

Smarta tjejer med smarta grejer förenklar vardagen

Mindre än ett år efter starten lanserar addXtra Of Sweden AB i Halmstad en första produktgrupp med "smarta prylar".

– Idén är glasklar, vi vill förenkla vardagen för såväl gammal som ung. Och det vill vi göra genom att utveckla funktionella produkter i läcker design, produkter som ska säljas i butiker och via nätet och på så vis bli tillgängliga för alla, förklarar företagarna Anneli Liikane och Karin Almeby.

Produktfamiljen Öppna, bestående av fyra snyggt förpackade produkter som underlättar öppnandet av burkar, flaskor med mera, är det första konkreta resultatet av de båda företagarernas utvecklingsarbete.

– Iskapandet av Öppna har vi tagit hjälp av extern expertis både vad gäller konstruktion och design. Via samarbete med Spenshults reumatikersjukhus har vi fått en bild av vilka produkter som efterfrågas.

De båda företagarna har erfarenhet av såväl privat som offentlig sektor. Närmast kommer de från Högskolan i Halmstad där Karin Almeby arbetade som ekonom och Anneli Liikane som projektledare för olika utvecklingsprojekt, bland annat inom hälsoteknikområdet.

God design och tillgänglighet

– I mitt arbete såg jag många hjälpmedel som, även om funktionen var god, ofta var väldigt fula. Idén väcktes att utveckla den här typen av vardagliga hjälpmedel både vad gäller funktion och design.

I högskolemiljön har de båda knutit till sig ett intressant nätverk bestående av tekniker, designers med flera.

– Dessutom kommer jag från en företagarfamilj i Gislaved, säger Karin Almeby, och har en hel del kontakter till exempel med plasttillverkande industri som hjälpt oss med prototyper och produktion.

Hittills har olika typer av hjälpmedel huvudsakligen bara



Smarta produkter
med god funktion
och snygg design
som underlättar
vardagen behövs
i varje hem,
menar Karin
Almeby (t v) och
Anneli Liikane.

Bild: EMMA
GUSTAFSSON

funnits på en begränsad marknad.

– Den som behöver ett hjälpmedel vänder sig vanligen till en hjälpmedelscentral.

– Vi använder inte ordet hjälpmedel utan talar istället om smarta produkter som fyller ett behov hos alla, inte bara människor med funktionsnedsättning. Därför satsar vi inte bara på funktion, design och snygga förpackningar – våra produkter

ska också vara lätta att få tag i, förklarar Anneli Liikane.

Söker nå ut på bred marknad

För att nå ut på en bredare marknad deltog addXtra nyligen i Formex, Skandinaviens största mässa för design, inredning, presentartiklar och dylikt.

– Våra produkter ska finnas lättillgängliga i butiker som t ex

Duka och Åhléns och vi menar, att enkla, funktionella prylar som dessutom är läckert förpackade och lämpliga att ge bort som presenter tilltalar alla åldrar.

– På sikt tror vi dessutom starkt på försäljning över Internet. Köpbeteendena förändras och via nätet når vi en yngre målgrupp, förklarar Karin Almeby.

TORSTEN NILSSON