

INFORMASJONSMATERIALE



NEOTECHNOLOGY ASTM

**Påtenkt rettet emisjon av inntil 3.175.416 aksjer
hver pålydende NOK 0,01 til tegningskurs NOK 4,00 per aksje.**

Emisjonsbeløp: Inntil NOK 12.701.664

Tegningsperiode: Fra 16. april 2008

Informasjonsmaterialet er utarbeidet av:

Henry Østhassel (gründer)

&

Tom O. Kleppestø (styreleder)

INNHOLDSFORTEGNELSE

INFORMASJONSMATERIALE	1
1. SAMMENDRAG	4
1.1 SELSKAPETS HISTORIKK, FORMÅL OG VIRKSOMHET	4
1.2 STRATEGI.....	5
1.3 FINANSIELLE HOVEDTALL	7
2. ANSVARSERKLÆRINGER	9
2.1 STYRET OG ADMINISTRASJON I NEO TECHNOLOGY AS	9
2.2 TILRETTELEGGER	9
2.3 FIRMAATTEST.....	9
3. DEFINISJONER OG FORKORTELSER	10
4. EMISJONS- OG SALGSTEKNISKE DATA	11
4.1 AKSJEKAPITALFORHØYELSE.....	11
4.2 NÅVÆRENDE AKSJEKAPITAL	11
4.2.1 Aksjekapitalforhøyelse.....	11
4.2.2 Tegningskurs	11
4.2.3 Tilbydde aksjers rettigheter.....	11
4.3 FORMÅLET MED AKSJEKAPITALFORHØYELSEN	11
4.4 FORHOLD RUNDT EMISJONEN	13
4.4.1 Fraveket fortrinnsrett til tegning.....	13
4.4.2 Omkostninger	13
4.4.3 Tegningssted.....	13
4.4.4 Meddelelser.....	13
5. FORRETNINGSIDÉ OG STRATEGI	14
5.1 SELSKAPETS FORMÅL.....	14
5.2 FORRETNINGSIDÉ	14
5.3 SELSKAPETS MÅLSETTING	14
5.4 SELSKAPETS VIRKSOMHET.....	14
5.5 STRATEGI.....	14
5.5.1 Produksjon av komponenter.....	15
5.5.2 Global markedsføring.....	15
5.5.3 Lisensiering	16
5.5.4 Produksjon av skilt.....	16
6. FLYTDIAGRAM	17
6.1 FLYTDIAGRAM	17
6.2 MARKETING	18
6.3 ORDER FLOW.....	18
6.4 PRODUCT FLOW	18
6.5 INVOICE FLOW	18
6.6 CASH FLOW	18
6.7 ROYALTY	18
7. NEOSIGN MARKETPLACE	19
7.1 NEOSIGN MARKET PLACE	19
7.2 USA	19
7.3 EUROPA	19
7.4 SØR-AMERIKA	19
7.5 AUSTRALIA.....	19
7.6 KINA	19
7.7 AFRIKA	19
8. BESKRIVELSE AV SELSKAPET	20
8.1 HISTORIKK SELSKAP	20
8.1.1 Bakgrunn	20
8.1.2 Selskapet NeoSign AS: 1991 - 1997.....	20
8.1.3 Selskapet NeoTechnology AS: 1997 – 2000.....	20
8.1.4 Selskapet NeoTechnology AS: September, 2001 – 2006	20
8.1.5 Selskapet NeoTechnology AS: Stiftet 1. juni 2005.....	21
8.2 PRODUKTENE	21
8.2.1 Patenter.....	22
8.2.2 Videreutvikling	22
8.2.3 Produksjon.....	22
9. MARKEDSBESKRIVELSE	24
9.1 INNLEDNING	24
9.2 TOTALMARKEDET	24
9.3 AKTUELLE MARKEDSSEGMENTER	24
9.4 KONKURRERENDE PRODUKTTYPER.....	25
9.5 LYSFORURENSING	25
9.6 NEOSIGN LYSFORURENSER IKKE!	25

9.7	MARKEDSSTRUKTUR.....	25
9.8	AGENTER	26
9.9	KUNDER.....	26
9.10	GLOBAL ACCOUNTS.....	26
9.11	SAMARBEIDSPARTNERE.....	27
10.	FINANSIELL INFORMASJON	29
10.1	BUDSJETT	29
10.2.1	NORGES FORSKNINGSRÅD	29
10.3	PROGNOSER.....	29
10.5	POTENSIALE.....	29
	COCA-COLA	30
10.6	INVESTERINGER OG KAPITALBEHOV	30
11.	RISIKOFORHOLD	31
12.	ORGANISASJON	32
12.1	SELSKAPSSTRUKTUR.....	32
12.2	ORGANISASJON	32
12.3	STYRET	32
12.4	NØKKELPERSONER	32
13.	AKSJEKAPITAL OG AKSJONÆRFORHOLD	34
13.1	NÅVÆRENDE AKSJEKAPITAL	34
13.2	REGISTRERING I VERDIPAPIRSENTRALEN	34
13.3	AKSJONÆRSTRUKTUR	34
13.4	STEMMERETT OG OMSETTELIGHET.....	34
14.	AVTALE- OG ANDRE JURIDISKE FORHOLD	35
15.0	VEDLEGG.....	36
16	NEOSIGN – TEKNISK PRODUKTBESKRIVELSE.....	37
16.1	HOVEDINGREDIENSENE I DEN NYE SKILTYPEN NEOSIGN ER:	37
16.2	TEKNISK UTFORMING OG DESIGN – KRAVSPESIFIKASJON	38
16.3	PRODUKTUTVIKLING.....	39

1. SAMMENDRAG

Dette kapitlet gir et sammendrag av utvalgte deler av informasjonen i prospektet og dets vedlegg.

1.1 Selskapets historikk, formål og virksomhet

Bakgrunn

I 1991 utviklet og patenterte Henry Østhassel en ny type lysskilt med navnet NeoSign. Skiltets dekor som er av fluorescerende folie, kan klistres på vinduer eller Plexiglass, og aktiviseres med en ultrafiolett (UV) lyskilde. Skiltene ligner vanlig foliedekor i dagslys og neonlys i mørke. NeoSign er imidlertid mye billigere enn neonlys, lettere å installere og gir mye større frihet til utforming av motiv og anvendelse.

I perioden 1991 – 1999 var Østhassel gjennom to mislykkede kommersialiseringsforsøk. Østhassel fikk med seg feil type investorer, ble kuppet og selv avskjediget fra sitt første selskap, NeoSign AS, i 1994. De som drev selskapet hadde ingen kunnskap om skiltmakernes verden, noe som førte til at de utviklet feil produkter, ubrukbar markedsføring og ingen opplæring fordi de ansvarlige ikke selv skjønnte hva det dreide seg om. I ett år kjempet Østhassel for å få selskapet inn i rette spor, man ga til slutt opp da han i januar 1995 solgte seg ut til daværende styreformann. Selskapet endte med konkurs i 1997, noe Østhassel forutså og skriftlig advarte aksjonærene om allerede sommeren 1994.

Henry Østhassel, sammen med noen av investorene han hadde et godt forhold til, kjøpte umiddelbart konkursboet tilbake og stiftet et nytt selskap. Nye investorer kom inn, og Østhassel ble atter en gang skviset ut av ledelsen av investorene, og selskapet sporet igjen av sine opprinnelige planer. Til Østhassels store frustrasjon brukte selskapets ledelse opp hele egenkapitalen på feil strategier. Dette førte til at selskapet ikke bare gikk tom for egenkapital før selskapet kunne begynne å selge, men de lånte attpå til kr. 500.000 før ledelsen kastet kortene. Igjen gikk selskapet konkurs. Denne gangen gikk det bare 6 måneder på å bruke opp totalt 2,3 mill. kroner.

I 2001 kjøpte Henry Østhassel igjen ut konkursboet sammen med noen av investorene som han fremdeles har et godt forhold til, og i september 2001 stiftet de igjen et nytt selskap med samme navn som det siste selskapet, NeoTechnology AS.

I januar 2003 ble NeoSign-prosjektet godkjent som Skattefunn-prosjekt for 2002 og 2003. Den 12. november 2003 fikk gründer og oppfinner Henry Østhassel Reodor-prisen for utviklingen av NeoSign-konseptet. Den 17. november 2003 fikk selskapet utbetalt kr 612.000 i Skattefunn-midler for regnskapsåret 2002 - samtidig som selskapet ble finansiert med kr 2 mill. fra investorer. Da selskapet som var godkjent som Skattefunn-prosjekt for 2 år forventet selvfølgelig styret i NeoTechnology AS en ny Skattefunn-utbetaling høsten 2004 (for regnskapsåret 2003) som styret hadde regnet ut ville bli på ca. kr 730.000. Etter Skattefunn-utbetalingen den 17. november 2003 ble dette lagt inn i budsjettene til NeoTechnology AS og selskapet investerte deretter. Budsjettene ble lagt opp slik at Skattefunn-midlene som skulle utbetales høsten 2004 skulle brukes som driftsmidler utover høsten 2004 og skulle holde utover vinteren 2005 dersom inntektene skulle drøye.

Den 31. januar 2004 fikk selskapet kontramelding om at Skattefunn-midlene de fikk utbetalt den 17. november 2003 ikke skulle vært utbetalt likevel, at Skattedirektoratet tolket reglene annerledes enn SkatteFUNN-sekretariatet, SND, Næringsjefen i Farsund og Revisor - samt likningskontoret som utbetalte pengene. Nå stod visstnok også utbetalingen høsten 2004 i fare. Selskapet hadde allerede gjort store ureverserbare investeringer og forpliktelser i USA beregnet på Skattefunn-midlene.

Den 8. desember 2004 [fikk selskapet beskjed](#) om at de måtte tilbakebetale kr 470.000 av Skattefunn-midlene de fikk utbetalt den 17. november 2003 – og at de ikke ville få utbetalt det vi var ”lovet” høsten 2004. Det er i denne forbindelse er der opprettet en egen web-side www.skattefunnfadesen.no - NeoTechnology AS egen sak ligger under www.neosign.com/skattefunnfadesen/ Mange gründerbedrifter opplevde det samme.

Styret besluttet derfor at selskapet endret navn til TeipTeknologi AS i tilfelle selskapet måtte innstille driften som et direkte resultat av dette SkatteFUNN-rotet.

Patenter og varemerker og alle immaterielle rettigheter eies av Henry Østhassel, og selskapet har lisens på disse så lenge selskapet er solvent. Etter Skattefunn-fadesen ble selskapet insolvent, og Henry Østhassel sa derfor opp lisensavtalen med TeipTeknologi AS. Den 13. juli 2006 ble dette selskapet tvangsavviklet av staten pga. manglende innberetning til Foretaksregisteret i Brønnøysund (regnskap og revisjon etc.).

Gründer Henry Østhassel besluttet i 2005 å stifte nytt selskap kalt NeoTechnology AS. Dette informasjonsmateriale gjelder dette selskapet med organisasjonsnr. 988 294 020 og stiftelsesdato 01.06.2005, registrert i Foretaksregisteret 14.07.2005.

Produktet

NeoSign, som skiltkonseptet kalles, har vakt stor interesse blant skiltmakere, investorer og leverandører p.g.a. produktets nyhetsgrad. Ved hjelp av vanlig datastyrt verktøy kan lysende skilt med meget høy detaljgrad produseres til en lav kostnad. Produktet skal hovedsakelig installeres innendørs – på innsiden av vinduer. Her vil skiltet ikke stjele dagslys, slik for eksempel lyskasser gjør, men gjøre budskap i alle etasjer lett synlig fra gateplan. Denne muligheten åpner et helt nytt skiltmarked som skiltmakerne er svært interesserte i å utnytte.

Reodor-pris

Den 12. november 2003 ble gründeren Henry Østhassel tildelt den prestisjetunge Kreativitets-prisen Reodor for utviklingen av NeoSign-konseptet – et lysskiltssystem som ikke lysforurensner! Prisen ble utdelt av [Den Norske Ingeniørforening](#) og [Innovasjon Norge](#) tidligere kalt SND.



Forretningsidé

NeoTechnology AS har som forretningsidé å kommersielt utnytte og videreutvikle selskapets patenterte og patentsøkte teknologi for fluorescerende lysskilt. Selskapet vil i samarbeid med underleverandører tilby verdens skiltmakere et helt nytt skiltkonsept gjennom en avansert Webpage og et svært genialt Webshop-system som egentlig er en Web-markedsplass. Der har Østhassel allerede linket og vil fortsette å linke sammen forskjellige produsenter over hele verden til å produsere og levere de ulike komponenter som trengs for å fremstille et NeoSign, som NeoFilm, NeoLight, NeoGlass, NeoTint, UV-lys, NeoLight Sequencer osv. Flere av disse navnene er registrerte varemerker.

