

Didiom biedt 'overal' toegang tot zijn muziekbieb

Clyde Tdlohreg is als co-founder en managing partner bij Initiative verantwoordelijk voor de introductie in Europa van het Amerikaanse Didiom. Dit bedrijf biedt consumenten de mogelijkheid waar ook te genieten van zijn (entertainment)content.

Tdlohreg heeft de afgelopen zeven jaar, eveneens vanuit Initiative, DJPower (inmiddels beter bekend als Digital Media Power) opgezet. Dat bedrijf is vorig jaar verkocht aan Avalon Media Group. Tdlohreg kondigde eind vorig jaar zijn vertrek aan. Hij meldde toen: "De nieuwe visies, managementstijlen en strategieën van Avalon vragen om nieuwe gezichten. Ik verdwijn uit de frontlinie, maar als medeaandeelhouder van Avalon Media Group blijf ik indirect wel bij de onderneming betrokken."

Vanuit Initiative gaat Tdlohreg in samenwerking met zijn collega's nu voor Didiom aan de slag om voet aan de Europese wal te krijgen. Didiom heeft een applicatie ontwikkeld waarmee consumenten via hun mobiele telefoon altijd toegang hebben tot hun muziekdatabase op hun pc. Muziek, video en/of foto's kunnen dan altijd overal gestreamd worden. Daarvoor moet de consument wel over mobielinternet beschikken. De didiom-applicatie moet gedownload worden op de mobiel en de pc, en de computer moet aanstaan. Deze ontwikkeling wordt ook wel 'playshifting' genoemd. Verder wordt consumenten de mogelijkheid geboden de 'applicatie' gratis te downloaden en muziek draadloos te bestellen via www.didiom.com. De catalogus bestaat uit anderhalf miljoen tracks. De nummers hebben variërende prijzen. Zo hebben geïnteresseerden de mogelijkheid om te bieden op muziek en zodoende zelf de prijs te bepalen. De vraag is dan natuurlijk wel of het bod goed genoeg is.



Clyde Tdlohreg: "De komende maanden ben ik fulltime bezig met Didiom."

De applicatie van Didiom bevindt zich momenteel nog in de bètafase. Voordat de uitrol in Europa een feit is, moet volgens Tdlohreg nog het een en ander gebeuren. "De komende maanden ben ik fulltime bezig met Didiom", aldus Tdlohreg. "Ik zal mijn contacten met telecomoperators, muziekmaatschappijen en venture capitalists inzetten voor de realisatie van de plannen van Didiom Europe. We zoeken namelijk investeerders. Vorig jaar is een vergelijkbare dienst bijvoorbeeld gekocht door Nokia." Tdlohreg heeft vanuit Didiom een 'target' meegekregen: "Voor het eind van het jaar moeten er vergaande gesprekken zijn met telecompartijen en potentiële investeerders. Van daaruit worden in samenwerking met Didiom knopen doorgehakt."



De televisie is mijn beste vriend

Dat Studio Sport 50 jaar bestaat, zal inmiddels niemand meer ontgaan zijn. Evenmin dat er zo verschrikkelijk veel arrogante knuppels werken en gewerkt hebben. Daar kom je weer achter als in het kader van zo'n jubileum ook allerlei andere dan sportvragen worden afgevuurd op deze BN-ers. Mensen, die in essentie eigenlijk alleen opgeleid zijn voor een wedstrijdverslag HFC Haarlem - AGOVV Apeldoorn, alles weten over korfbal of zich beroepen op het vermogen Vlaamser dan Vlaams te kunnen praten wanneer het over wielrennen gaat. Oh ja, en aan de lopende band 'leuke boekjes' schrijven. U begrijpt het al; ik heb het er niet zo op.

Natuurlijk wordt zo'n jubileum ook aangegrepen om met deze sportjournalisten te filosoferen (ook zo'n gave) over de toekomst van sport op televisie. U weet wel; het zondagavond-bord-op-de-knieëngevoel.

En dan komt me toch een portie mediadeskundigheid van de koude grond over je heen... Timeshifting is de toekomst (consequent ondersteund met het succes van Uitzending Gemist). User generated content neemt het over (met in één zucht daaraan verbonden; zie YouTube). Internet is de televisie van de toekomst (hier hoort een diepzinnige blik bij met de boodschap; 'denk dáár maar eens over na!'). Het woord 'communities' valt. "Themakanalen". 'John de Mol'. En natuurlijk wordt 'digitaal' vaak genoemd.

Je hebt inderdaad nullen en enen, denk ik dan maar. Wat ik óók denk, is dat we nog tot het eind der tijden sport op televisie zullen bekijken. En zelfs op een vast geprogrammeerd tijdstip.

Maar hoe anders is dat met entertainment en televisie. Iedereen heeft de afgelopen weken de discussies over de teloorgang van film- en videoprogramma's op televisie kunnen volgen. Een ontwikkeling die - vrees ik - onomkeerbaar is. Hetzelfde geldt voor games en televisie. Een altijd al vreemde combinatie, die zich verhoudt als Top Gear tot Vroege Vogels.

Neen, dan muziek. Ik weet niet hoe u het ervaart, maar ik zie steeds meer muziek op tv. Met een dikke chapeau voor de publieken, die me laten meegenieten van Noorderslag, Pinkpop, Lowlands, North Sea Jazz en Festival Mundial. Ofschoon ik bij laatstgenoemde een wrange bijmaak heb, omdat dit hele feestje gesponsord wordt door organisaties die door Bert Koenders betaald worden om ontwikkelingshulp te bieden. Maar dat terzijde. Een speciale vermelding geldt de wijsheid van NPS om gewoon Jools Holland in te kopen!

En ik heb laatst zelfs mijn kabelexploitant geraadpleegd hoe het mogelijk is, dat ik in het oosten van het land Lokale Omroep Volendam ontvang...

1.000.000

Een dikke maand voor de bioscooprelease werd een werkversie van *X-Men Origins: Wolverine* gelekt. Ondanks dat distributeur 20th Century Fox in meerdere persberichten liet weten dat het hier ging om een niet-complete versie, nam het verkeer op de grote p2p-sites extreem toe. Torrensites TorrentFreak publiceerde een poll. Hieruit blijkt dat 40% van de gebruikers de film juist wel gaat kijken in de bioscoop of op dvd, door deze gelekte versie. Maar 6% denkt dat het lek zorgt voor veel minder succes van de film. *X-Men Origins: Wolverine* is vanaf 28 april in de bioscoop te zien.

