

# Frir til tyske investorer

**Frister investorer:** Selskapene i DN's gründerserie har vært i Tyskland for å vise seg frem for investorer og kunder.

**Ingen garantier:** Etter endt uke har de lommene fulle av visittkort, men ingen garantier.

ANITA HOEMSNES  
MÜNCHEN

**H**vor er de andre gutta? Joakim Egseth Solberg i OrigoID ser seg stresset rundt utenfor konferansehotellet i München. På hotellet har de tre gründerne i OrigoID sittet sammen med 12 andre danske og norske gründer-selskaper i en uke og jobbet med forretningsplanen sin. Det er nå det gjelder. Om kort tid skal Solberg sammen med Kim stå foran en rekke tyske investorer i forumet Munich Network.

Presentasjonen som er finpusset til siste minutt skal overbevise tyske investorene om at selskapets teknologi for sikker bankkortidentifisering er verdt å investere penger i.

## Må tro på gründerteamet

Ukesoppholdet i München er avslutningen på Forskningsparkens Accelerace-program. I løpet av det halvårige programmet, hvor kun fire av 300 selskaper som søkte fikk plass, har selskapene i DN's gründerserie fått hjelp til utvikle strategien for hvordan deres gründeridé skal selges inn til kunder og investorer.

Åsa Waldemar fra Forskningsparkens inkubator har fulgt selskapene hele veien, og er spent på hvordan de tyske investorene vil motta dem.

- Det har vært en intens uke - for ikke å snakke om et intenst halvår. Denne uken har det vært jobbet nærmest døgnet rundt. I tillegg til foredrag fra kjente salgsekspertene, har vi i tillegg fem amerikanske seriegründerne på plass som har coachet selskapene hele veien, sier Åsa Waldemar.

Gründercampen, som er den siste av fem, gjennomføres i samarbeid med det danske Accelerace-programmet, og München er valgt på grunn av det store tyske markedet, men også fordi Bayern-regionen i Tyskland er kjent som den mest innovative regionen i Europa. Store selskaper som Siemens, BMW og



## GRÜNDERSERIE

■ I en ny gründerserie følger DN fire selskaper som er plukket ut av Forskningsparkens innovasjonssenter fordi de har unike ideer med internasjonalt potensial.

■ De fire selskapene er Elecape (ny kork), Exposeat (nytt klappsete), OrigoID (sikker id-løsning p kort), Synaptic Technologies (ny infrastruktur som foredler dagens internett)

## ACCELERACE

■ Et halvårlig løp rettet mot unge teknologiselskaper med et ferdig utviklet produkt.

■ Programmet har som mål å få i gang salget i selskapet raskt og få virksomheten ut på det globale markedet

■ Organiseres sammen med Danmarks største inkubatorbase Symbion Research Park

■ Temaer på programmet er markedsanalyse, posisjonering, markedsføring og salg.

■ Avsluttes med en uke i Tyskland for å møte mulige kunder og investorer.

■ Programmet koster 175.000 kroner, men selskapene får støtte for rundt halvparten.

**” Det er fire ting en investor som skal inn i ett oppstartsselskap ser på. Det er teamet, teamet, teamet og ideen**

Åsa Waldemar fra Forskningsparkens inkubator

Bayern har sine hovedkontorer her.

Men det hjelper lite med en flott presentasjon, hvis ikke investorene tror på gründerteamet som har startet selskapet.

- Det er fire ting en investor som skal inn i ett oppstartsselskap ser på. Det er teamet, teamet og ideen, sier Waldemar.