1.2 Strategi

Samarbeids-partnere

Henry Østhassel har siden 1990 utviklet et godt samarbeid med flere sentrale leverandører av delkomponenter til NeoSign-konseptet:

- www.3m.com – 3M er en betydelig amerikansk tape-produsent. Selskapet er verdens største leverandør av tape til skiltmakerbransjen, og har et omfattende distribusjonsnettverk over hele verden. 3M har meddelt at de er meget interessert i å produsere og distribuere NeoFilm gjennom vår Webshop over hele verden.
- www.ritrama.com – Er et italiensk selskap og er å regne som en av verdens største leverandører av tape til skiltindustrien. De har fabrikker og distribusjonsnett over hele verden. Ritrama har over 600 ansatte og omsetter for over 300 mill. euro, ca kr. 2,4 milliarder kroner.
- www.FLEXcon.com – Et amerikansk selskap, som er å regne som en av verdens beste og største leverandører av tape til skiltindustrien. De leverer faktisk tape til de fleste av verdens tapeleverandører, som igjen setter sitt eget navn på tapen. Sammen har med Østhassel har de utviklet en ny generasjon NeoFilm. NeoTechnology AS vil med det første ta initiativ til forhandlinger om en lisensavtale med FLEXcon.
- www.litecontrol.com – Lysarmaturen NeoLight skal rette UV-lyset mot folien. Armaturen er utviklet av Henry Østhassel og vil bli produsert og levert direkte til skiltmakerne i hele USA av Litcontrol gjennom NeoSign webshop.
- www.glamox.com – Lysarmaturen NeoLight kan bli produsert og levert direkte til skiltmakerne i hele Europa av Glamox i Molde gjennom NeoSign webshop.
- www.degussa.com – Degussa er et tysk konsern. Para Chemie i Østerrike har bistått Østhassel med å utvikle NeoGlass. Para Chemie ble kjøpt opp av konsernet Degussa. NeoGlass er et spesielt plexiglass med innebygd UV-filter. Salget vil foregå direkte fra en leverandør for det europeiske markedet gjennom NeoSign webshop.
- www.cyro.com - Cyro er et amerikansk selskap og datterselskap av tyske Degussa, som produserer plexiglass for det amerikanske markedet. Cyro har vært med Østhassel og utviklet NeoGlasset for det amerikanske marked. Salget vil foregå direkte fra en leverandør for det amerikanske markedet gjennom NeoSign webshop.
- www.philips.com – Philips er et nederlandsk konsern som produserer selve lyskildene, UV-lyset, som brukes i NeoLight. De er interessert i å samarbeide med oss. Salget vil foregå direkte fra en leverandør for det europeiske markedet og en annen leverandør for det amerikanske markedet gjennom NeoSign webshop.
- www.elektroest.no - NeoLight Sequencer er den foreløpig siste av Østhassels ideer som han nylig har utviklet i samarbeid med Elektro Øst AS. Det er en styringsboks som senker / hever / senker lysene i ønskede sekvenser. NeoLight Sequencer vil bli produsert og solgt direkte til skiltmakerne i hele verden gjennom NeoSign webshop.
- www.signarama.com – Sign*A*Rama er et stort amerikansk franchise-selskap med ca. 800 skiltmakere hovedsakelig over hele USA og Canada. De er også i gang i flere andre land i verden og ønsker å ekspandere over hele verden. Disse skiltmakerne selger, produserer og monterer skiltene selv. En avtale med oss vil bety at de må kjøpe produktene direkte gjennom NeoSign webshop der vi får X% av omsetningen fra produsentene.
- www.bekaert.com – Bekaert er et stort internasjonalt belgisk selskap som blant annet selger såkalte "vindustintetaper" over hele verden. Dette selskapet ønsker at vi selger deres taper gjennom våre webshop-systemer og får en provisjon for dette.

NeoTechnology AS har allerede de fleste NeoLight komponenter på lager (noe vi i fremtiden ikke skal ha.)

Markedsføring

NeoTechnology AS vil med våre rettigheter til produktet sitte som edderkoppen i midten av nettet. Vi vil styre leveransene fra produsentene til skiltmakerne, og sette de kommersielle betingelsene mellom de forskjellige aktørene.

Henry Østhassel har utviklet og ferdigstillet et svært profesjonelt markedsførings-materiell som brosjyre, monteringsanvisning, animert monteringsanvisning, guidelines, flygeblad, samt en digital videofilm (DVD) for både markedsføring og opplæring. Brosjyrene er på engelsk, tysk, spansk og fransk, mens videofilmen foreløpig er på engelsk, tysk, spansk og fransk, norsk, svensk og dansk.

Henry Østhassel har også utviklet en webside på internett på norsk, engelsk, tysk, spansk, fransk, svensk, norsk og dansk. Denne websiden skal brukes i markedsføringen i hele verden. Websiden skal hele tiden videreutvikles. En avansert, men likevel enkel Webshop er nesten ferdig utviklet i [NeoSign Market Place](#).

Se www.neosign.com Velg **USA**. Klikk deretter på **Dealers only**. Brukernavn: **USA**
Passord: **a52pet**. Klikk så på **Market Place** og du er inne i NeoSign Market Place. Her ligger der en PDF fil som viser hvorledes web shopene våre skal se ut som om kort tid er fullt operative.

Skiltmakere som ønsker å ta i bruk NeoSign-konseptet skal gis enerett for et passende geografisk område hvor de har god dekning, og derigjennom gis et incentiv til å utvikle nye forretningsområder hvor de vil ha en klar konkurransefordel med NeoSign-konseptet.

NeoSign-konseptet introduserer ikke bare en ny måte å anvende lyskilter på, men også en helt ny måte å markedsføre på. Og ikke minst en helt ny måte og lære opp nye skiltmakere som trenger opplæring i lysvinkler og lysavstander. NeoTechnology AS vil derfor utvikle et nytt NeoSign University i West Palm Beach i Florida – inkludert en videofilm som gir full opplæring i konseptet. I tillegg har selskapet utviklet en animert monteringsanvisning. Utviklingen av en automatisk animert guideline er i gang, som den eneste i sitt slag i verden. Opplæringen vil foregå i [NeoSign University](#) bl.a. ved hjelp av [DVD](#), internett og animasjoner og Auto Guide som skal brukes aktivt for å illustrere og gi idéer. Som en del av dette "autorisasjonskurset" vil skiltmakerne måtte kjøpe en begynerpakke med nødvendig verktøy og en del materialer, samtidig som de forplikter seg til å opprettholde et visst minstesalg innenfor sitt område.

Opplæring

Et opplæringscenter, kalt [NeoSign University](#), var allerede bygget i West Palm Beach, Florida, i USA, kun 150 m. fra [Sign*A*Rama University](#). Se bilder av dette i vår web side www.neosign.com Choose country: **USA** - Klikk på **Location** under **University**. Eller gå direkte til <http://www.neosign.com/usa/university.html> Sammen med [DVD-filmen](#), interaktive guidelines samt det øvrige opplæringsmaterialet, vil vi med et nytt NeoSign University gi skiltmakerne en fullverdig opplæring av NeoSign-teknologien og dermed en autorisasjon. Skiltmakerne skal også få opplæring i bruk av vår webside samt alle våre webshops. På grunn av SkatteFUNN-fadesen ble det opprinnelige [NeoSign University revet i mars, 2006](#). Vi vil derfor regne med å bruke 3–4 måneder på å bygge et nytt og enda mer funksjonelt NeoSign University straks emisjonen er gjennomført. Det gamle NeoSign University [var på 230 m2](#).

1.3 [Finansielle hovedtall](#)

Selskapet ble stiftet den 1. juni 2005. Vi har allerede det meste på plass og er klare for kommersialisering, flere produksjonsavtaler og distribusjonsavtaler er allerede undertegnet, og NeoSign produkter er allerede klare for salg.

Det ble høsten 2006 gjennomført en rettet kapitalutvidelse som tilførte selskapet kr 2.012.500 i kapital, fordelt med ny aksjekapital kr 3.354,17 og 2.009.145,83 til selskapets overkursfond. Tegningskurs var kr 6,00 og aksjenes pålydende er kr 0,01. Det ble utstedt 335.417 aksjer i denne kapitalutvidelsen. Styret har fullmakt til å utstede ytterligere 3.164.583 aksjer ifølge en fullmakt som ble vedtatt av selskapets generalforsamling 1. september 2006 og registrert i Foretaksregisteret 25. september 2006. Fullmakten er gyldig til 1. september 2008.

Basert på de erfaringer vi har tilegnet oss om dette markedet, har selskapet utarbeidet vedlagte budsjett for 2008 – 2011. [Klikk her](#). Budsjettet vil bli justert i april 2008.

2. ANSVARSERKLÆRINGER

2.1 *Styret og administrasjon i NeoTechnology AS*

Prospektet er utarbeidet for å gi best mulig informasjon i forbindelse med aksjekapitalutvidelsen i NeoTechnology AS i 2007. Styret og ledelsen i NeoTechnology AS bekrefter at opplysningene i prospektet så langt de har kjennskap til er korrekte, og at prospektet ikke utelater noe som kan gjøre dets innhold misvisende. Markedsutvikling og fremtidsutsikter er vurdert etter beste skjønn. NeoTechnology AS er ikke involvert i tvister eller rettssaker som kan ha betydning for selskapet. Vi tar forbehold om trykkfeil i materialet.

Farsund/Oslo, 1. november 2007

Styret i NeoTechnology AS

Tom O. Kleppestø
Styreleder
(sign.)

Henry Østhassel
Styremedlem
(sign)

Ivar Jacobsen
Styremedlem
(sign)

2.2 *Tilrettelegger*

Tom O. Kleppestø, Frognerveien 21, 0263 Oslo og Henry Østhassel, Mindejordet 20, 4560 Vanse har utarbeidet prospektet.

2.3 Firmaattest

Selskapet ble stiftet den 1. juni 2005 og har org.nr. 988 294 020.

3. DEFINISJONER OG FORKORTELSER

Mill.	Millioner
NOK	Norske kroner
Mill. NOK	Millioner norske kroner
UV	Ultrafiolett
NeoFilm	Den patenterte selvklebende folien med fluorescerende pigmenter og UV-filer som NeoTechnology AS innehar alle rettigheter til gjennom en eksklusiv lisensavtale med patentinnehaver Henry Østhassel, en avtale som innebærer gratis konverteringsrett under gitte vilkår.
NeoGlass	Et spesialutviklet Plexiglass med innebygd UV-filer som brukes når NeoFilm ikke skal/kan monteres på vindusruter eller andre eksisterende gjennomsiktige materialer.
NeoLight	Lysarmaturen som inneholder UV-lyskilden som belyser NeoFilmen og derigjennom aktiverer de fluorescerende pigmentene som gir neoeffekten.
NeoSign	Det totale skiltkonseptet som NeoTechnology AS nå vil markedsføre og selge.
NeoSign AS	Henry Østhassels første selskap som ble etablert for å kommersialisere NeoSign.
NeoTech	NeoTechnology AS (1), Lista Fly og Næringspark, 4560 Vanse. Henry Østhassels andre selskap som ble etablert for å kommersialisere NeoSign.
NeoTechnology	NeoTechnology AS (2), Mindejordet 20, 4560 Vanse. Henry Østhassels tredje selskap som er etablert for å kommersialisere NeoSign og som dette informasjonsmaterialet omhandler.
NT	NeoTechnology AS
Tilretteleggere	Henry Østhassel, Vanse og Tom O. Kleppstø, Oslo
VPS	Verdipapirsentralen
Sequencer - produsent	Elektro Sør AS og Schneider Electric Norge AS, begge på Moss, er sammen produsent av NeoLight Sequencer.
<u>Litecontrol</u>	Litecontrol Inc., basert i New England, USA. Er produsent av lysarmaturen NeoLight for det nord-amerikanske markedet.
<u>Cyro</u>	Cyro Industries produserer NeoGlass i USA.
<u>Degussa</u>	Et tysk storkonsern som produserer NeoGlass.
<u>3M</u>	Et gigantisk amerikansk selskap som bla. produserer teip for skiltindustrien.
<u>Glamox</u>	Glamox AS, basert i Molde. Er produsent av lysarmaturen NeoLight.
<u>Labino</u>	Labino AB, basert i Sverige. Er produsent av spotlys NeoSpot.
<u>FLEXcon</u>	Produserer teip for skiltindustrien.
<u>Sign-A-Rama</u>	Er en stor franchise-kjede som for tiden består av 800 skiltmakere og som ekspanderer over hele verden.
<u>Bekaert</u>	Et belgisk storkonsern som produserer NeoTint.
<u>CPFilms</u>	Et betydelig Amerikansk storkonsern som produserer NeoTint.
<u>Ritrama</u>	Produserer teip for skiltindustrien.

4. EMISJONS- OG SALGSTEKNISKE DATA

4.1 Aksjekapitalforhøyelse

4.2 Nåværende aksjekapital

Selskapet gjennomførte en rettet kapitalutvidelse i november 2006. Det ble utstedt 335.417 aksjer pålydende NOK 0,01 til tegningskurs NOK 6,00. Pr. dags dato har NeoTechnology AS en registrert og fullt innbetalt aksjekapital på NOK 103.354 fordelt på 10.335.417 aksjer hver pålydende NOK 0,01.

