



#### Fakta

**Namn:** Mats Lorensen.

**Bor:** Skogås utanför Stockholm.

**Född:** 1951.

**Gör:** Marknadsansvarig H.I.T. AB.

**Familj:** Gift med Kristina och två barn, 17 och 19 år.

**Fritid:** Golf, familjen och huset.

#### Kommer ni att vässa presentationen nu när ni har vunnit BoostChamber?

- Ja! Jag blev jätteglad för de kommentarerna! Nu växer företaget och vi tar nya tag. Movexum har betytt mycket för oss och tillsammans arbetar vi nu på en marknadsplan. Utifrån den kommer vi att utveckla våra strategier för hur vi ska kommunicera och marknadsföra oss. Vi kommer att gå ut mycket starkt både nationellt och internationellt – och då kommer vi att ha en vass presentation av företaget och våra produkter, säger Mats Lorensen.

Förutom extra fokus på företaget innebär vinsten också att H.I.T. får ett medlemskap i Mellansvenska Handelskammaren, möjlighet att tillsammans med Future Position X träffa investerare i Kina, en artikel i tidningen Affärer, coaching av Fiberoptic Valleys affärsutvecklare, och en designgenomgång av GävleDala Designlab.

### BoostChamber i Gävle Konserthus

**En påtaglig känsla av spänning och förväntan sprider sig i Konserthusets foajé. Det är Movexums motsvarighet till Draknästet – BoostChamber – som äger rum.**

Syftet med BoostChamber som arrangeras av Movexum tillsammans med Mellansvenska Handelskammaren är att sätta fokus på innovativa företag och ge dem ytterligare stöd för att kunna utvecklas. Nu fick entreprenörer, investerare, coacher, representanter från Mellansvenska Handelskammaren och Movexum möjlighet att mingla med företagare, innovatörer och media. Gefle Dagblad och Arbetarbladets gemensamma tidning Affärer var en av sponsorerna och Gävletidningar filmade för sin webb-tv.

Men BoostChamber är också en tävling. Fyra företag fick fem minuter vardera på sig för att presentera sin verksamhet, affärsidén och framtidsplanerna. Juryn – boostarna – bestod av Lena Munkhammar, Pekka Seitola och Lena Lorentzen som alla är starka utvecklingsprofilerade personer i regionen.

Efter alla presentationer och utfrågningar från juryn var det till slut H.I.T Sweden AB som gick därifrån som vinnare. Företaget utvecklar produkter för brandbekämpning och brandskydd och den som presenterade företaget var Mats Lorensen, företagets marknadsansvarige.

#### Vad betyder den här vinsten för er?

- Det här betyder oerhört mycket! Omvärlden får upp ögonen för oss och våra produkter och vi kan med stärkt självförtroende fortsätta att formera bolaget och prata med möjliga investerare som har finansiella muskler och rätt kompetens. Vi vet att våra brandskydds- och släckningsprodukter har bärighet. Om vi bara fick möjligheten skulle vi kunna ta hand om de stora bränderna som drabbat till exempel Australien och USA, säger Mats Lorensen.

Juryn kokade ner sin motivering till sex ord som sammanfattade både presentationen och företaget: enkelt, begripligt, kommunicerbart, marknad, samhällsnytta, miljövänligt.

H.I.T. har en tydlig produkt som är enkel att kommunicera till en marknad som har stort behov av den. Genom sin effektivitet tillför den också på ett miljövänligt sätt stor samhällsnytta. I juryns utfrågning om varje företag fick Mats Lorensen positiva kommentarer om produkternas effektivitet och potential, men också att bilderna som användes vid presentationen inte hade samma höjd som själva brandskyddsprodukterna.

