningsmodellen går ikke på hovedsagligt at tjene på bannerannoncer, men bliver at sælge medlemskaber, der giver adgang til særligt udvalgte informationer. En model der, hvis det lykkedes, kan give et stabilt flow af penge til ejerne.

Selv investerings-case

Netop ejerskabet er til forhandling for tiden. For udvikling koster penge, og selv om alle medarbejdere efter 1970'er-principper får den samme løn, så er kapløbet med at få penge nok til udviklingen, i fuldt gang. Det gør, at der i dag ikke er markedsføringspenge til at gøre projektet kendt. Det lægger dog ikke nogen dæmper på ambitionerne. For iværksætterne er der store ambitioner om at sende deres iværksætterbarn ud i verden.

Helst i stor skala

”Danmark er ikke stort nok, men det er et godt udgangspunkt. Vi kommer dog ikke på omgangshøjde med de dygtige amerikanske udviklere, der typisk får adskillige millioner i forskud, så de har arbejdsro den første lange tid. Sådan er det ikke her. Vi skal kunne klare os med langt mindre, men ambitionerne har vi trods alt i behold.”

For at komme igennem første runde omkring at rejse kapital, så bliver der hentet midler direkte fra brugerne; ”Vi har udbudt 100 anpartar á 10.000 kroner, og vi har allerede fået solgt over en tredjedel. Samtidig holder vi møder med mulige investorer, så vi er optimister. Vi ved, at dette marked kommer i stærk stigning, så vi tror fuldt ud på at lykkedes med det.” ■