

Norsk nødarmbånd skal redde liv

INDUSTRI: – Vi går på verdensmarkedet med én gang. Det er gigantisk, sier Fredrik Gulowsen om det norskutviklede nødarmbåndet som skal redde liv over hele verden.

STEINAR GRINI
STEINAR.GRINI@FINANSVISEN.NO

To unge nordmenn, Morten Efraim-sen Anersen (27) og Karl Alveng Munthe-Kaas (25) har siden 2005 utviklet et nødarmbånd for evakuering fra brann og andre krisesituasjoner. Evacuaid er navnet både på armbåndet og produktet som raskt kan rives ned fra veggen i krisesituasjoner, festes på håndleddet og vise vei ut av krisen. Hvis det er umulig, trykker du på en knapp på armbåndet slik at en sirene og lyssignaler sendes ut for å gjøre det enklere for andre å finne deg.

Med midler fra Innovasjon Norge, Forskningsparken og private investorer er armbåndet patentert, og nå arbeider daglig leder Fredrik Gulowsen med den siste finpussen for produktet kan settes i masseproduksjon til sommeren.

Hoteller og sykehus

– Vi har fått veldig bra tilbakemelding fra sluttbrukere, men vi har også gjort litt forandringer basert på tilbakemeldinger. Nå optimaliserer vi produktet hos en partner i Malaysia for å gjøre det klart for produksjon i løpet av sommeren. I august skal produktet lanseres, sier Gulowsen.

Han holder til i Forskningsparken i Oslo sammen med andre gründerbedrifter. Der mener han å ha utviklet verdens første intelligente nødlykt.

– Den mest prioriterte målgruppen er ansatte med ansvar for andres evakuering. Det gjelder hoteller, sykehus, flyplasser og kjøpesentre. De skal lede folk ut og i dag er det lite utstyr for slike mennesker.

Armbåndet tres over håndleddet der det aktiveres. Dersom brukeren blir liggende i ro går det automatisk i nødmodus og sender ut kraftige lyd- og lyssignaler.

Pris: 1.200 kroner

Mandag brant det ved Petter Stordalens Quality Hotell Stett i Eskilstuna. Gulowsen mener Evacuaid skulle vært installer der.

– Brannen i Eskilstuna der to av tre som ble skadet var personale er nettopp en slik situasjon der Evacuaid ville vært et uvurderlig verktøy for personale som ikke bare kan forlate bygningen. De eksponerer seg ekstra for å utføre arbeidsoppgaver med å redde gjestene, sier Gulowsen.

Proffversjonen koster 1.200 kroner pluss merverdiavgift. I tillegg har vi en privatversjon til 900 kroner inkludert merverdiavgift. Innretningene skal henge på veggen bak et pleksiglass. Men Gulowsen er ikke redd for hverken tyveri eller hærverk.

– Det er en tyverisikring med lokal alarm, så det ser vi ikke som noe problem, sier han.

– Gidder privatpersoner å drasse med seg dette?

– Ja. Jeg er litt overrasket over det selv også. Men det er mange som reiser med et sikkerhetskit. Det kan være nyttig ved mange typer nødsituasjoner og hjelper deg til både å se og bli sett. Dessuten er handicapede en viktig kundegruppe, sier Gulowsen.

Stor emisjon

– Vi har fått en del penger fra Innovasjon Norge. Dessuten har Forskningsparken investert litt. I tillegg kommer det et par millioner fra investorene Tom Johansen og

Jan Erik Andersen som er våre business angels.

Ikke alle pengene er skutt inn ennå, men planen er at investorene skal ha en eierandel på en tredel av selskapet. Mot slutten av året planlegges en større emisjon i forbindelse med ekspansjon.

– Hvor mye vi trenger avhenger av hvorvidt vi



MASSESALG: Fredrik Gulowsen skal selge hundretusener nødlykter i året. Men først må nødarmbåndet komme i produksjon.

sker å gire opp litt skikkelig eller om vi gjør det steg for steg. Det er mye som taler for at vi skal gjøre det litt rolig for å få tid til å ta hensyn til tilbakemeldinger fra markedet. Da vil vi bygge opp et godt salgscase først gjennom mindre markeder som Norge, Sverige og Danmark. Deretter kan vi gå ut større.

– Hvor mye regner dere med å kunne selge?

– Det finnes 38.000 brannvernobjekter bare i Norge. Men det er helt klart at dette produktet skal internasjonalt. Vi skal ikke tjene pengene i hjemmemarkedet, sier Gulowsen.

Kjempesalg i 2012

– Ullevål sykehus er ett brannvernobjekt med mange, mange som har ansvar for andres evakuering. Der

tenker vi to-tre armbånd pr. sengepost. Men andre målgrupper er steder som har et bredere risikobilde enn bare brann, slikt som industri og offshore.

– Hvor mange enheter er det mulig å selge for eksempel i 2010?

– Vi ser store volumer i 2011 og 2012. De som selger fluktmasker selger 140.000. Vi er både billigere og har et bredere ned-



slagsområde, så i hvert fall mer enn det.

– Totalmarkedene er kjempestore. Det spørs bare hvor mye vi

skalerer opp. Det er det vi vurderer nå, avslutter Gulowsen.