4.2.1 Aksjekapitalforhøyelse

Styret i NeoTechnology AS vil i henhold til aksjelovens §10-14 beslutte å utvide aksjekapitalen med inntil NOK 31.646 ved utstedelse av inntil 3.164.583 aksjer hver pålydende NOK 0,01, slik at den samlede aksjekapitalen økes fra NOK 103.354 til maksimum NOK 135.000 fordelt på 13.500.000 aksjer hver pålydende NOK 0,01. Emisjonen vil bli gjennomført som en rettet emisjon overfor et begrenset antall investorer.

4.2.2 Tegningskurs

Tegningskursen pr. aksje er fastsatt til NOK 7,50. Overkursen, NOK 7,49 pr. aksje, samlet inntil NOK 23.702.726,67 (fratrasket evt. emisjonskostnader) tillegges selskapets overkursfond.

Tegningskursen er fastsatt ut ifra tilretteleggernes vurderinger av selskapets inntjenings- evne og risikoforhold. I tillegg er det lagt vekt på de verdier som allerede ligger i selskapet i form av lisensavtaler vedr. immaterielle rettigheter som patenter, varemerker, domener, websider, DVD-film, brosjyrer, utviklingsarbeid og annet tilgjengelig materiell.

4.2.3 Tilbydde aksjers rettigheter

Aksjene gir rett til utbytte fra og med regnskapsåret 2007, og gir forøvrig like rettigheter som andre aksjer i selskapet. Det vil etter emisjonen bli vurdert å registrere selskapets aksjer i VPS. Det tas sikte på en ekstraordinær generalforsamling etter emisjonen med sikte på supplerende/ending av styret, bl.a. som følge av ny eierstruktur i selskapet.

4.3 Formålet med aksjekapitalforhøyelsen

NeoTechnology AS står som beskrevet over i begynnelsen av kommersialiseringsfasen, og emisjonsbeløpet vil først og fremst bli anvendt som driftsmidler, gjenoppbygging av [NeoSign University](#) og opplæring av instruktører, markedsføringstiltak, forretnings- utvikling, men også en begrenset videreutvikling av teknologi må prioriteres.

Markedsføring

Siviløkonom Tom O. Kleppesø vil operere som arbeidende styreleder fremover, og ivareta alle forhandlingene med både produsenter og kunder sammen med gründer Henry Østhassel og styret for øvrig.

Så snart NeoSign University er gjenoppbygget, vil selskapet ansette en administrativ leder i USA, en leder som kan arbeide tett sammen med Østhassel, og som vil være ansvarlig for oppbyggingen av selskapets administrasjon, samt av forhandler- og kundenett. Det første denne personen skal gjøre er å hanke inn Disney og Coca Cola som kunder.

Gründeren av konseptet, Henry Østhassel, skal videreutvikle produktene, finne nye produkter, tenne nye produsenter, [bygge et nytt og funksjonelt NeoSign University](#), lære opp instruktør i NeoSign University, videreutvikle vår webside og NeoSign Market Place, (Web Shop), bygge opplæringscenter og utstillingscenter rundt i verden sammen med våre samarbeidspartnere, samt å betjene våre skiltmakere med know-how og support. I en tidlig fase vil Henry Østhassel være tilgjengelig for det meste.

Selskapet er i besittelse av ferdig utviklet markedsføringsmateriale som:

- **NeoSign University**: Et nytt og forbedret **FoU- og opplæringscenter**, kalt NeoSign University, vil bli bygget sannsynligvis i West Palm Beach, Florida, i USA. Se bilder av det forrige **NeoSign University** som ble revet i mars 2006 på grunn av **SkatteFUNN-fadesen**.
- Sammen med **DVD filmen**, interaktive guidelines samt det øvrige opplæringsmaterialet, vil vi gjennom NeoSign University gi skiltmakerne en fullverdig opplæring av NeoSign-teknologien og dermed en autorisasjon. Skiltmakerne skal også få opplæring i bruk av vår webside samt alle våre webshops.
- **Opplæringsvideo**: Filmen er ferdigprodusert på 6 språk: Engelsk, tysk, fransk, spansk, svensk, dansk og norsk. Totalt har videofilmen kostet over kr 500.000 i produksjonskostnader, og videofilmen er særdeles profesjonell. Filmene som kan sees på **vår web-side** er mindre klipp fra denne filmen.
- **DVD**: Videofilmen er allerede overført til digitalt system som DVD, og er tilgjengelig på DVD som vil bli et uvurderlig salgsredskap uten at dette behøver å koste noe særlig. Produksjonskostnadene i overkant av kr 500.000 er allerede betalt.
- **Internett**: Internett er fremtidens markedsførings- og kommunikasjonsmedium. Vi har allerede en svært profesjonell **webside** utlagt på internett på norsk, svensk, dansk, engelsk, tysk, fransk og spansk. Websiden er blitt svært godt mottatt i markedet.
- **USA-siden** er den siden som er mest ferdig, de øvrige sidene er i kontinuerlig utvikling, og vil bli ferdigstilt etter hvert som vi beveger oss inn i de ulike landene.
- **Monteringsanvisning** (Brukernavn: **USA** Passord: **a52pet**) der vi viser hvorledes man bruker de forskjellige enkle deler til å bygge alle typer vegg- og takskilt, som et "lego-system".
- **Monteringsanimasjon**: Denne animasjonen viser alle de ulike måtene NeoLight monteringsdeler kan anvendes på. Denne animasjonen vil bli produsert i 2007.
- **Guideline**: Guideliner er svært viktig for skiltmakeren å ha. Den viser de riktige lysvinkler og lysavstander mellom NeoFilm og NeoLight. Dette er selve know-how-en.
- **Interaktiv Guideline**: NeoTechnology AS har påbegynt utviklingen av et program som automatisk vil gi skiltmakeren nødvendige opplysninger om lysavstand og lysvinkler for NeoLight. Ved at skiltmakeren definerer dimensjonen på et vindu og legger inn logo og/eller tekst i programmet, vil programmet angi de nødvendige mål og antall NeoLight.
- **NeoSign Market Place**: Det som i dag kalles webshop er etter vår mening fremtidens måte å handle denne type produkter på. Østhassel har utviklet en avansert, men enkel webshop der kunder over hele verden kan plassere ordre direkte hos produsentene hvor som helst i verden. Egentlig består dette av mange webshops, slik at rette navnet vil være NeoSign Market Place. Her vil vi legge stor vekt på forretningsutvikling av webshopen.
- **Brosjyrer**: En brosjyre er allerede trykket på engelsk, tysk, fransk, og spansk og er klar for distribusjon.
- **Flygeblad**: Et enkelt flygeblad i A4-format er klart for trykking med logoene til lokale skiltmakere.
- **Bilder**: En CD med fotografier av forskjellige NeoSign i høykvalitet vil raskt være klar for distribusjon til våre forhandlere som kan bruke disse i egne brosjyrer ol.
- **Annet materiell**: En selgermappe er allerede sammensatt og klar. Den inneholder; DVD film, brosjyrer, flygeblad, monteringsanvisning, guideline, prislister, innholdsfortegnelse over KitBox og refill til KitBox, kontrakt med skiltmaker samt et autorisasjons-diplom. Vi gir også våre skiltmakere eksempelvis en **caps** og **penner** og annet reklamemateriell for å være gjennomført profesjonelle – som en prikk over i'en.

Teknologi-

På teknologisiden er produktkonseptet klar for salg. Det finnes imidlertid flere nye

utvikling forretningsmuligheter og forbedringer som selskapet bør forfølge. Når disse tiltakene settes i gang, vil imidlertid avhenge av den øvrige fremdriften i kommersialiseringen.

Investeringer Selskapet trenger ingen tunge investeringer utover det som er nevnt ovenfor.

4.4 Forhold rundt emisjonen

4.4.1 Fraveket fortrinnsrett til tegning

Styret vil vedta at selskapets aksjonærers fortrinnsrett i henhold til aksjelovens § 10-5 blir fraveket. Vedtaket om å fravike fortrinnsretten må ses i sammenheng med ønsket om en bredere eierstruktur.

4.4.2 Omkostninger

Omkostninger i forbindelse med aksjekapitalforhøyelsen utgjør maksimalt ca. 1 % av totalt emisjonsbeløp, og dekkes av NeoTechnology AS. I tillegg kommer eventuelt alle direkte kostnader for tilrettelegger.

4.4.3 Tegningssted

Tegning finner sted hos:

NeoTechnology AS
Mindejordet 20
4560 Vanse

Telefon: 38 39 32 55 – 91 60 43 80

E-post mail@neosign.com

Styreleder Tom O. Kleppestø

Telefon 48 14 40 00

E-post tom@kleppesto.no

Gründer Henry Østhassel

Telefon 38 39 32 55 – 91 60 43 80

henry@neosign.com

4.4.4 Meddelelser

Meddelelser fra tilretteleggerne eller NeoTechnology AS av relevans for den rettede kapitalutvidelsen anses for å være gitt når de er offentliggjort gjennom pressemeldinger eller direkte pr. e-post til tegnerne ved tildeling. Websiden www.neosign.no vil fungere som en passordbeskyttet webside for våre investorer der all relevant informasjon vil bli lagt ut til enhver tid.

[Klikk her dersom du ønsker å delta i emisjonen.](#)

5. FORRETNINGSIDÉ OG STRATEGI

5.1 Selskapets formål

Selskapets vedtektsbestemte formål er å drive produktutvikling, markedsføring og salg og hva dermed står i forbindelse, herunder deltakelse i andre selskap.

5.2 Forretningsidé

NeoTechnology AS har som forretningsidé å kommersielt utnytte og videreutvikle selskapets patenterte og patentsøkte teknologi for fluorescerende lysskilt. Selskapet vil i samarbeid med underleverandører og distributører tilby hele verdens skiltmakere et helt nytt skiltkonsept gjennom internett. En del av vår forretningsidé er å samarbeide med eksisterende etablerte produsenter, med egne distribusjonsnettverk.

5.3 Selskapets målsetting

NeoTechnology AS har som overordnet mål å bli teknologisk ledende innen anvendelse av fluorescerende materialer til skilt, samt å oppnå en bred internasjonal distribusjon av sitt "NeoSign" skiltkonsept.

5.4 Selskapets virksomhet

Selskapet befinner seg til tross for den kompetanse og teknologi det besitter fortsatt i en kombinert etablerings- og kommersialiseringsfase. Selskapet har nylig undertegnet produksjons og distribusjonsavtale med:

www.litecontrol.com som skal produsere og distribuere NeoFilm.

www.elektroest.no som skal produsere og distribuere NeoLight Sequencer.

www.flexcon.com som er interessert i å produsere NeoFilm.

www.ritrama.com som er interessert i å produsere og distribuere NeoFilm.

NeoTechnology AS vil også igangsette forhandlinger med selskap i USA (som www.flexcon.com – www.3m.com og www.signarama.com) der NeoSign-produktene har vakt betydelig oppsikt, om salg og distribusjon. Fra andre verdensdeler har det også kommet interesse for produktene. Dette vil bli fulgt opp fortløpende.

NeoSign-konseptet har et stort globalt potensial, og selskapet står overfor utfordringen med å perfektionere websiden samt webshopen, som begge vil være helt uvurderlige redskaper for å oppnå høye salgsvolum – **uten eget lager**.

5.5 Strategi

Strategien som her presenteres for selskapet må sees på som foreløpig, og vil ventelig bli modifisert i takt med salget og nye muligheter.

Amerikanske [Sign-A-Rama](http://www.signarama.com) er verdens største franchise-kjede i skiltbransjen, og de har tidligere uttrykt ønske at deres skiltmakere skal selge, produsere og installere NeoSign - worldwide. Vi har som målsetting at vi skal ha en avtale med [Sign-A-Rama](http://www.signarama.com) kjeden sentralt i løpet av 2007, eller med hver enkelt skiltmaker som er fri til å markedsføre, selge og produsere det de vil. Verdikjeden gjengitt nedenfor viser hvordan ansvars- og arbeidsfordelingen med driften av selskapet er tiltenkt.



Som figuren viser, vil NT ha den fulle forretningsmessige kontrollen på konseptet og produktene gjennom websiden og webshopen, samt produkt-/konseptutvikling. Underleverandører skal levere komponentene og stå for distribusjon direkte til skiltmakerne.

5.5.1 Produksjon av komponenter

NeoTechnology AS vil ikke ha noen egenproduksjon av komponenter som inngår i skiltene. Komponentene vil bli produsert av selskapets forskjellige samarbeidspartnere; FLEXcon, Ritrama eller 3M, alle lokalisert i USA, Glamox i Molde og Para Chemie i Østerrike, Philips Lighting i Nederland, Bekaert i Belgia, Labino i Sverige, Litecontrol i USA, Schneider Electric Norge AS/Elektro Øst AS. Disse er nærmere beskrevet under kapittelet "Markedsbeskrivelse".

