

## IT-iværksættere

# Perfekt timing for interaktiv læringsportal

Skolernes IT-satsninger har skabt succes for ny historieportal, der på blot et år skaffer overskud til sine tre unge partnere

## ■ Digitaliseret historie

AF BRITTA LYSHEIM

Adressen er både fin og historisk: Amaliegade – lige ved Amalienborg og Københavns havn, hvor der blot skal en smule fantasi til at forestille sig Slaget på Rheden og englændernes kapring af den danske handelsflåde for 200 år siden. Lokalerne i kælderetagen

er der dog ikke meget historie over – i hvert fald ikke for internetforlaget Clio Online, der flyttede ind for en måned siden med sine pc-arbejdspladser, et par produktplakater samt fotografier af firmaets tre unge stiftere. Mest imponerende vægdekoration er nok et lille Danmarkskort, hvor der næsten dagligt tilføjes nye knappenåle til de mange, der allerede stolt stritter ud. Under Børsens interview

blev vi afbrudt af en telefonopringning af den slags, man straks reagerer på. 38 kristne friskoler ville gerne bestille et brugerkursus, inden de evt. ville købe abonnement på forlagets produkt, hjemmesiden: [danskhistorie.dk](http://danskhistorie.dk).

## Stor glæde

Det udløste stor – men dog behersket – glæde, for nye ordrer er blevet hverdag for firmaet, der gik i luften med sin historieportal i maj 2007. Det behov for en mere levende og tidsvarende historieundervisning, der var basis for etableringen, holdt, og alt tyder på, at timingen er perfekt. Skolerne, som er den store kunde har nu fået, eller er på vej til at få, den IT-

teknologi, der skal til for at udnytte muligheden for on-line-læring, og private husholdninger er også fyldt op med computere.

## Unge historikere

Det hele begyndte med at to nyuddannede historikere, Louise Herping Jørgensen og Janus Benn Sørensen blev enige om at etablere et læringsprogram i historie på nettet. De to på hhv. 28 og 29 år er i dag partnere i Clio Online. Mens de havde meget forstand på historie, så vidste de ikke så meget om den teknologiske del af projektet, men det havde cand.merc.dat. Lasse Guldberg, der var Janus' fodboldkammerat, og han blev den tredje partner. Vinteren 2006-07 blev brugt til at forberede hjemmesiden: [danskhistorie.dk](http://danskhistorie.dk), og i maj 2007 kunne de gå i luften med et produkt, der tilsyneladende var ventet med længsel.

»Lærerne havde sukket efter et sådant læringsprogram. Regeringens store satsning med historiekanon og 500 mio. kr. til computere og IT-udvikling betød, at der nu pludselig var mangel på software – og det kunne vi så levere«, fortæller Louise Herping Jørgensen.

At lanceringen har været perfekt timing understreger Janus Benn Sørensen, der trods sin historiefaglige baggrund er gået over til at være salgs- og marketingmedarbejder på fuld tid. Han kan oplyse, at salget er gået så godt, at firmaet nu kan betale normale lønninger, ikke bare til partnerne, der i opstartsfasen måtte suge på lappen, men også til fem-seks andre ansatte.

## Synlig markedsføring

Men det kommer ikke bare sådan af sig selv, understreger de tre. Der er tale om moderne, aggressiv og synlig markedsføring, hvilket indebærer, at de personligt møder op på alle relevante udstillinger og messer, ofte udklædte i historiske dragter som i sidste uge på skolebogsmessen i Århus, hvor de havde lånt dragter fra Det Kgl. Teater til en skønjomfru fra Treårskrigen fra 1848-50. Men aller vigtigst er ud-



To af stifterne af [danskhistorie.dk](http://danskhistorie.dk) – Lasse Guldberg og Louise Herping Jørgensen – møder personligt op på alle relevante udstillinger og messer, ofte udklædte i historiske dragter – som forleden på skolebogsmessen i Århus, hvor de havde lånt dragter fra Det Kgl. Teater til en skønjomfru fra Treårskrigen fra 1848-50. Foto: Lars Andersen

## Clio Online fik overskud første år

Clio Online Aps. blev etableret i foråret 2007. Produktet er hjemmesiden: [danskhistorie.dk](http://danskhistorie.dk), der sælges i abonnement til skoler, biblioteker o.l. samt private brugere. Pr. 1. april har 38 af landets nu 98 kommuner bl.a. København, Århus, Odense, Aalborg og Esbjerg købt abonnement. Prisen for et privat årsabonnement er kr. 249.