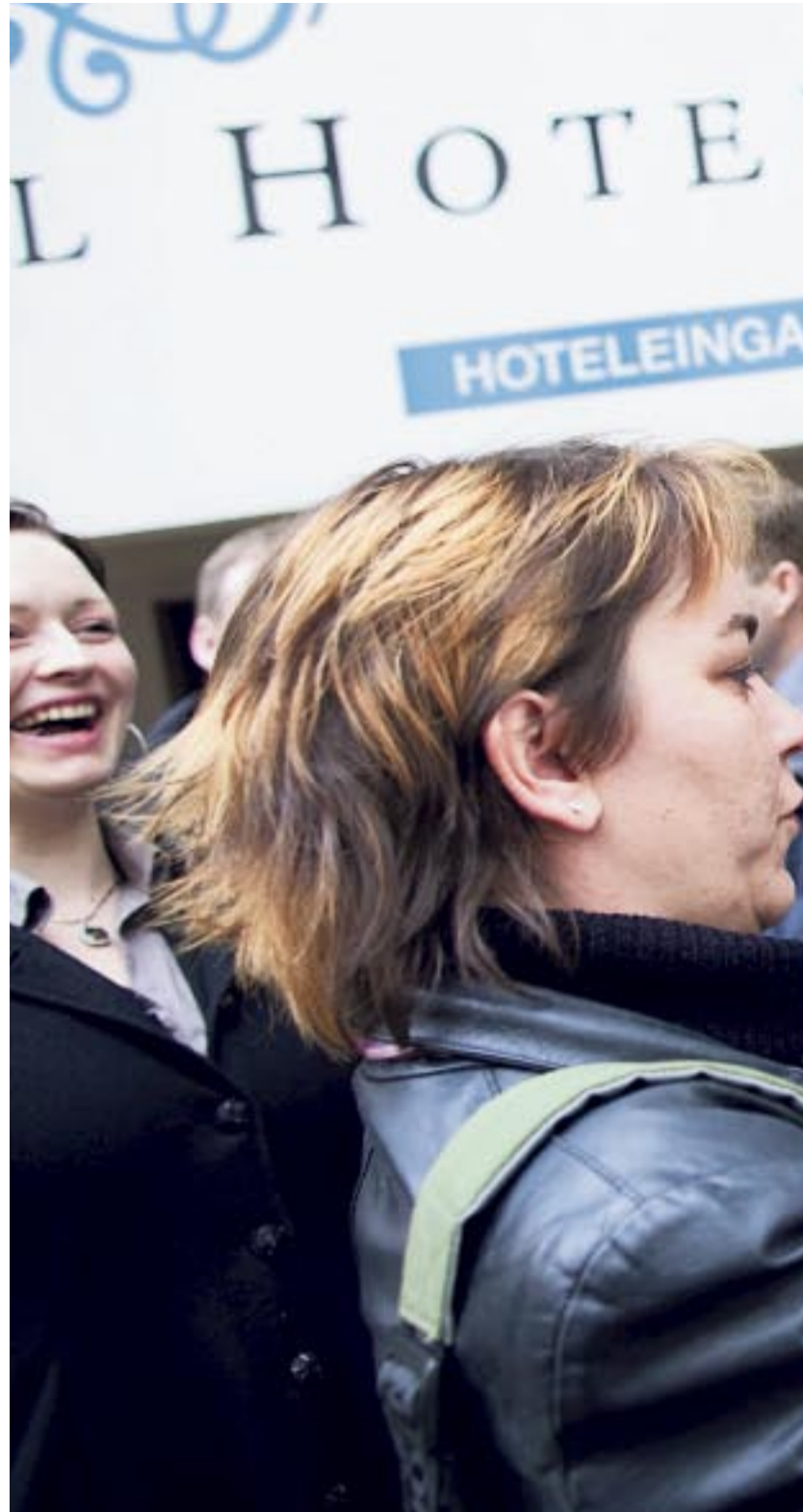
## Nysgjerrige investorer

Den amerikanske gründeren Amith Singh har vært OrigoIDs og Synaptic Technologies coach i programmet. Han deltok selv i et tilsvarende amerikansk Accelerace-program for fem år siden.

Nå har programmerings-selskapet hans over fem hundre ansatte, og er i sterk vekst. Sing er imponert over nivået på de norske selskapene.

- Både gründerne i OrigoID og Synaptics er svært dedikerte, og har utviklet seg veldig siden jeg traff dem første gang for et halvt år siden. Begge har gode ideer. De har en del igjen før de kan gå i markedet, men jeg ser virkelig at dette er selskaper som vil gjøre det bra, sier Singh.

Joakim Solberg, Kim Kristian Humborstad og Ted Løvstad har skiftet til dress og går rastløst rundt i gangen utenfor konferanserommet mens de venter på å bli introdusert.