5.5.2 Global markedsføring

NeoTechnology AS vil være den pådrivende part i å markedsføre skiltkonseptet sammen med skiltmakerne i de forskjellige områder. Videre utarbeidelse av markedsførings- og opplæringsmateriale, demonstrasjonsvideoer / DVD / CD, logoer, osv. vil bli gjort av selskapet selv, og på denne måten sørge for en ensartet profil i markedene. Markedsføringen vil skje ved at vi først og fremst legger ut de forskjellige søkenavnene på ulike søkemotorer på internett. F.eks. ordet "Skilt" når vi vil nå de norske skiltmakerne, "Skyltar" når vi vil nå de svenske, "Skilte" når vi vil nå de danske, "Signs" når vi vil nå de engelsktalende. Det er når vi legger ut søkeordet Sign/Signs på søkemotorene at vi vil få stor pågang fra hele verdens skiltmakere som stadig sitter og surfer på internett for å finne frem til nyheter i skiltbransjen. Og alle søker ofte på "Signs". Det er da vi trenger kapital for å kunne ekspandere raskt.

Markeds-kommunikasjon

NeoTechnology AS vil være sentralt involvert i å lære opp agenter, som igjen vil lære opp skiltmakere om bruken av NeoSign-konseptet. Dette vil hovedsakelig skje gjennom:

- [NeoSign University](#), som søkes gjenoppbygget i samme området som det lå tidligere
- Agenter
- [CD/DVD](#)
- [Webside](#)
- [NeoSign Market Place](#)
- [Brosjyrer](#)
- [Monteringsanvisninger](#)
- Animert monteringsanvisning
- [Retningslinjer \("guideline"\)](#)
- AutoGuideline
- Messer og utstillinger i samarbeid med produsentene og skiltmakere.

Bruk av instruerende videofilm i [NeoSign University](#), CD/DVD, animert monteringsanvisning, AutoGuideline og webside vil være en viktig del av selve opplæringen. I tillegg til å vise anvendelse av NeoSign-konseptet, vil det på denne måten gis opplæring og ideer til skiltmakerne. NeoTechnology AS har allerede produsert en særdeles profesjonell videofilm som gis til de skiltmakerne som skriver en lisensavtale med oss og kjøper en startpakke à ca. kr 50.000.

Verdens største skilt franchise-kjede [Sign-A-Rama](#) har et stort opplæringscenter i Palm Beach i Florida 150 m. fra hvor NeoSign University var lokalisert.

Autorisasjon

Skiltmakere som ønsker å levere NeoSign-konseptet til sine kunder, kan bli tildelt forhandlerrett for et område ved at de kjøper en autorisasjonspakke. I tillegg til autorisasjonspakke må skiltmakeren betale for et 3-dagers kurs for opplæring, et minimum av verktøy og materialer som skiltmakeren trenger for å komme i gang med sine NeoSign-leveranser, og kan eksempelvis inneholde:

- 175–350 m² NeoFilm
- Div stk. NeoLight
- Div NeoGlass
- Div. NeoLight Sequencer Device
- KitBox
- Videofilm
- Diverse bilder på CD eller på internett
- Passord for forhandlerdelen på internett
- Reklamemateriale
- Kontrakt som forplikter skiltmakeren til å selge minst 0,0015 NeoSign pr. innbygger i tildelt område per år (eksempel).

Formålet med autorisasjon er å lære opp skiltmakeren i NeoSign-teknologien, som krever litt innsikt om lysrefleksjon, lysavstander, lysvinkler og monteringsløsninger. Autorisasjonen vil skje ved [NeoSign University](#), ved hjelp av video og internett, som inneholder all nødvendig faglig informasjon om NeoSign-teknologien og hele Neo-konseptet. Et annet hjelpemiddel er ”guidelines” og monteringsanvisninger, som også ligger tilgjengelig for våre skiltmakere i vår web side under passord, som vil gi skiltmakerne en faglig og kreativ innføring. I tillegg vil internett brukes for å distribuere ytterligere informasjon; til dette er bruk av internett nærmest ubegrenset.

Prising

NeoTechnology AS vil kontrollere alle markedsområder gjennom autorisasjons- og Webshop-strategien. Gjennom gode rabattordninger vil skiltmakerne gis incentiv til å bestille i større volum. Den faglige autorisasjonen og et gitt geografisk område vil gi skiltmakerne et incentiv til å satse på NeoSign-konseptet som et forretningsområde, og få dette etablert i sitt marked.

5.5.3 Lisensiering

De forskjellige produsenter vi inngår lisensavtaler med, får enerett i bestemte områder for produksjon og distribusjon av produktet, men kan dog bare selge gjennom NeoSign Webshop.

Teipprodusenten får lisens til å produsere og distribuere NeoFilm i hele verden. Lysprodusenter får lisens til å levere NeoLight i begrensede geografiske områder, som Europa, USA, Brasil, Australia, Tyrkia, Kina osv.

5.5.4 Produksjon av skilt

NeoTechnology AS skal ikke produsere skilt! Produksjon av skilt, dvs. skjæring og montering av grafiske symboler, foregår hos et stort antall skiltmakere i de enkelte land. F.eks Sign*A*Rama sine over 800 skiltmakere. Skiltmakerne står også for montering av skilt hos sluttkunde. Råmaterialene (folie, lys osv) kan skiltmakerne bare kjøpe gjennom vår Webshop. Dermed kan vi kontrollere salget fra time til time gjennom web-statistikken.

6. FLYTDIAGRAM

6.1 Flytdiagram

NeoSign skilt skal selges til sluttkunde av etablerte skiltmakere, som bestiller varene gjennom NeoSign Market Place (webshop) som vi kontrollerer 100 %. NeoTechnology AS velger ut skiltmakere som gis ansvaret (lisens) for et bestemt geografisk område.

NeoTechnology AS vil aktivt bidra med å selge konseptet direkte mot skiltmakerne i hele verden. Dette gir oss god oversikt og bedre kontroll.

Nedenforstående figurer illustrerer organisasjonsstrukturen og NeoTechnology AS sin unike posisjon i systemet. *Her har vi brukt Sign*A*Rama skiltmakere bare som eksempel.*

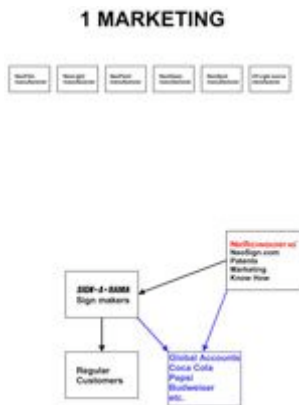
På de følgende sider viser vi:

1. Marketing (markedsføring)
2. Order Flow (ordreflyt)
3. Product Flow (produktflyt)
4. Invoice Flow (fakturaflyt) og sist, men ikke minst
5. Cash Flow (kontantstrøm) og
6. Royalty (lisensinntekt)

Klikk på de forskjellige nedenforstående "bilder" for å forstørre dem opp.

Klikk på bildene for å forstørre dem opp!

6.2 Marketing



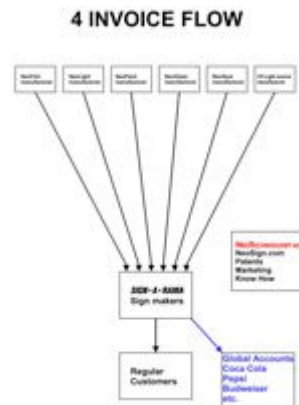
6.3 Order flow



6.4 Product flow



6.5 Invoice flow



6.6 Cash flow



6.7 Royalty



7. NEOSIGN MARKETPLACE

7.1 NeoSign Market Place

Som figurene over viser, vil NT ha den hele og fulle forretningsmessige kontrollen på konseptet og produktene gjennom websiden og Webshopen, samt produkt- og konseptutvikling. Underleverandører skal levere komponentene og stå for distribusjon direkte til skiltmakerne gjennom vår Webshop som vi kontrollerer 100%.

Nedenforstående illustrasjoner viser hvorledes NeoSign Market Place gjør verden til en stor Market Place – på ett sted – ved å linke skiltmakerne direkte til produsentene slik at produsentene tjener mer, samtidig som skiltmakerne får billigere varer.

7.2 USA



7.3 Europa



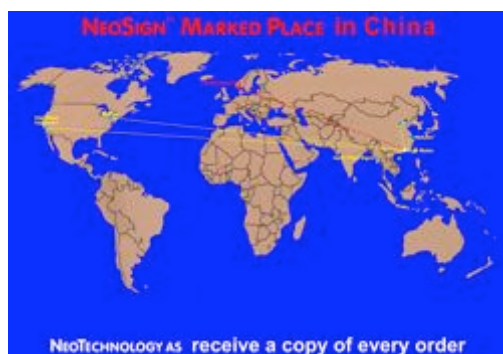
7.4 Sør-Amerika



7.5 Australia



7.6 Kina



7.7 Afrika



8. BESKRIVELSE AV SELSKAPET

8.1 Historikk selskap

8.1.1 Bakgrunn

Henry Østhassel, som selv har bakgrunn fra skiltbransjen, fattet interesse for å anvende folie med innbakte fluorescerende fargestoffer allerede i 1990. Slike pigmenter framstilles med en normal dagslysfarge, men i tillegg sender de ut farget lys når de bestråles med ultrafiolette stråler (UV-lys). Siden ultrafiolett lys er usynlig, kan bokstaver og figurer utskåret i film med fluorescerende pigmenter bringes til å lyse i mørke. Dermed kan man kombinere styrken til folie- og tape-skiltene lave kostnader med neonlysenes evne til å vekke oppmerksomhet.

Sollyset inneholder en god del ultrafiolette stråler, og disse er så kraftige at fargestoffer blekes, også fluorescerende pigmenter. Bleking er også et problem for skilt hvor symbolene er utskåret i vanlig farget folie. Vanlig folie har derfor iblandet UV-hindrende stoff, som stenger ute ultrafiolette stråler. En fluorescerende folie må derfor blokkere for ultrafiolette stråler fra dagslys for å unngå bleking, samtidig som ultrafiolette stråler må slippes inn for å aktivere de fluorescerende pigmentene når det er mørkt.

NeoTechnology AS sin patenterte folie NeoFilm innehar disse egenskapene, og åpner en ny verden av muligheter for skilting.

8.1.2 Selskapet NeoSign AS: 1991 – 1997

Etter at NeoSigns kommersielle potensiale hadde blitt bekreftet av industrigiganter som 3M og Philips, etablerte Henry Østhassel sammen med noen lokale småinvestorer selskapet NeoSign AS i 1991. Selskapet ble høsten 1993 oppkapitalisert med 2,5 mill. i egenkapital (hvor bl.a. Norske Liv gikk inn med 1 mill.), samt 2,5 mill. i ansvarlig lån fra SND. Ved denne utvidelsen ”trakk” Østhassel seg som styreformann for å gi plass for såkalte ”mer profesjonelle krefter”.

Av en rekke årsaker som vi ikke berører i dette informasjonsmaterialet, gikk selskapet konkurs i juli 1997. Da hadde gründer Henry Østhassel vært ute av selskapet i tre år.

Til tross for dette selskapets fiasko, har det ikke manglet på interesse for produktet, spesielt i tidligfasen da Østhassel arbeidet aktivt med konseptutviklingen. Vest-Agder Fylkeskommune finansierte et forprosjekt ved Sintef, Henry Østhassel har fått statlig oppfinnerstipend og Distriktenes Utbyggingsfond har gitt tilskudd til patentsøknader i utlandet. Henry Østhassel ble i 1992 også foreslått til Oppfinnerprisen av SVO for NeoSign-konseptet. Og han fikk oppfinnerstipend av SVO i 1992 på kr 100.000. På tross av historikken støttet SND Henry Østhassel på nytt med fullt etablererstipend i august 2002, etter en grundig gjennomgang av prosjektet.

8.1.3 Selskapet NeoTechnology AS: 1997 – 2000

Henry Østhassel kjøpte konkursboet til NeoSign, og sammen med noen av de opprinnelige investorene stiftet de et nytt selskap; NeoTechnology AS. Gründeren ønsket inn kr 3 mill. i egenkapital, men selskapet ble bare oppkapitalisert med kr 1.7 mill. høsten 1998 gjennom en rettet emisjon. Selv om dette var for lite, kalkulerte gründeren med at han ville klare dette dersom man brukte hver krone riktig. Dette selskapet led imidlertid også en trist skjebne og ble levert til skifteretten i august 2000. Bakgrunnen for dette ligger utenfor rammen for dette informasjonsmaterialet og blir derfor ikke ytterligere kommentert her.

8.1.4 Selskapet NeoTechnology AS: September, 2001 – 2006

Etter flere måneder i tenkeboksen kjøpte Henry Østhassel konkursboet enda en gang, og sammen med noen av de opprinnelige investorene stiftet de et nytt selskap med samme navn som det forrige selskap; NeoTechnology AS.

