



## Unge sparer

► Ungdommen sparer som aldri før. Boligsparing for ungdom BSU økte med 17,4 prosent fra utgangen av desember 2008 og ett år fram i tid. Det er ifølge SSB en rekordhøy vekst. 171 milliarder kroner står nå på BSU-konti. Nye regler har gjort det mulig å spare mer i denne ordningen.



# Hengende suksess

**Mannlige investorer forsto ikke grønderprosjektet til bedriften Onmii. Kvinner støtet og målbevissthet skaffet dem likevel millioner til sin internasjonale satsing.**

AV BÅRD ANDERSSON  
bard.andersson@adfontesmedier.no

I et rom på Oslos østkant tas Ukeavisen Ledelse imot av to særdeles blide damer. Det viser seg at grønderne bak bedriften Onmii har grunn til å smile. Flere millioner grunner.

Onmii er en historie om oppfinnelsen av et produkt. En god ide, mye hønsenetting og spiker og til slutt et nytt norsk designprodukt som har blitt en av Innovasjon Norges store internasjonale satsinger. Etter å ha mottatt over to millioner kroner av Innovasjon Norge 1,4 millioner av dem i ren støtte jobber nå grønderne på høygir for å nå sine drømmer om internasjonal suksess.

- Vi sa opp særdeles gode jobber med høy lønn og lyse fremtidsutsikter for å kunne realisere drømmen om Onmii forteller kvinnen bak ideen Gry Wigre 45. Oppfinneren og lederen av selskapet har startet bedriften før. I en av disse traff hun sin drømmepartner Eva Aunemo 45. Den tidligere revisoren og regnskapskyndige har nå ansvaret for salget i Onmii.

Smykker på veggen  
Onmii lager smykkehengere som skaper orden i smykkesamlingen enten i form av en dekorativ plate du henger på veggen eller en koffert der platen kan brettes ut.  
- Jeg hadde lenge irritert meg over at smykkene i smykkeskrinet mitt var umulig å skille fra hverandre sier Gry Wigre.

Etter mye eksperimentering med ulike materialer kom hun fram til dagens løsning. Den ser enkel og minimalistisk ut men har et umiskjennelig designpreg.

- Vi var så heldige å få samarbeide med den verdenskjente industridesignerene Johan Verde. Han har klart å lage nydelig design med en fortreffelig funksjonalitet sier Wigre.

Det synes danske trendforskere også. Nylig ble Onniis produkter trukket fram som et av de mest trendy produktene under Gave- og Interiørmessen.

- Dette produktet er helt innenfor dagens trender. Det skiller seg ut fra andre produkter med sine organiske former, linjer og sitt feminine touch. Det har en funksjon. Fargen er helt riktig, transparent og hvit. Det er smykkene som skal komme fram sa trendforskeren Jacob Søndergaard om produktene.

Fikk nei  
Støtten fra Innovasjon Norge kom imidlertid ikke av seg selv. Først fikk Oslo-grønderne et rundingene nei.

- Innovasjon Norge hadde blinket ut bestemte bransjer som satsingsområder og var ikke uten videre med på våre optimistiske analyser forteller Gry Wigre.

Dette ga grønderne blod på tann. De utviklet da en internasjonal forretningsplan for sine produkter. De tror dette var avgjørende for at Innovasjon Norge så potensialet deres.

- Vi ga oss ikke og valgte heller å sette oss enda mer hårete mål. Vi skulle bli ledende innen vårt segment og var fast bestemt på å få det til. Da Innovasjon Norge skjønte hvor villige vi var til å satse utenlands forsto de at vi mente alvor. Vi hadde dessuten tung bakgrunn fra tidligere forretningsprosjekter forteller Wigre.

Menn skjønte ikke Wigre og Aunemo gikk også ut i det mannsdominerte venturekapitalmarkedet for å skaffe seg flere investorer til prosjektet. Men der ble de møtt med skepsis.

- I møte med de mannlige investorene fikk vi nedverdiggende kommentarer som «jobber dere her?» Vi ble ikke tatt seriøst sier Gry Wigre.

Selv om bedriften er både nominert og kvalifisert til Seed Forum bindeledd mellom investorer og bedrifter red.anm. har en klar internasjonal strategi og tilbyr et

produkt som ikke eksisterer i markedene måtte Wigre og Aunemo se seg om etter andre investorer.

Da ble det naturlig å kontakte kvinner forteller Wigre.

- Vi kastet ut mennene. Det angret vi ikke på. På n uke hadde vi reist den kapitalen vi trengte for å gjennomføre satsingen sier Wigre. Og det var 3,9 millioner kroner.

## Utfordringer

Etter et markedsfremstøt i apan fikk grønderne beskjed om at japanerne syntes produktet var attraktivt men samtidig oppsto det kulturelle utfordringer som bedriften måtte håndtere. Slike utfordringer koster penger.

- Vår smykkehenger var opprinnelig ment til å henge på veggen. Men det ville ikke japanerne. De ville ha det samme produktet i en mindre variant. Det følte tungt siden vi ikke hadde penger igjen til å starte en ny produktutviklingsprosess forteller Eva Aunemo.

Da gikk de igjen til Innovasjon Norge og søkte om lån.  
- De hadde så stor tro på produktet vårt at de ga oss et lån på 700.000 kroner sier Wigre.

Resultatet ble en bærbar koffertvariant av produktet der smykkehengeren kan trekkes ut.

I dag er apan et av fem land der

«Vi ga oss ikke og valgte heller å sette oss enda mer hårete mål.»



