

Et projekt af dimensioner

IVÆRKSÆTTER: To venners tanker om, hvad butikernes mannequiner laver om natten, blev grundlaget for et innovativt eventyr.



**KENNETH SKOV
JENSEN**
kenneth.sjensen@ijp.dk

I en tøjbutik på Købmagergade i København står en ung kvinde i vinduet efter lukketid og prøver tøj. Folk stopper op på gaden og kigger måbende. For kvinden er ikke ægte, men et holografisk 3D-billede. Den kunstige kvinde prøver tøj, som stod hun derhjemme foran spejlet og gjorde sig klar til en aften i byen. Med ét var der skabt et uventet sammenstød mellem den virkelige tøjbutik og den virtuelle kvinde og et sammenstød mellem det private og det offentlige.

Året var 2002, og kvinden var det første holografiske

produkt, de to tv-magere Clas Dyrholm og Peter Simonsen realiserede.

»Det udsprang af nogle eventyrtanker om, hvad butikernes mannequiner laver om natten. Efter lukketid står alle de dyre butikker og kommunikerer ikke rigtigt noget. Hvorfor ikke bruge det rum derinde til at skabe noget visuelt, som kunne få folk til at stoppe op?« fortæller Clas Dyrholm om projektet.

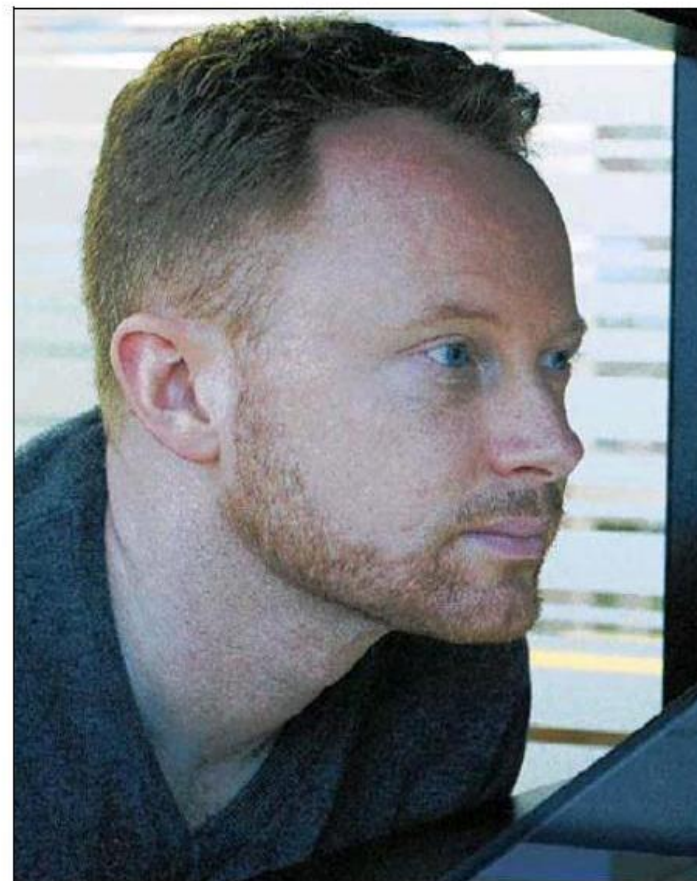
»Fashion Girl« hed pigen og blev en kæmpe succes for de to gode venner, som pludselig kunne kalde sig iværksættere. I dag står de bag virksomheden Realfiction, som har udviklet og markedsfører holografiske løsninger, der giver fuld HD-bevægelse i grafik og film. Teknologien bruges i dag verden over både

som markedsføring, præsentation af nye varer og modeshow. Selv kalder opfinderne det en avanceret kommunikationsplatform, som tilfører nye effekter og dimensioner til et kendt produkt.

»Vi lever af de første par sekunder af folks opmærksomhed. Vi er som mennesker enormt flygtige. Vi har travlt, og der skal meget til, før vi gider stoppe op. Udfordringen er at fange folk der, hvor de intet forventer,« siger Clas Dyrholm, som i dag er direktør i Realfiction.