I januar 2003 ble NeoSign-prosjektet godkjent som SkatteFunn-prosjekt for 2002 og 2003. Den 12. november 2003 ble gründer Henry Østhassel tildelt Kreativitetsprisen Reodor prisen for utviklingen av NeoSign-konseptet. Den 17. november 2003 fikk selskapet utbetalt kr 612.000 i SkatteFunn-midler for regnskapsåret 2002. Selskapet ble samtidig finansiert opp med kr 2 mill. fra investorer. Da selskapet var godkjent som SkatteFunn-prosjekt for to år, forventet selvfølgelig styret i NeoTechnology AS en SkatteFunn-utbetaling høsten 2004 (for regnskapsåret 2003), en utbetaling som styret hadde regnet ut ville bli ca. kr 700.000. Etter SkatteFunn-utbetalingen den 17. november 2003 ble dette lagt inn i budsjettene til NeoTechnology AS og selskapet investerte deretter. Budsjettene ble lagt opp slik at SkatteFunn-midlene som skulle utbetales høsten 2004 skulle brukes som driftsmidler utover høsten 2004, og skulle holde selskapet flytende utover vinteren 2005 - dersom inntektene skulle drøye.

Den [28. januar 2004](#) fikk selskapet beskjed fra revisor om at SkatteFunn-midlene selskapet fikk utbetalt den [17. november 2003](#) ikke skulle vært utbetalt likevel, at Finansdepartementet tolket reglene annerledes enn SkatteFunn-ledelsen, SND (Innovasjon Norge), næringssjefer og selskapets revisor, samt det lokale likningskontoret som utbetalte pengene. Dermed fikk selskapet heller ikke utbetalt de forespeilede SkatteFunn-midlene for 2003 [høsten 2004](#). Selskapet hadde allerede gjort store og ureverserbare investeringer og forpliktelser i USA beregnet på SkatteFunn-midlene (bl.a. NeoSign University).

Den 8. desember 2004 fikk selskapet [beskjed fra likningskontoret](#) om at de måtte tilbakebetale kr 470.000 av SkatteFunn-midlene de fikk utbetalt den [17. november 2003](#) - og at de ikke ville få utbetalt de [730.000](#) vi var forespeilet høsten 2004. Dermed var selskapet i manko med over en million kroner i denne sårbare fasen prosjektet befant seg i. [Med et pennestøk fra Staten var selskapet insolvent](#). Det er laget egen webside for denne statlige SkatteFUNN fadesen: www.skattefunnfadesen.no

Som en direkte konsekvens av usikkerheten i kjølvannet av SkatteFunn fadesen besluttet derfor styret at selskapet endret navnet til TeipTeknologi AS. Selskapet kunne ikke lenger ivareta og vedlikeholde patentomkostningene, derfor sa oppfinner og patenteier Henry Østhassel opp lisensavtalen med TeipTeknologi AS. For å sikre patentene og de immaterielle rettighetene besluttet Henry Østhassel å stifte nytt selskap som igjen ble kalt NeoTechnology AS, og inngå ny eksklusiv lisensavtale med dette selskapet. Dette selskapet ble stiftet 1. juni 2005 og er det selskapet dette selskapet informasjonsmaterialet omhandler.

Patenter, varemerker, DVD-film, domener, websider, animasjoner og bilder og alle andre immaterielle rettigheter eies av Henry Østhassel, og selskapet lisensierer dette materialet gratis så lenge selskapet er solvent og kan betale for omkostningene.

8.1.5 Selskapet NeoTechnology AS: Stiftet 1. juni 2005

Alt for mye penger og tid var lagt ned i NeoSign-prosjektet til at SkatteFunn-problemene selskapet helt uforskyldt hadde blitt viklet inn i, skulle knekke prosjektet. Samtidig var Henry Østhassel kommet altfor langt med prosjektet, og er så nær ved en suksess til at han ikke kunne gi opp på grunn av den Statlige SkatteFunn-fadesen. Selskapets ledelse var heller ikke interessert i å bruke masse tid på ytterligere korrespondanse med ligningsmyndighetene for noe Staten har seg selv å takke for. På bakgrunn av dette besluttet selskapets aksjonærer å stifte nytt selskap - og dermed å riste av oss eventuelle fremtidige problemer.

8.2 Produktene

Henry Østhassel ble tidlig klar over at hans oppfinnelse åpner for en ny type lysskilt som vil konkurrere delvis med lyskasseskilt og delvis med neonskilt, i tillegg til å skape mange nye markeder. Det nye skiltet, som har fått navnet NeoSign, gir en neon-lignende effekt i mørke, og ser ut som et vanlig skilt i dagslys. Samtidig er det langt rimeligere enn neonskilt. Det nye skiltet vil i mange tilfeller være rimeligere enn et tilsvarende lyskasseskilt, og det gir flere variasjonsmuligheter.

Produktet NeoSign er et skilt hvor grafiske symboler er skåret ut av NeoFilm, og klebet i hovedsak direkte på innsiden av et vindusglass. Det kan også limes på en gjennomskiktig

plate av plast eller glass. De grafiske symbolene kan være i flere farger, og i dagslys ser et NeoSign-skilt ut som et vanlig skilt. I mørke bestråles NeoSign-skiltet av en eller flere NeoLight-lamper og de grafiske symbolene gløder med fluorescerende farger som tilsvarer dagslysfargen. Øyet oppfatter de glødende fargene som varme og behagelige, med kraftig fargemetning og brillians.

Ferdig installert består et enkelt NeoSign-skilt av grafiske symboler av NeoFilm-folie, en eller flere NeoLight-lamper, et gjennomsiktig NeoGlass dersom man lager et veggskilt, og festemateriell. I tillegg kommer arbeid med montering og elektrisk tilkøpling. Den nyutviklede NeoLight Sequencer gir nye store muligheter, og fotoceller og tidsur for automatisk styring av NeoLight-ene er tilleggsutstyr.

Det er også mulig å lage svært enkle skilt, for eksempel ved å klebe bokstaver og figurer direkte på innsiden av et utstillingsvindu, og montere en ultrafiolett lyskilde utenfor synsfeltet for folk som passerer utenfor butikken. Dette kan selvfølgelig også gjøres med vanlig skiltfolie, og det kan gjøres over alt. På dagtid ser man liten forskjell på vanlig folie og denne spesielle folien. På kveldstid tennes den ultrafiolette lyskilden og den spesielle folien lyser opp. Reklamebudskapet blir synlig som om det var et neonskilt i vinduet, mens vanlig folie forblir mørk og usynlig.

En mer utførlig teknisk beskrivelse av NeoSign teknologien og konseptet finnes i vedlegg som brosjyrer, monteringsanvisninger, guider, videofilm samt vår webside.

8.2.1 [Patenter](#)

Folien **NeoFilm** ble patentsøkt og patenter er innvilget, først i Norge, og senere i en rekke land.

8.2.2 Videreutvikling

Produktene gir store muligheter for videreutvikling og nye patenter.

Det kan nevnes at Østhassel nylig, sammen med selskapene Schneider Electric Norge AS og Elektro Øst AS, begge på Moss, har utviklet det nye produktet som er omtalt ovenfor; [NeoLight Sequencer](#), som gjør det mulig å [tenne/slukke lysene](#) i de sekvenser man ønsker ved å selv programmere dette på en enkel måte. Produktet er basert på en idé Henry Østhassel har hatt siden 1994. Denne nyutviklingen er allerede klar for produksjon.

8.2.3 Produksjon

Produksjon av skilt foregår hos etablerte skiltmakere. Komponenter som inngår i et NeoSign-skilt produseres av underleverandører. NeoSign AS har således ikke behov for eget produksjonsapparat:

- **NeoFilm** produseres etter NTs spesifikasjoner av den teipprodusent vi velger.
- **NeoTint** produseres etter NTs spesifikasjoner av den teipprodusent vi velger.
- **NeoLight** produseres på samme måte av f.eks. Glamox Fabrikker AS i Molde og Litecontrol i USA, og andre lysprodusenter vi velger i andre verdensdeler.
- **NeoGlass** produseres etter NTs spesifikasjoner av Degussa i Tyskland og datterselskapet Cyro Industries i USA. NeoGlass skal leveres i ferdig skårne formater.
- **NeoSpot** kan bli produsert av Labino AB i Sverige.
- **NeoLight Sequencer** produseres og leveres etter NTs spesifikasjoner av Schneider Electric Norge AS og Elektro Øst AS på Moss.
- Lysrør og lyspærer produseres av Philips Lighting i Nederland.

Hver produsent merker produktene med tilhørende varemerke, slik at NeoSign får en enhetlig profil utad. NeoTechnology AS har altså ingen behov for egne produksjons- eller lagerfasiliteter. Skiltkonseptet er imidlertid helt nytt, og NeoTechnology AS vil den første tiden ha nær kontakt med slutt kunder og skiltmakere for å vinne egen erfaring. NeoTechnology AS disponerer et lite skiltmakerverksted for å kunne produsere skilt på nye måter, og så vise dette på internett.

[Klikk her dersom du ønsker å delta i emisjonen.](#)

9. MARKEDSBESKRIVELSE

9.1 Innledning

Skiltmarkedet kan klassifiseres på flere måter, for eksempel etter bruksområde, etter skilttype, eller etter teknologiske skillelinjer. Eksempler på bruksområder kan være reklame, trafikkmerking, opplysning, eller ren dekorasjon uten noe "budskap". Skilt kan være lysende eller belyste, fritthengende eller veggmonterte. Budskapet kan være fast eller varierende. Som eksempel på teknologiske skillelinjer angir vi kort at skiltbudskapet kan være gravert, malt, utskåret av folie, eller laget som punktmatiser.

For å vurdere markedspotensialet, tar vi utgangspunkt i at NeoSign skal konkurrere med lysende, eller belyste skilt som skal kunne leses i mørke.

9.2 Totalmarkedet

Informasjon om totalmarkedet er hovedsakelig tilgjengelig fra skiltprodusentenes egne interesseorganisasjoner og markedsundersøkelser. Tilgjengelige tall for det europeiske markedet er forbundet med stor grad av usikkerhet, mens det for USA sitt vedkommende foretas jevnlig undersøkelser som gir et vesentlig bedre informasjonsgrunnlag. Det er ikke forsøkt innhentet markedsinformasjon fra andre deler av verden.

Markedet for lysskilt antas å være ca. 700 millioner kroner pr. år i Norge. Det fins imidlertid ingen tilgjengelig informasjon om størrelsen på de enkelte markedssegmenter. Ifølge opplysninger fra *The European Federation of Illuminated Signs* er det europeiske markedet for lysskilt omlag 20 milliarder kroner pr. år. Ifølge *National Electrical Sign Association* i USA er det amerikanske markedet på omlag 35 milliarder kroner årlig.

9.3 Aktuelle markedssegmenter

Generelt kan vi si at NeoSign vil være mest konkurransedyktig ved anvendelser hvor effekt i mørke er av vesentlig betydning; ikke bare på gateplan, men spesielt fra 2. etg. og oppover. Man kan dele anvendelsesformålene i to: Profilering av lokasjoner og masseprofilering av produkter.

Profilering av lokasjoner

Aktuelle markedssegmenter for profilering av lokasjoner kan være:

- Kontorvindu (leger, advokater, frisører, osv.)
- Butikk og utstillingsvindu
- Hoteller
- Restauranter, puber, barer, diskoteker, nattklubber ol.
- Spisesteder
- Bilreklame, bildekorasjoner
- Messer og utstillinger
- Utvendige skilt på bygningsfasader
- Bilvinduer i varebiler og stasjonsvogner

Filosofien for profilering av lokasjoner er ikke de store enkeltleveransene. Ideen er alle de små kundene som finnes i 2., 3., 4., 5. etg. osv. - dette er et helt jomfruelig marked ingen har tenkt på før fordi ingen skiltmakere har hatt egnede skilt å tilby. Ideen er å tilrettelegge mulighetene for skiltmakeren slik at han ved hjelp av enkle midler kan produsere de mest spektakulære skilt. Ideen er at mindre foretak skal kjøpe 5-10 lysskilt istedenfor ett. Ideen er å bruke vinduer istedenfor å ødelegge bygningsfasadene med stygge lyskasser hengende utvendig på veggene.

Masseprofilering av produkter

Et meget spennende og aktuelt segment for NeoTechnology er profilering av produkter, logoer og merkenavn, hvor dette skal gjøres med identiske skilt på flere ulike geografiske steder. For eksempel hadde en tysk forhandler en konkret ordre på 4.000 skilt til den tyske sigarettprodusenten Rensma og 1.000 skilt for tyske Coca-Cola. Ordren ble dessverre aldri effektivert, da dette kom i en periode der NeoTechnology ikke var aktiv (se ovenfor).