Priseksempel for en kommune med 10 skoler er typisk kr. 35.000 pr. år for et treårsabonnement. I skrivende stund kan elever fra 330 skoler over hele landet koble sig på [danskhistorie.dk](http://danskhistorie.dk). Firmaet har endnu ikke udsendt sit første års-

regnskab, men oplyser, at der allerede er et pænt overskud, der bliver brugt til nye investeringer.

Omsætningen vil firmaet gerne holde for sig selv lidt endnu – af konkurrencemæssige grunde. Grundlæggere og partnere er cand.mag. i historie, medier og kultur, Louise Herping Jørgensen, chefredaktør og cand.mag. i historie og samfundsfag Janus Benn Sørensen, salgs- og marketingchef samt cand.merc.dat. Lasse Guldberg, IT-ansvarlig.

Forlaget er udnævnt til kandidat til Undervisningsministeriets pris 2008 for Bedste Undervisningsmaterialer. bl

## Podcast med historisk byvandring

Børsens læsere kan blive aktive deltagere på internetforlaget Clio Onlines digitale nyhed: Byvandring – med egen mobil eller Ipod.

På virksomhedens hjemmeside [danskhistorie.dk](http://danskhistorie.dk) kan man oprette et prøveabonnement, der undtagelsesvis gælder en hel måned, og her får man adgang til tre byvandring a en times varighed i København.

Byvandringerne kan nedtages til brugernes egne afspillere, og så er det bare at begive sig af sted ad den angivne rute, f.eks. op forbi Vor Frue Kirke, der blev bombarderet under Englands-krigene og hvor lyden af fjendens raketter, flammerne og hestetramp blander sig med fortællers beretning.

»Pod-casting fra nettet til mp3-afspillere er cutting edge lige nu,« siger Lasse Guldberg, der er firmaets IT-ansvarlige. Han er ikke bekendt med, at der findes tilsvarende produkter andre steder – men så sikker er man på succes, at man allerede er på vej med tilsvarende byvandring i Odense og Esbjerg, mens endnu to byer er på tegnebrættet.

Børsens læsere kan få et gratis prøveabonnement en måned til at podcaste en byvandring ved at gå ind på adressen [http://www.danskhistorie.dk/emner/krige/koebenhavns\\_bombardement/](http://www.danskhistorie.dk/emner/krige/koebenhavns_bombardement/) og skrive brugernavnet: Borsen samt koden: Byvandring.

bl.

viklingen af netop undervisningsportalen – både indholdsmæssigt og formidlingsmæssigt. Siden maj er der hver uge lagt i gennemsnit to nye historiske artikler ind, således at der i dag kan tilbydes mere end 200 artikler om tidsepoker, temaer som mad og klædedragt, personer og selvfølgelig om de kendte krige? helt op til vore dage med dansk deltagelse i Irak og Afghanistan.

Til artiklerne er der knyttet quizzes og aktiviteter, så brugerne kan være aktive – hvad enten de vælger den lette udgave – fra 3.-6. klas-

se eller sværhedsgraden fra 6.-9. klasse. I øjeblikket arbejdes der med at indlægge historiske blogge, hvor man f.eks. kan følge soldaterlivet under forskellige krige via autentiske breve og dagbøger.

## Levende og moderne

»Det handler om, at hjemmesiden skal være interaktiv, levende og moderne med så mange multimedie-tilbud som muligt,« siger Louise Herping Jørgensen. Den store forhindring, der hele tiden skulle overvindes var



anskaffelsen af illustrationer, som mange museer og forlag tager sig godt betalt for. Til gengæld er det lykkedes fra andre sider at skaffe fotos og små filmklip helt gratis.

### Byvandring

»Lyden er et kapitel for sig. Foreløbig kan man vælge at høre de skrevne historier oplæst fra siden. Men mere tale og musik er på vej – lige som der er planer om en specielt produceret introduktionsfilm,« siger Lasse Guldborg – der arbejder

på sagen – samtidig med et andet af firmaets store investeringer: Tilbud om privat podcasting af historiske byvandring. Produktet vil altid være historie for Clio Online, der er opkaldt efter den græske muse for historie. Og her er der nok at tage af, for hvis Danmarkshistorien en gang skulle blive udtømt, venter verdenshistorien som en endnu større udfordring. Først på dansk, men derefter muligvis også på svensk.

britta.lysheim@wanadoo.dk

# IT-kandidater står i kø til job

## ■ Rekruttering

AF PETER MØLLER  
CHRISTENSEN

CHENNAI/MUMBAI – Hos IT-konsulentvirksomheden Tata Consultancy Services (TCS) går man ikke i små sko. Her er en klar opfattelse af, at der er »os«, og så er der »de andre« og så er der »de udenlandske«. Som Indiens største og ældste IT-virksomhed og med den tætte kontakt til tekniske universiteter i Indien mener man hos TCS at have et vigtigt forspring i forhold til konkurrenter, når der skal trækkes ressourcer ind til de IT-opgaver, selskaber forventer stor vækst i.

