

Unge frontløbere opfinder mobil-billetter

Fra øv til hurra. Irritation kan føre til gode forretningsidéer, når man vælger at reagere konstruktivt. Det var, hvad to gode venner i Århus gjorde. De var trætte af at stå i kø til og gå glip af spændende arrangementer. Derfor opfandt de et koncept, hvor mobiltelefonen løser problemerne.

Computeren, pungen og telefonen er smeltet sammen i nutidens mobiltelefoner. Det baner vejen for, at man på mobilen både kan se på en eventkalender eller køreplan, bestille billetter, betale dem og få en digital billet via sms. Ved indgangen til arrangementet eller toget, kan man vise den kopisikrede billet på telefonens skærm.

Det er kort fortalt idéen bag firmaet ScreenTicket skabt af iværksætterne Sead Bajrovic, David Ventzel og Jathavan Shanmugam. Den har vist sig at være så god, at både kunder, brugere og investorer har taget den til sig, og flere større transport-selskaber forhandler i øjeblikket med ScreenTicket.

Virksomheden er samtidig på vej ud over landets grænser. ScreenTicket er i gang med at etablere sig i USA via samarbejdspartnere med stort lokalkendskab. Og i Sverige har ScreenTicket indgået en samarbejdsaftale med en partner.

Skabertrang som drivkraft

Allerede mens de tre ildsjæle bag firmaet var under uddannelse, satte de sig det mål, at de ville skabe en erhvervssucces sammen.

- Vi har en skabertrang, der driver os fremad. Vi kan lide selv at tage beslutningerne og skabe noget nyt, forklarer CEO Sead Bajrovic.

Stifterne kom på prøve, da start-

kapitalen skulle skaffes. Men Østjysk Innovation kunne se potentialet i idéen bag ScreenTicket. Dermed kom en prototype og den første kunde i hus.

- Selvom vores idé er lidt "ung", mødte vi stor lydhørhed i innovationsmiljøet. Potentialet blev undersøgt seriøst, og vi fik kortlagt teamets personlighedsprofiler. Østjysk Innovation er med til at sikre, at vi udvikler os løbende og kommer ud på markedet, oplever Sead Bajrovic.

Kunsten at komme først

ScreenTickets ledelse har øjnet et nyt og voksende marked tidsnok til at kunne blive en såkaldt first mover med de fordele, det giver. Ambitionen er, at den gode timing skal gøre ScreenTickets løsning til den mest populære, så den på sigt kan blive en decideret international standard på dette felt. I slutningen af 2009 vandt løsningen en pris i en iværksætterkonkurrence i USA på grund af sit potentiale for at blive stor succes på det amerikanske marked.

- Mobilmarkedet udvikler sig meget hurtigt. Innovationsmiljøet og investorerne har givet os ro til at fokusere på salg og videreudvikling. Det ville have forhalet vores udvikling og forringet vores chancer for succes, hvis vi skulle bruge endnu mere tid på at søge kapital, konstaterer Sead Bajrovic.

En stærk bevidsthed om værdien af netværk har også hjulpet ScreenTicket godt på vej. Mange timer er blevet brugt på at være til stede de rigtige steder og stifte nye relationer. Det gav for eksempel bonus, at Væksthushuset i Midtjylland kendte til ScreenTicket, da DR Penge ringede til væksthuset for at få kontakt med virksomheder, der fik nej til lån hos banker.

ScreenTicket kom på skærmen i den allerbedste sendetid.

- Kort efter blev vi kontaktet af fire interessante investorer, heriblandt Foreningen Energi Horsens, der sammen med Østjysk Innovation skød fire millioner kroner ind i virksomheden, siger Sead Bajrovic.

ScreenTicket

Stiftet 2007

Ti medarbejdere

www.screenticket.dk