9.4 Konkurrerende produkttyper

Det finnes flere skilttyper som, avhengig av bruksområde, vil kunne være konkurrerende med NeoSign:

- *Tradisjonelle reklameskilt (folie):* Reklameskilt lages ofte ved at bokstaver og grafiske symboler skjæres ut i farget folie og klebes på en plate eller et forretnings- eller bilvindu. Prisen for denne type skilt er relativt lav, og vil i de fleste tilfeller være lavere enn for NeoSign. De vil imidlertid ikke ha den lysende effekten i skumring og mørke.
- *Lysplater/lyskasser:* Det er populært å klebe bokstaver og figurer på en hvit gjennomskinnelig plastplate som belyses fra baksiden, for å gjøre skiltet lesbart i mørket. Platen monteres da som frontplate i en såkalt lysskasse. Denne type skilt vil generelt være noe dyrere enn NeoSign, og er langt mindre anvendelig i etasjer høyere enn gateplan pga. monteringsproblematikken. I visse anvendelsesområder som inne i butikker osv. vil imidlertid lysplatene være en reell konkurrent.
- *Graverte akrylskilt:* Dekoren freses ut i en plexiglass-plate og fargelegges som ønsket. Et lysrør settes deretter på toppen av glasset og opplyser bokstavene. Skiltene kan se ganske elegante ut, men er dyre. I tillegg er effekten mye mer utydelig enn på NeoSign. For skiltmakerne krever akrylskilt avansert dyrt utstyr som bare de færreste vil gå til innkjøp av.
- *Neonskilt:* Neonskilt, hvor bokstaver og figurer framstilles av formede lysrør, er en annen type lysskilt. Neonskilt gir en flott effekt i mørke, men i motsetning til lysskasser, gir de et svært endret inntrykk i dagslys. Den største ulempen med neonskilt er likevel prisen. NeoSign skilt er vesentlig rimeligere enn neonskilt, omtrent $\frac{1}{4}$ av prisen.

9.5 Lysforurensing

Det er imidlertid svært mye som kan skje innen skiltbransjen de neste årene.

[Lysforurensing](#) er blitt et stort problem i den [industrialiserte verden](#), og organisasjonen [www.darksky.org](#) har allerede utarbeidet nye strenge lover i samarbeid med myndighetene, lover som allerede er gjeldende i flere land og byer i verden. I flere amerikanske byer er det faktisk allerede totalt forbudt med lysskilt eller neonskilt! Skiltbransjen er klar over at [www.darksky.org](#) nå kommer for fullt ([se vedlegg](#)). Lysplater, lysskasser og neon kan også bli forbudt i Skandinavia og Europa. EU arbeider i samarbeid med [www.darksky.org](#) også med nye, strengere lover for å regulere belysning og skilting. Det er også blitt vanskeligere å få tillatelse til å henge opp vanlige skilt uten lys. I flere norske byer er det nå strenge reguleringer under utarbeidelse. I Kristiansand er det f.eks. [utarbeidet egne regler](#) der man må søke kommunen for å henge opp fasadeskilt over 0,5 m², uansett type. Myndighetene er lei av en kaotisk skiltjungel som ofte virker skjemmende på bygninger. Dette er trender som er i ferd med å bre seg over hele Europa og USA. Men NeoSign skjemmer ingen fasader, og intet direktelys sjenerer trafikken. I tillegg til at "black light" er usynlig, gjemmes lyset som lyser på skrå mot teipen – i motsetning til tradisjonelle lysskasser som lyser bakfra direkte mot plexiglasset og dermed også mot omgivelsene.

9.6 NeoSign lysforurenser ikke!

Organisasjonen [www.darksky.org](#) er blitt så begeistret for NeoSign at de vil legge ut en beskrivelse av NeoSign på deres webside der de vil anbefale NeoSign som et ikke lysforurensende lysskilt! Og det eneste sådanne i hele verden. De vil også legge ut en link til vår webside! NeoSign forurenser heller ikke bygningsfasader med ofte stygge skiltkasser da NeoSign installeres på innsiden av vinduer.

9.7 Markedsstruktur

Markedssegmentet "skiltmakere", som er en håndverksbransje, er svært fragmentert med mange små aktører. Det er imidlertid typisk at noen få skiltmakere står for en stor del av totalomsetningen innen de enkelte geografiske områder. I tillegg finnes det et stort antall små skiltmakere. Store skiltprosjekter, som når et oljeselskap endrer utseende av alle sine bensinstasjoner, utgjør en stor del av omsetningen i markedet. Det er få skiltmakere i

Norge, som utfører slike prosjekt, og beregning av gjennomsnittlig omsetning pr. skiltmaker gir derfor usikre tall.

9.8 **Agenter**

En vesentlig del av selskapets satsing blir gjennom agenter på provisjon. I forbindelse med opplæringscentre rundt om i verden vil selskapet inngå avtaler med agenter vi autoriserer for et område, f.eks en agent for Tyskland. Agenten vil bli autorisert til å selge rettigheter i de forskjellige områdene av Tyskland, ved at han/hun lærer opp skiltmakerne i NeoSign-teknologien i vårt opplæringscenter, han/hun autoriserer skiltmakerne og skriver avtaler med dem på våre vegne. Deretter vil han få 1% av vår 10% royalty i provisjon, så lenge de forskjellige skiltmakerne er aktive NeoSign-produsenter. Det vil dermed være i agentens interesse å være aktiv pådriver i å få skiltmakerne i gang med markedsføring, salg og produksjon av NeoSign. Det kan hende at vi velger en "toppsjef agent" for USA, og som igjen har en agent i hver stat under seg igjen; alle vil arbeide på provisjon av salget gjennom NeoSign Market Place i vår webside som vi kontrollerer 100%.

Tidligere strategi var at vi skulle bruke distributører i de enkelte land, noe som har vært helt vanlig for alle bransjer helt frem til i dag. Dette har vært et svært fordyrende ledd. Men internett og Webshop er i ferd med å endre dette, og vi spår at om 5 år vil distributører og grossister i skiltbransjen være en utdøende rase. Vi har endret vår strategi til Webshop uten distributører, men med agenter på provisjon og royalty. Dermed har vi også full kontroll over salget... i hele verden. Dette er intet mindre enn en dramatisk strukturendring i skiltmarkedet som vi mener skal gi store gevinster for vårt selskap og våre kunder.

9.9 **Kunder**

Våre kunder er i hovedsak skiltmakere i hele verden. Vi har også mulighet til å forhandle frem avtaler med store merkevareselskap som Coca-Cola, McDonald's, Budweiser, Smirnoff, Toyota, Volvo m.fl. og gi dem "sentrale" pristilbud og avtaler, for deretter å la skiltmakerne i de enkelte land produsere og levere disse mot en royaltyavgift til oss basert på den enkelte leveranse.

9.10 **Global Accounts**

NeoTechnology AS skal forhandle frem sentrale avtaler med store konsern som Coca-Cola, Pepsi, Budweiser, Miller, Smirnoff, Lego, Mobil, osv. osv.

Eksempel. Vi ønsker snarest å igangsette forhandlinger med Coca-Cola om leveranse av NeoSign. Se bilder av hvordan dette kan bli:

- [Coca Cola Daytime \(innsiden\)](#) (Eventuelt passord og brukernavn 123.)
- [Coca Cola Daytime \(utsiden\)](#)
- [Coca Cola Night Time](#)

Etter at vi eventuelt har forhandlet frem en prinsippgodkjennelse av NeoSign med Coca-Cola, vil vi gi priser til Coca-Cola i de enkelte land, tilpasset de lokale markeder. Deretter vil vi fordele produksjon og leveranse iht. avtalen, til en av våre forhandlere vi selv utpeker i de enkelte land. **Spesifikk beskrivelse av dette finner du i hovedmenyen under Global Accounts. Dette avsnittet er imidlertid lagt under passordbeskyttelse som vi bare gir til reelt interesserte.**

Montering. I motsetning til tradisjonelle lysskilt og neonskilt, som alltid monteres på utsiden av bygninger, monteres NeoSign alltid på innsiden av vindusflater. Skiltene på [vedlagte](#) bilde monterer Coca-Cola sine egne salgsgenter selv på 10 minutter, sommer som vinter, i sol, regn eller snøstorm. NeoSign er det enkleste skiltssystemet å montere. Når Coca-Cola har behov for større skilt enn 120 cm. lange logoer som krever mer enn ett NeoLight, vil vi overlate dette til en lokal skiltmaker hvor vi mottar vår standard royalty på 10% av brutto salg fra leverandør av teip og lys + en Global Account avgift.

9.11 Samarbeidspartnere

Som beskrevet andre steder i dette materialet, har NeoTechnology AS knyttet til seg flere sentrale samarbeidspartnere og underleverandører av skiltkomponenter.

3M

3M er en gigantisk amerikansk tape-produsent. Selskapet er verdens største leverandør av tape til skiltmakerbransjen, og har et omfattende distribusjonsnettverk over hele verden. 3M har gitt uttrykk for at de er interessert i å produsere og distribuere NeoFilm gjennom vår Webshop.

FLEXcon

FLEXcon er en stor amerikansk tape produsent. Selskapet er en betydelig leverandør av tape til skiltmakerbransjen, og har et omfattende distribusjonsnettverk over hele verden. FLEXcon har gitt uttrykk for at de er interessert i å produsere og distribuere NeoFilm gjennom vår Webshop.

Ritrama

Er et italiensk selskap og er å regne som en av verdens største leverandører av tape til skiltindustrien. De har fabrikker og distribusjonsnett over hele verden. Ritrama har over 600 ansatte og omsetter for over 300 mill. euro, ca kr. 2,4 milliarder kroner.

Bekaert

Bekaert er en betydelig belgisk produsent av solfilm, en spesiell tape vi kaller NeoTint. Selskapet er en av verdens største leverandør av solfilmer til vindustinting, og har et ekstensivt distribusjonsnettverk over hele verden. Bekaert har meddelt at de er meget interessert at vi selger deres solfilmer som vi kaller NeoTint gjennom vår Webshop.

CP Films

CP Films er en annen stor amerikansk produsent av solfilmen NeoTint. Selskapet er en betydelig leverandør av solfilmer til vindustinting og har et omfattende distribusjonsnettverk over hele verden. CP Films har gitt uttrykk for at de er interessert at vi selger deres solfilmer gjennom vår Webshop over hele verden mot royalty.

Glamox Fabrikker

Glamox Fabrikker er en av hjørnestensbedriftene i Molde med en årlig omsetning på ca. 1 milliard NOK, aktivitet i flere land, og konsernet har totalt ca. 1.300 ansatte. Glamox har lysarmaturer som sitt viktigste forretningsområde (69%) og vil kunne produsere NeoLight.

Litecontrol Inc.

Litecontrol Inc. er et selskap som er eid av de ansatte. De er lokalisert i Hanson, Massachusetts i USA. Selskapet omsetter for om lag 1 milliard NOK, har aktivitet over hele USA, og konsernet har totalt ca. 300 ansatte. Litecontrol har lysarmaturer som sitt viktigste forretningsområde (80%). NeoTechnology AS ønsker å signere en ny avtale med dette selskapet om produksjon av NeoLight.

Degussa

Det tyske storkonsernet Degussa er en utvalgt partner for produksjon av NeoGlass – det UV-filtrerende spesialutviklede plexiglasset.

Cyro Industries

Cyro Industries er datterselskap av Degussa og er en stor amerikansk produsent av plexiglass. Dette selskap er valgt til å produsere og levere NeoGlass i USA og Canada.

Philips Lighting

Philips Lighting i Nederland har verdens beste UV-lys. Både når det gjelder lysstyrke, minimalt hvitt lys (1%) og levetid. Derfor har vi valgt Philips Lighting som samarbeidspartner og leverandør på selve lysstoffrørene som skal ligge i NeoLight-lyskildene.

Elektro Øst AS

Elektro Øst AS samarbeider tett med Schneider Electric Norge AS, en del av et verdensomspennende elektroselskap med hovedkontor i Frankrike. Sammen med Elektro Øst AS og Schneider Electric AS har vi utviklet NeoLight Sequencer og programvaren til å kunne programmere denne. Elektro Øst vil levere NeoLight Sequencer gjennom vår webshop.

Sign-A-Rama

Sign-A-Rama er verdens ledende skiltmakerfranchise-konsept med ca. 800 skiltmakere over hele USA, Canada, Australia, England samt flere andre land i verden. De har som målsetning å bli den desidert ledende skiltmakerkjeden globalt. Sign-A-Rama har gitt uttrykk for at de ønsker å samarbeide med NeoTechnology AS, da vår skiltteknologi vil være med på å gi deres skiltmakere en stor fordel foran andre konkurrerende skiltmakere.

Andre

Vi skal være fullstendig klar over at mange andre leverandører vil være ivrige i å tilby våre forhandlere alskens utstyr. Etter hvert som vi ekspanderer vil vi kunne få en betydelig inntekt på å anbefale eller standardisere utstyr til våre forhandlere. Her kan nevnes data-

maskiner, plottere (dataskjærere), storformat printere, programvare, vanlig tape, andre skiltpyper og annet utstyr.