TCS »human resource«-direktør, Ajoy Mukherjee, fremhæver, at TCS som den første egentlige større indiske IT-servicevirksomhed altid har haft et tæt samarbejde med en lang række af landets tekniske universiteter, både i form af økonomisk støtte til en række af dem og indflydelse på tilrettelæggelse af uddannelsen, og dermed også står i en god position, når virksomheden skal rekruttere de bedst mulige blandt nye kuld kandidater.

### Karriereprogrammer

»Vi bekymrer os meget om vores ansatte, tilrettelægger forskellige karriereprogrammer for dem og kan tilbyde dem en løn, der måske ikke er den højeste, men i hvert fald over gennemsnittet i branchen,« fortæller Mukherjee og tilføjer, at Tata-navnet er et meget stærkt varemærke i Indien, som også er med til at tiltrække nye kandidater.

Mukherjee fortæller, at de videregående uddannelsesinstitutioner i Indien leverer 2,3 millioner nye kandidater hvert år, hvoraf de ca. 500.000 kommer fra tekniske universiteter, og dermed er TCS' primære fokus.

»Men andre godt 500.000 bliver kandidater i naturvidenskabelige uddannelser, og dem retter vi i stigende omfang interessen mod,« tilføjer han.

### Kamp om hjernerne

På trods af det store antal nye kandidater hvert år, er virksomhedernes kamp om hjerner så hård, at virksomhederne bliver tildelt puljer i forbindelse med afslutningen på de enkelte uddannelsesinstitutioner, hvor de kan kontakte kandidaterne direkte. Og her er TCS i den komfortable situation, at virksomheden har adgang til hele 265 uddannelsesinstitutioner på den første dag.

»Løsningen af de mange opgaver i forbindelse med »år 2000-problemet« var der, hvor de indiske IT-konsulenthuse for alvor be-



gyndte at gøre sig bemærket ude omkring i verden. Og siden er det strømmet ind med opgaver,« fortæller Padipta Bagchi, der er kommunikationschef med base i Tata Consultancy Services' administrative hovedkvarter, TCS House, midt i et af de mere rolige og statelige kvarterer i Mumbai.

### Vedligeholdelse

Bagchi fortæller, at ét af TCS' helt store områder er applikationsvedligehold og håndtering af IT-infrastruktur, hvor den indiske IT-gigant – typisk fra et af sine mange indiske centre, der hver rummer 5000-6000 IT-specialister, holder styr på IT-systemer og deres opsætning, opdatering mv. for store kunder i Vesten.

I nogle af TCS' kontrakter indgår også vedligehold af de enkelte medarbejders pc'er m.h.t. software, sikkerhed m.v., så det kun er ved opsætning og udskiftning af pc'en rent fysisk, at det er nødvendigt, at en person på stedet tager affære.

Jayanta Banerjee, der er TCS' øverste driftschef, forklarer, at konsulent- og servicevirksomheden arbejder efter en global forsyningsmodel, hvor mange opgaver bliver løst i Indien, men hvor både de regionale og de lokale centre spiller en afgø-

rende rolle i forhold til at løse de løbende opståede opgaver for kunderne.

»Det er vigtigt, at vores kunder kan mærke en nærhed og tilstedeværelse, når vi løser IT-opgaver for dem. Hvis de hver gang, de har brug for at komme i kontakt med os, skal snakke med en person, der befinder sig 10.000 kilometer borte, vil man ikke kunne fortænke kunder i at være tilbageholdende med at bruge os,« siger Jayanta Banerjee, og tilføjer, at det derfor er vigtigt for TCS samtidig at være tæt på kunderne.

»Det er ikke mindst vigtigt i dag, hvor begrebet »time-to-market« betyder så meget for mange virksomheder,« tilføjer han.

Men selv om man hos TCS fremhæver, at det er meget vigtigt at være tæt på sine kunder, er det kun knapt 9000 af de i alt ca. 109.000 TCS-ansatte, der ikke er indere.

peter.moller.christensen@borsen.dk

Børsens IT-journalist Peter Møller Christensen har besøgt IT-konsulentvirksomheden Tata Consultancy Services (TCS). Han har tidligere beskrevet virksomheden i flere artikler i DigitalBørsen tirsdag den 1. april 2008



Gratis  
opdatering

Få de vigtigste nyheder om IT. Tilmeld dig gratis på [borsen.dk/nyhedsbreve](http://borsen.dk/nyhedsbreve)

Børsen borsen.dk