Grønderne i Onmii Gry Wigre til venstre og Eva Aunemo ble ikke tatt seriøst av

Onmii først starter satsingen på sine produkter. De andre er Norge, Sverige, Danmark og Finland. I tillegg skal de europeiske og amerikanske storbymarkedene erobres. Utenlandslanseringen skjer for fullt i juni.

- Her hjemme begynte vi med butikkjedene. I tillegg til 20 butikker i Arte-kjeden fører produktene våre er Onmii representert i 80 andre butikker i Norge sier Wigre.

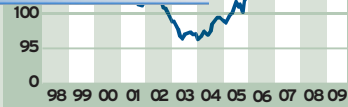
God lokalkunnskap  
Wigre og Aunemo forteller at de er imponert over samarbeidet med Innovasjon Norge så langt. Også internasjonalt.

- I tillegg til kapital har Innovasjon Norge tatt oss inn i det internasjonale programmet sitt. Akkurat nå jobbes det iherdig med Tokyo. Der har Innovasjon Norge et eget kontor som vi drar god nytte av. I tillegg til lokalkompetansen til medarbeiderne på kontoret kan vi kjøpe tjenester til halv pris av Innovasjon Norge i Tokyo. Tjenestene de leverer er meget bra. Når vi jobber der kan vi dessuten invitere potensielle kunder til de stamdsessige ambassadelokalene som kontoret er samlokalisert med sier Wigre.

Markedsføring en utfordring  
Wigre og Aunemo forteller at Onmii er et japansk uttrykk som

Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features

reservene i de fleste næringer - men resultatene var særlig svake for maskinindustri og bygging av skip og oljeplattformer. Det positive er at nedgangen i industriens ordrettlighet viser tegn til utfylling og ordreservene faller mindre i 3 enn i 2. kvartal 2009.



## Lavere industriproduksjon

► Norsk industri ble hardt rammet i 2009 av en markert svikt i etterspørselen hjemme og ute på grunn av finanskrisen. Industriproduksjonen gikk ned med 6,2 prosent fra 2008 til 2009 - viser virkedagskorrigererte tall.

Produksjonen i metallindustrien gikk ned med 20,8 prosent. Bunnen for næringen ble nådd i mai. Fra 3. til

4. kvartal 2009 steg produksjonen med 6,2 prosent etter å ha steget med 4,9 prosent fra 2. til 3. kvartal. Bygging av skip og oljeplattformer maskinindustrien og maskinreparasjon og -installasjon hadde en økning i produksjonen fra 2008 til 2009 på grunn av høye ordreserver - særlig knyttet til leveranser til norsk olje- og gassvirksomhet. I løpet av 2009 har ordreservene og ordreinngangen falt kraftig - særlig i maskinindustrien og bygging av skip og oljeplattformer.

FOTO: BÅRD ANDERSSON



de mannlige investorene - men kvinnelige investorer trodde på dem. Nå er målet å erobre Tokyo.



Onmii lager smykkehengere som skaper orden i smykesamlingen enten i form av en dekorativ plate du henger på veggen eller en koffert der platen kan brettes ut.



Systematisk HMS-arbeid

## VI KAN HELPE DERE MED F NEDS KEFRAV RET

Et høyt sykefravær koster bedriften dyrt. Gjennom fokus på helsefremmende arbeid kan vi bidra til å legge grunnlaget for lavere sykefravær. Vi legger vekt på identitetsskapende tiltak og kulturbygging i bedriften. Vi hjelper bedrifter med:

- Lederopplæring i forebygging og håndtering av sykefravær
- Bistand i bruk av NAV sine støtteordninger
- Etablere tydelige sykefraværstrukturer
- Kurs og individuell opplæring av medarbeidere
- Tiltrettelegging av oppgaver ut fra individuell vurdering av arbeidsevne

Hjelp24 er Norges ledende og største private helseaktør med 700 ansatte fordelt på 40 kontorer rundt i landet.



Kontakt oss på 02442 eller

hjelp24.no

betyr «ta vare på deg selv».

- Uttrykket brukes ikke så mye lenger - men vi mener det er betegnende på produktet vårt og dets funksjonalitet sier de.

Grundernes erfaringer så langt er at det ikke er lett å introdusere et helt nytt produkt i Norge.

- Markedsføring er alfa og omega.

Hovedutfordringen vår har vært å få kommunisert til potensielle kunder at produktet vårt også er til hjemmebruk - ikke bare til butikker. Det hadde vært å kunne presentere gode tv-reklamer for produktet vårt sier Gry Wigre.

Wigre og Aunemos markedsstrategi har så langt vært å være synlige der produktene er.

- Vi står i butikker gjennomfører salgsaktiviteter og jobber mest mulig for å få til en «snakkis» sier hun. Facebook Titter og andre sosiale medier blir også hyppig benyttet.

I tillegg har Onmii sendt ut produkter til 30 personer som er valgt ut med omhu.

- Vi plukket ut 30 av dem som står på toppen av kjendislista til Se og Hør og girer Wigre. Hun legger til at de har fått takkebrev fra mange. Blant andre var Wenche Myhre veldig fornøyd med produktet.

Penger

Når de snakker om prosessen de har vært igjennom er grunderne

i Onmii opptatte av at det viktigste for grunderne i en startfase er å være modige.

- Skal du oppnå suksess eller et gjennombrudd kan du ikke synes at 100.000 kroner i aksjekapital er mye penger. Du må rett og slett ut og jakte etter pengene og du kan ikke gi deg før du har dem - sier Gry Wigre.

Hun tror at mange av problemene til kvinnelige grunderne er at de ikke tenker stort nok og at de har for mange andre motivasjoner bak oppstart av firmaet enn business.

- Du må være hardhudet for å lykkes som grunder. Og du må vite at det tar lang tid å oppnå drømmen din - legger hun til.