10. FINANSIELL INFORMASJON

10.1 [Budsjett](#)

Selskapet ble stiftet 1. juni 2005 med en aksjekapital på kr 100.000. Det ble høsten 2006 gjennomført en rettet kapitalutvidelse som tilførte selskapet kr 2.012.500 i kapital, fordelt med ny aksjekapital kr 3.354 og 2.009.146 til selskapets overkursfond. Tegningskurs var kr 6,00 og aksjenes pålydende er kr 0,01. Det ble utstedt 335.417 aksjer i denne kapitalutvidelsen. Styret har fullmakt til å utstede ytterligere 3.164.583 aksjer ifølge en fullmakt som ble vedtatt av selskapets generalforsamling 1. september 2006 og registrert i Foretaksregisteret 25. september 2006. Fullmakten er gyldig til 1. september 2008.

Selskapets budsjett for 2008-2011 er basert på erfaring fra de tidligere selskap som har arbeidet med NeoSign-konseptet, som nevnt ovenfor.

10.2.1 [Norges forskningsråd](#)

Den 18.02.03 innvilget Norges forskningsråd prosjektet som FoU-prosjekt innen SkatteFunn. [Klikk her](#). Men det ble så mye rot av SkatteFunn at det til slutt knekte det forrige selskapet. Se www.skattefunnfadesen.no Men vi fikk likevel utrettet mye for disse pengene, ikke minst mange verdifulle erfaringer.

10.3 [Prognoser](#)

[Prognosene](#) bygger på den vekst selskapet realistisk mener de kan få til over de neste 3 årene. Tallene bygger i all hovedsak på salg i Europa og USA. Det tas ikke hensyn til mulighetene for betydelig salg i andre deler av verden. Vi vil meget raskt kunne skrive lisensavtaler med lysprodusenter i både Sør-Amerika, Asia, Midt-Østen, Australia, Afrika og Russland, like lett som i USA, som på sin side skal levere lyskonseptet i sine områder gjennom vår Webshop. Vi vil da sørge for at websiden, videofilmen og reklamemateriellet blir oversatt til de språk de ønsker.

I 2008 vil inntekter komme i form av "Up front"-innbetalinger ved undertegnelse av lisensavtaler, samt royalties. Vi kan nevne at den 15. juli 2002 undertegnet det forrige selskapet en avtale med amerikanske Litecontrol som betalte "up front" \$50.000, ca. NOK 382.000, for en produksjons- og distribusjonsrett i USA. Denne avtalen er allerede transportert til det nye selskapet. Vi forventer å undertegne flere avtaler med NeoLight-produsenter det nærmeste året i andre verdensdeler. Det kan fort bli utbetalt betydelig større beløp i forskudd på royalty etter hvert som vi utvikler oss.

2009-omsetningen er realistisk etter våre erfaringer med produktene. Har man nok midler til å bygge en liten organisasjon fra vinteren 2008, vil det ikke være særlig problematisk å oppnå et positivt resultat allerede i 2008.

10.5 [Potensiale](#)

[Verden er stor](#), men vi vet selvfølgelig at mange områder er uegnet for salg av reklameskilt. Derfor er det vanskelig å lage salgsprognoser, det blir uansett ren gjetning. Derfor skal vi heller ikke gjøre det, men heller overlate det til deg. En enkel tommelfingerregel er 0,0015 lys pr. innbygger. I Farsund er det solgt 92 NeoLight. Del dette med 10.000 innbyggere, så får du 0,0092 NeoSign pr. innbygger. Dette betyr 41.400 NeoSign i Norge. For ikke å ta helt av kan du i stedet si 0,0015 lys pr. innbygger. Det betyr 15 lys i Farsund med 10.000 innbyggere og 6.750 NeoSign i Norge pr. år. Ved å [klikke her](#) kan du selv regne ut salgspotensialet i de forskjellige verdensdeler. Og så er det opp til oss hva vi skal satse for å nå disse markedene.

Nå er det ikke bare NeoSign-produkter vi skal formidle gjennom NeoSign Market Place. Potensialet her er nesten ubegrenset. NeoSign-produktene er bare springbrettet til noe mye større. I flere år har gründeren sagt at når vi bare begynner, vil produsenter av andre produkter til skiltindustrien raskt komme på banen. Før vi har begynt er www.bekaert.com - www.cpfilms.com - www.rolanddg.com meddelt sin interesse i at de ønsker at vi formidler deres produkter gjennom våre webshop-systemer – i hele verden!

Coca-Cola

Se bilder:

- [Coca Cola Daytime \(innsiden\)](#)
- [Coca Cola Daytime \(utsiden\)](#)
- [Coca Cola Night Time](#)

NeoSign er som skapt for berømte varemerker som Budweiser, Miller, Marlboro, Coca-Cola osv. Bildene som vist ovenfor er skilt som ble laget den 19. juli 2003. Bildene vakte oppsikt i Coca-Cola Europe. Skiltene er lette å selge til slike konsern fordi NeoSign er, som du ser av bildene, som skapt for disse varemerkene!

10.6 Investeringer og kapitalbehov

NeoTechnology AS vil ha et kapitalbehov på om lag 12 mill. NOK de neste 1–3 år. Størsteparten av dette beløpet vil medgå til å finansiere nettverksbygging, drift av forskningssenter og opplæringscenter, markedsføring og oppbygging av en organisasjon. Det forventes faktisk at driften går i overskudd allerede i 2009 dersom vi får egenkapitalen på plass i løpet av våren 2008.

Fasiliteter. NeoTechnology AS skal i løpet av 3-5 måneder etter emisjonen ha bygget opp igjen [NeoSign University](#) i USA – denne gang mye mer avansert og i større lokaler, med [NeoCarpet](#) og [NeoLight Sequencer](#) prototype.

Videre leier NeoTechnology kontor i boligen til gründeren i Vanse ved Farsund, og hos styreleder i Oslo sentrum. NeoTechnology AS vil ikke bruke penger på andre lokaler i Norge før styret mener der er behov for det.

Selve web-handelen på webshopene i NeoSign MarketPlace kan i realiteten drives fra en hvilken som helst kjeller eller loft i Trangvika eller på Galhøggippen. Men vi tar sikte på å bygge ut en salgs-, support- og markedsføringsorganisasjon som skal drive videreutvikling av produktene, markedsføringen samt driften av websiden og webshopene. Derfor vil vi på sikt leie/kjøpe litt mer typiske kontorlokaler så fort det er hensiktsmessig og økonomisk forsvarlig.

Maskiner og utstyr i Norge. NeoTechnology AS har allerede disponibelt et eget lite skiltmakerverksted for eksperimenteringer. I tillegg disponerer selskapet kontorutstyr for to personer i Norge.

- PC med programvare for å lage grafiske skiltsymboler
- Datastyrt skjæremaskin for skiltfolie
- Scanner for digitalisering av logoer og symboler
- Diverse bord, benker, hyller og skap til verksted
- Håndverktøy
- PC-er med programvare for kontorfunksjoner
- Printere
- Kontorinnredning
- Telefon, telefaks
- Lagerreoler

11. RISIKOFORHOLD

Teknologi	Utviklingen av NeoSign-konseptet er på det nærmeste ferdig, og det hersker liten tvil om at produktet fungerer som tiltenkt. Noen tekniske løsninger kan og skal imidlertid videreutvikles.
Markedsrisiko	Konseptet har hatt en overraskende varm velkomst blant utvalgte skiltmakerne bare i løpet vinteren 2004. Spesielt i USA er responsen til teknologien meget positiv.
Penetrasjon	Det ligger imidlertid stor usikkerhet i hvor stor penetrasjon produktet vil oppnå. Hvor mange skilt som vil bli installert årlig pr. innbygger i de enkelte markedene er fortsatt et åpent spørsmål, men alle skiltmakerne vil etter planen måtte forplikte seg til å selge minimum 0,0015 skilt per innbygger i tildelte geografiske område.
Konkurranse	Av eksisterende skilttyper finnes det som nevnt substitutter, og disse kan komme til å senke sine priser for å konkurrere med NeoSign. Men ca. 75% av det markedet NeoSign sikter mot vil stå helt uten konkurranse fordi det ikke finnes alternativer til vindusreklame i 2., 3., 4., 5. etg. osv. Ellers er det umulig å forutsi nye typer skilt som utvikles. Datateknologi åpner for mange muligheter, men NeoSigns lave kostnader og unike og patenterte lysteknologi vil neppe sette dem i direkte konkurranse. Materialteknologien utvikler seg imidlertid også svært raskt, og uventede nyvinninger kan selvfølgelig oppstå.
Nøkkelpersoner	Selskapet har foreløpig kun to ansatte, nemlig gründer Henry Østhassel og web-designer Kenneth Østhassel. I tillegg til styret, vil ytterligere nøkkelpersoner vil bli knyttet til selskapet for å gjøre det mindre sårbart i forhold til enkeltpersoner.
Rettigheter	Patentet er innvilget i flere land som Europa, USA, Canada, Australia og Sør-Korea. Produktene burde derfor være tilstrekkelig beskyttet. Trademarkene er også sikret. I et stort og uoversiktlig marked vil imidlertid andre og betydelig tyngre aktører kunne skape problemer ved å ignorere eksisterende patenter, som i alle andre bransjer. Samtidig er de viktigste domenenavnene sikret. Samlet gjør dette det vanskelig for andre å kopiere eller etterligne NeoSign.
Distribusjon	De enkelte produsenter skal produsere og distribuere produktene direkte til skiltmakerne over hele verden. Derfor er distribusjon et ikke-eksisterende problem for selskapet.

12. ORGANISASJON

12.1 Selskapsstruktur

Selskapet har p.t. ingen datterselskaper eller andre forgreninger. Organisasjonen vil imidlertid lett kunne ekspandere, først og fremst i forbindelse med at nye store markeder lett og raskt kan absorberes i allerede eksisterende Webshop. Der er muligheter for et snarlig salgskontor i USA.

12.2 Organisasjon

NeoTechnology AS vil de første årene operere med en svært liten organisasjon. Ressurskrevende aktiviteter som produksjon og distribusjon/salg/produkt-garantier ivaretaes av samarbeidspartnerne, og selskapets egne ansvarsområder vil derfor være begrensede. Over tid, når NeoSign-konseptet er etablert i flere markeder, er det mulig at NeoTechnology AS bør vurdere direkte engasjement i de enkelte markeder dersom det er hensiktsmessig.

NeoTechnology AS trenger å dekke funksjonene opplæring/autorisasjon, markedsføring, salg, support, produktutvikling, webdesign og webshop. I forbindelse med markedsføring, opplæring og salg vil det være behov for utstrakt reisevirksomhet.

Henry Østhassel vil fungere som salgsleder og skal dra i gang opplæringssettene / autorisasjonene, markedsføringen og salget. Videre ansettelser vil komme relativt raskt når behovet melder seg, men må selvfølgelig sees i forhold til utviklingstempoet.

12.3 Styret

Styret består p.t. av 3 personer og et varamedlem; alle er eiere i selskapet:

Gründeren

[Henry Østhassel](#), Farsund, Født 1951. Har mer enn 24 års erfaring fra skiltbransjen, og har alene stått for utviklingen av hele NeoSign-konseptet, markedsføringsmateriellet, forretnings-ideen, videofilmen, websiden og webshopen de siste 15 årene. Østhassel er styremedlem og har bred erfaring i styrearbeid.

Styreleder

[Tom O. Kleppstø](#), Oslo. Født 1966. Siviløkonom fra NHH 1992. Arbeidet først ved ulike stiftelser ved NHH, både under og etter studietiden. Startet i 1999 magasinet Gründer i Kristiansand. Har også vært adm.dir. i Kino1 Gruppen AS i Oslo og bedriftsrådgiver i Hartmark Consulting AS, og arbeider i dag i eget foretak i Oslo. Kleppstø har vært med på oppstart av en rekke bedrifter i Bergen, Kristiansand og Oslo. Han har erfaring fra kapitalinnhenting, styrearbeid, fusjon/fisjon m.m. Kleppstø er også mangeårig styremedlem i Rafto-stiftelsen, en menneskerettighetsstiftelse i Bergen. Kleppstø behersker flytende engelsk og noe tysk og har et bredt nettverk innen nyskappings- og kapitalmiljøet i Norge.

Styremedlem

[Ivar Jacobsen](#), Oslo. Født 1952. Økonomiutdannelse og Cand. jur. 1980. Arbeidet først i Riksrevisjonen, fra 1984 har han vært tilknyttet Forretningsadvokaten DA. Jacobsen yter bistand på de fleste områder innen forretningsjussen, og arbeider særlig med restrukturering av virksomheter blant annet gjennom gjeldsforhandling og konkurs med påfølgende reetablering. I tillegg arbeider han i stor utstrekning med utvikling og finansiering av nye virksomheter for oppfinnere og andre gründere. Jacobsen behersker flytende engelsk og tysk på bakgrunn av mangeårig opphold i utlandet. Han har bred internasjonal erfaring fra forhandlinger og samarbeid over landegrensene med kommersielle, offentlige og ideelle virksomheter, og har i en årrekke hatt styre- og rådgivningsoppdrag for så vel norske som utenlandske oppdragsgivere. Jacobsen har omfattende erfaring som konkursbobestyrer.