■ **HJELPENDE HÅND.** Lene Eriksen (til venstre) og Siv Rita Svendsen fra Elecape retter på klærne til Joakim Egseth Solberg i OrigoID før han skal møte tyske investorer. Bak til venste venter rådgiver Amith Singh. Alle foto: Per Thrana

ning for bankkort er den beste. Det er ikke investorene fornøyd med.

I spørsmålsrunden etter presentasjonen er det tydelig at de er nysgjerrige på hvordan teknologien skiller seg ut fra andre tilsvarende løsninger på markedet.

Tre av investorene kommer bort etter presentasjonen for å undertegne en NDA, slik at de kan få informasjonen om teknologien.

- Det ble litt stress, men vi har snakket med mange som synes dette høres interessant ut, så vi er strålende fornøyd med denne uken, sier Humborstad.

Tidligere i uken har OrigoID vært i møter med et tysk og et sveitsisk selskap som kan være mulige samarbeidspartnere.

- Ja, nå er det bare å dra hjem og vente på at telefonen skal ringe, gliser Solberg.

**Selskap:** OrigoID

**Gründere:** Ted Løvstad (21), Kim Kristian Humborstad (24), Joakim Egseth Solberg (23)

**Forretningsidé:** Biowave, er et id/betalingskort basert på en unik verifikasjonsmetode, som kan erstatte PIN-koden.

anita.hoemsnes@dn.no



**JUSTERBAR KORK.** Lene Eriksen i Elecape viser frem flasken med den justerbare korken til investorene i Munich Network.

**FORENKLER BUDSKAPET.** Coach Amid Singh hjelper På Kristian Levang og Henrik Silverkant med å forenkle budskapet de skal gi til de tyske investorene.



## Søker produsent

**Selskap:** Elecape  
**Gründere:** Siv Rita Svendsen (34), Lene Eriksen (33)  
**Forretningsidé:** Justerbar kork for flytende produkter. Første mål er å selge den inn til kosmetikkbransjen.

### Hvordan gikk det i München?

– Vi har lært utrolig mye på kort tid om salg til internasjonale aktører, og vi har knyttet mange kontakter. Vi har veskene fulle av visittkort, og flere har sagt at de er interessert i å investere i prosjektet.

Slike tilbakemelding er vår lønn for tiden. Noen særlig annen lønn har vi ikke, smiler Siv Rita Svendsen.

Elecape hadde ingen presentasjon for de tyske investorene, fordi de vil jobbe mer med forretningsplanen.

– Om en måned drar vi til en stor kosmetikkmesse i Paris, og da skal vi ha alt på plass.

– Vårt første mål nå er å finne en produsent for flaskekorken i Norge, sier Elecape-gründer Lene Eriksen.

## Stoppet av sykdom

**MUNCHEN:** Gründerne bak selskapet Exposeat skulle også ha vært til stede i München, men ble forhindret av sykdom.

**Selskap:** Exposeat  
**Gründere:** Olav Rindal (72), Trond Halden (48)  
**Forretningsidé:** Et vedlikeholdsfritt, solid klappsete i helstøpt plastmateriale uten mekaniske deler til bruk i idrettsarenaer, uterom, helseinstitusjoner osv.

## Tøft finansspråk

**Selskap:** Synaptic Technologies  
**Gründere:** På Kristian Levang (37), Henrik Silverkant (31)  
**Forretningsidé:** Ny infrastruktur som foredler dagens internett. Den forenkler innholdsleverandørens mulighet til å tjene penger på internett, og lansere nye tjenester uten stor investeringer.

### Hvordan gikk det i München?

– Vi sliter veldig med å få folk til å forstå vår teknologi. Det er som om vi skulle ha forklart hva internett var på 70-tallet. Jeg er jo teknolog, så jeg skjønner

ærlig talt ikke finansspråket heller, sier Levang litt oppgitt.

I forrige uke var de på telekommessen i Barcelona.

– Vi hadde over 20 møter. Det var veldig positivt. Der er jo de fleste teknologer, så de skjønner hva vi snakker om, sier Levang.

Første mål er å ansette en som kan selge produktet.

I april/mai skal de hente inn 12 millioner kroner i en emisjon.

Systemet er allerede solgt til et svensk selskap, og 25 kunder står på ventelisten.