Star Wars

Det moderne menneskes flygtighed er et velkendt problem for reklamebureauer og markedsføringsafdelinger, som gerne vil ud med et budskab, brugerne ikke nødven-



En holografisk succes har placeret direktør Clas Dyrholm og Realfiction

digvis er interesserede i på forhånd. Realfiction udvikler produkter, som tiltrækker opmærksomhed, og opfinderne er ikke kedede af at smøre tykt på referencerne til George Lucas' Star Wars-univers.

»Der er et stykke vej til Star Wars endnu, men visuelt kan vi komme rigtigt langt,« siger Clas Dyrholm. Realfiction leverer i dag deres holografiske displays til over 40 virksom-

heder i flere end 30 lande. Blandt kunderne er store globale brands som Coca Cola og urproducenten Tag Heuer. Det er dyre kvalitetsmærker, som har et behov for at fortælle forbrugerne, hvorfor de skal betale ekstra for netop deres produkter.

»Står du i en urforretning, der har vores display, så er det ikke sikkert, at du kan huske alle urene, men du kan i



blandt Danmarks innovationskometer. Foto: Mik Eskestad

hvert fald huske det ene ur,« fortæller Clas Dyrholm:

»Du kan også se på dem, som producerer mobiltelefoner. Både HTC, Apple og Nokia har produkter, som konkurrerer side om side, og de har brug for at kunne adskille sig positivt,« siger han.

Svær og dyr tid

Peter Simonsen og Clas Dyrholm har en fælles fortid som

freelancere i film og tv. De er drevet af at fortælle historier. Helst på en anderledes og skæv måde. »Fashion Girl« var deres første bud på, hvordan man kan sprænge det kendte format fra film og tv og samtidig gøre det ude hos folk på gaden.

Sammen startede de to deres første virksomhed efter succesen i 2002, men efter fem år uden den store indtjening

HOVEDPUNKTER

- Et holografisk 3D-billede af en kvinde lagde grunden til Realfiction.
- Nu laver iværksætterne holografiske løsninger til alt fra museer til markedsføring

Realfiction

- Aktivitet: Har ud-

ning og en investor, som overtog en voksende del af foretagendet, brød Clas Dyrholm og Peter Simonsen ud for at starte forfra og gå i deres egen retning.

I hele 2007 mødtes de to skiftevis på hinandens hjemmadresser og arbejdede på at skabe en forretningsplan og opstøve investorer til det projekt, som i dag hedder Realfiction. En hård tid, som

kostede de to venners sparepenge. Finanskrisen begyndte at vise sine negative effekter.

»Men vi troede så meget på projektet, at vi bare blev ved. Peter og jeg blev klar over, at der var et kæmpe marked for disse løsninger ude i butikkerne,« siger Clas Dyrholm.

Stort potentiale

I 2008 kom Peter Simonsen og Clas Dyrholm i kontakt med virksomheden 1st Corporate Technologies (1CT), som fra start troede på projektet og købte en andel af Realfiction, så produktionen kunne sættes i gang.

»Den integration mellem den fysiske virkelighed og 3D var meget innovativ, så vi var på fra start. Og det har vist sig at være en god idé, for nu tjener virksomheden penge, og det er meget svært for helt nye iværksættere,« siger partner i 1CT Jonas Pilgaard.

Det er da også med en god mavefornemmelse, at Clas Dyrholm går på arbejde på kontoret ved Sankt Annæ Plads i København. Siden firmaets start, er omsætningen femdoblet fra 2 mio. kr. til 10 mio. kr., og interessen fra udlandet melder sig næsten hver dag.

»Vi har skabt et nichemarked, hvor der ikke er mange konkurrenter, og vi har kun kradset i overfladen med de produkter, vi har i dag. Der er flere nye ting på vej, så jeg mener, vores potentiale er kæmpestort,« siger Clas Dyrholm.

Realfiction

■ **Aktivitet:** Har udviklet og markedsfører holografiske løsninger, der giver fuld HD-bevægelse i grafik og film.

■ **Forretningsidé:** Ideen er at gøre brug af holografisk teknologi, særligt til modeshows, præsentation af diverse varer og markedsføring af brands.

■ **De står bag:** Personerne bag firmaet er Peter Simonsen og Clas Dyrholm, der begge har uddannet sig i og arbejdet med film-, tv- og radioproduktion.