Varamedlem

[Bjørn Dahl](#), Sandnes. Født 1955. Har 18 års erfaring som prosjektleder i Skanska, og har bred erfaring i strategi, fremdrift, kvalitetssikring og styrearbeid.

12.4 Nøkkelpersoner

Selskapet vil i begynnelsen kun ha to ansatte. Henry Østhassel og Kenneth Østhassel. Sistnevnte er tekniker og har bl.a. bygget opp alt det tekniske som var ved NeoSign University i Florida. Han er også selskapets webdesigner og vil fortsette med å drifte selskapets websider.

[Klikk her dersom du ønsker å delta i emisjonen.](#)

13. AKSJEKAPITAL OG AKSJONÆRFORHOLD

13.1 Nåværende aksjekapital

Pr. dags dato har NeoTechnology AS en registrert og fullt innbetalt aksjekapital på NOK 103.354 fordelt på 10.335.417 aksjer hver pålydende NOK 0,01. Selskapets overkursfond er kr 2.009.146. Tegningskurs ved siste kapitalutvidelse var kr 6,00 per aksje.

13.2 Registrering i Verdipapirsentralen

Styret vil ta stilling til om aksjene i NeoTechnology AS skal registreres i Verdipapirsentralen (VPS).

13.3 Aksjonærstruktur

Selskapets [aksjonærer](#) før emisjonstidspunkt våren 2008.

13.4 Stemmerett og omsettelighet

Det har ikke vært omsetning i selskapets aksjer utenom aksjekapitalforhøyelse.

NeoTechnology AS har bare én aksjeklasse. På generalforsamlingen har hver aksje en stemme.

Ved overdragelse av aksjer har aksjonærene forkjøpsrett i forhold til det antall aksjer vedkommende aksjonær har fra før.

14. AVTALE- OG ANDRE JURIDISKE FORHOLD

Som følge av selskapets korte eksistens har det ikke blitt gjennomført noen juridisk due diligence av selskapet. De avtaler som selskapet har inngått, og de juridiske forhold som antas å være av betydning for selskapet, er beskrevet nedenfor.

- Patenter** Håmsø Patentbyrå har bekreftet innvilgelse av patenter ihht. oversikten i [vedlegg](#).
- Produksjonsavtale** Selskapets ledelse arbeider sammen med advokat Ivar Jacobsen ved Forretningsadvokatene DA i Oslo med [avtaler](#) med produsenter.
- Distribusjonsavtale** Distribusjon vil foregå direkte fra den enkelte produsent gjennom vårt webshop-system og vil inngå i produksjonsavtalen.
- Skiltmakeravtaler** NeoTechnology AS vil etablere ”distribusjonsavtaler” med skiltmakere i hele verden. Disse avtalene spesifiserer bl.a. behovet for autorisasjon, samt minstesalg på 0,0015 skilt per innbygger i det tildelte geografiske området. Avtalen er utarbeidet av advokatfirmaet Kluge i Stavanger.

15.0 VEDLEGG

Vi legger ikke ved vedlegg i dette informasjonsmaterialet; alle vedleggene ligger som hyperlinker gjennom hele dokumentet.

[Klikk her dersom du ønsker å delta i emisjonen.](#)

16 NEOSIGN – TEKNISK PRODUKTBEKRIVELSE

16.1 Hovedingrediensene i den nye skilttypen NeoSign er:

- **NeoFilm:** En spesiell skiltfolie med fluorescerende pigmenter. Skiltfolie med fluoriserende pigmenter er ikke av ny dato. NeoFilm skiller seg fra kjente typer ved at den er gjennomskinnelig (translucent) og forsynt med et gjennomskinnelig limsjikt på den ene siden, samt beskyttelse mot ultrafiolette stråler fra limsiden eller fra motsatt side. Tape Technologies Inc. eller 3M, som vil være leverandør av filmen, har allerede teknologien til produksjonsprosessen.
- **NeoLight:** Lysarmaturer for ultrafiolett lys. Ultrafiolett lys, som heller ikke er av ny dato, kan deles inn i grupper etter bølgelengde. Korte bølgelengder, de "mest fiolette", er skadelige og brukes blant annet til å drepe bakterier. Middels bølgelengder brukes blant annet i høyfjellssoler. Lengre bølgelengder, de som nesten er synlige, kalles "black light" på engelsk, og det er disse som brukes i den nye skilttypen NeoSign. Strålene er ufarlige, og brukes ofte for å aktivere fluorescerende pigmenter. "Black light" har liten blekende effekt på pigmenter, og er derfor lite skadelig for NeoFilm.
- **UV-lys:** Ultrafiolett lys er usynlig, men i praksis sender det ut ultrafiolette lyskilder, men også en liten andel synlig lys som kan sees hvis man stirrer rett inn i lyspæren, eller lysstoffrøret. Den ultrafiolette lyskilden bør derfor ikke monteres rett bak et skilt hvor bokstaver og figurer er montert på en klar glassplate. En lysarmatur eller en lampe rett bak et slikt skilt ville også virke skjemmende på dagtid. Det er derfor brukt mye tid på å utforme lyskilder og reflektorer som gjør det mulig å plassere lyskilden bak, over, eller under skiltplaten, og samtidig oppnå jevn belysning.
- **NeoGlass:** Henry Østhassel var også tidlig klar over at konseptet trengte et helt spesielt plexiglass, dvs. et helt klart glass som ikke slapp ut UV-lys. Dette glasset har Henry Østhassel fått det tyske storkonsernet Degussa til å utvikle. Glasset har UV-filtrerende egenskaper og filtrerer bort 99% av alt UV-lys. Deres datterselskap Para Chemie i Østerrike har allerede produsert den første serien av disse glassene. Dette glasset gjør det mulig å produsere lysskilt som ikke slipper ut lys til omgivelsene. Dette kan tenkes anvendt i restauranter, barer, puber, diskoteker og nattklubber. Man får det like intimt og mørkt selv med lysreklamen på veggen rett over bordet eller gjerne rett foran ansiktet. Dette åpner helt nye muligheter for skilting på ulike steder.
- **NeoSpot:** Henry Østhassel har lenge ønsket et rimelig spotlys der han kunne fjernaktivere et NeoSign på andre måter enn med et vanlig NeoLight med lysstoffrør. Dette vil åpne flere muligheter for skiltmakerne ved at de får et verktøy til å velge i. Man har her muligheten til å fjernaktivere et NeoSign på mange meters avstand med bare 35W, faktisk har Østhassel aktivert et 120 X 120 cm. skilt på 100 meters avstand med et enkelt NeoSpot på 35W. Labino AB i Sverige har allerede utviklet et slikt lys i forskjellige utgaver, og de ønsker at dette selges gjennom vår webshop.
- **NeoLight Sequencer:** Henry Østhassel har i flere år villet utvikle en styringsboks som ville kunne gjøre det mulig å tenne/slukke lysene i flere sekvenser. En slik Sequencer vil være en revolusjon for skiltbransjen. Den vil kunne forenkle all kjent skiltteknologi, og gi skiltmakere over hele verden muligheter de ikke før ikke kunne drømme om. Tenk dere navnet PHILIPS i våre brosjyrer og videofilm og vår Website. Vinduene er helt mørke. Så tenner P, Så tenner H, så tenner I, så tenner L, så tenner I, så tenner P, så tenner S. Så blinker de gjerne alle noen ganger, så blir alle vinduene mørke igjen. Så begynner sekvensen igjen. Som vist i vår videofilm! Denne er nå utviklet og vil selges gjennom vår webshop.

16.2 Teknisk utforming og design – kravspesifikasjon

Kravene til et NeoSign-skilt kommer fra to hold: Slutt kunder og skiltmakere. Noen av kravene vil være felles for begge. Skilt og skiltmaterialer som tilfredsstillter skiltmakeren er som regel også til fordel for sluttkunden, om ikke for annet enn sluttprisen. Nedenfor følger en beskrivelse av flere momenter som NeoTechnology AS har hensyntatt i sitt arbeide.

Enkel montering	<p>Skiltmakeren ønsker skilt som er lette å montere, demontere og flytte. Dette innebærer bruk av gjennomtenkt festemateriell og en systematisk oppbygning av skilttilbehør. For å lette arbeidet for skiltmakeren, og derved øke konkurransekraften, leveres NeoLight lysrørarmaturer i et modulsystem. Armaturene finnes i lengder på 45, 60, 90 og 120 cm. og kan utvides. Armaturene kan enkelt koples sammen, seriekobles, slik at de danner en lang lyslist/vegg /taksilt tilpasset skiltets lengde. Enkle braketter som festes på vegg/tak forenkler oppheng av armaturene. En gjennomsiktig skiltplate, NeoGlass, kan dessuten festes til armaturene, slik at skiltet nærmest er en hel pakke. Ved å ha et fåtall armaturer på lager, kan skiltmakeren raskt bygge en lyslist for ethvert NeoSign formål.</p> <p>Skiltmakeren ønsker at folien skal ha en kombinasjon av lim og bakpapir som gjør det lett å fjerne bakpapiret. Symbolene skal klebe godt til monteringsflaten. Videre bør det være enkelt å fjerne symboler fra monteringsflaten, selv etter lang tid. Dette er aktuelt ved endring av tekst og symboler som for eksempel er klistret direkte på et utstillingsvindu.</p>
Enkel elektrisk installasjon	<p>NeoSign-skilt bør ikke kreve særlige tiltak på elektrosiden. Fortrinnsvis bør en enkel jordet 16A-kontakt være alt som trengs. Tilkopplingsledningen bør være minst 2 meter lang, og fortrinnsvis av den ferdigstøpte typen. Tilleggsutstyr som fotoceller og tidsur bør være pluggbare, og de bør kunne installeres uten å måtte tilkalle elektriker.</p>
Standard skiltmakerutstyr	<p>Skiltmakeren kan lage og montere NeoSign skilt uten å måtte investere i kostbart produksjonsutstyr. Det brukes samme utstyr (plottere) som til tradisjonell foliekutting.</p>
Enkelt lagerhold	<p>Skiltmakeren kan klare seg med enkelt lagerhold av et mindre antall komponenter for å kunne fremstille et enkelt NeoSign-skilt.</p>
Holdbarhet	<p>Et NeoSign-skilt bør ha en teknisk levetid på minst tre år. Den største faren ligger i bleking og tap av fluorescerende effekt over tid. Ulike farger må ha omtrent lik aldring, slik at skiltensymbolene beholder sine innbyrdes fargeforhold gjennom skiltets levetid. Alle fargene er i dag testet i 3 år, og alle fargene er nå uten nevneverdige endringer. Unntaket er blåfargen som raskt taper den fluorescerende effekten, men her er forbedring underveis.</p>
Beskyttelse	<p>Skilt som monteres utendørs må i tillegg til sollys tåle regn, snø, frost, vind og til en viss grad være vanskelig å ødelegge for vandaler. Videre må det påregnes at utvendige skilt tilsmusses og derfor må tåle å bli vasket med for eksempel fettløsende vaskemidler, pluss de mekaniske påkjenninger ved selve vaskeprosessen. Derfor er NeoLight omtrent vedlikeholdsfrie fordi NeoSign alltid monteres på innsiden av vinduer.</p>
Dagslyseffekt	<p>Skiltet bør ha samme, eller nær samme farger i dagslys, som når skiltet fluorescerer i mørke. Dagslysfargen bør være sterk og klar, selv om folien er gjennomskinnelig.</p>
Antall farger	<p>Skilt bør kunne framvise farger som ligger tilstrekkelig nær de farger kunden ellers bruker i sin profilering mot markedet.</p>
Spesialfarger	<p>Enkelte kunder krever spesielle fargevarianter. Som eksempel nevnes oljeselskapene Esso og Statoil, samt Toyota bilforretninger, som alle bruker sine spesielle, men ulike farger. Kunder av denne typen vil oftest forlange å få skilt produsert med sine spesialfarger.</p>
Lite strølys	<p>UV-lyset som benyttes er ufarlig. Et annet forhold er at gjenstander utenfor skiltet kan ha fluorescerende effekter og virke forstyrrende på skiltbudskapet i mørke. Dette problemet kan imidlertid elimineres med et NeoFilter.</p>

16.3 Produktutvikling

NeoSign-konseptet er allerede utviklet og produsert. Det er imidlertid fortsatt store muligheter for videreutvikling av konseptet.

Farger I dag finnes NeoFilm i fargene rødt, rosa, oransje, gult, grønt, blått og hvitt. Flere farger er ønskelig, og gode skiltprosjekter kan avhenge av at det kan leveres spesialfarger etter sluttkundens spesifikasjoner.

Levetid På grunn av fluorescerende materialers natur, vil det være nødvendig å kunne dokumentere fargepigmentenes motstandsevne mot aldring og bleking. Tester er allerede foretatt i flere år, og vi kan derfor gi en slik dokumentasjon.

Utendørsskilt Dagens utgaver av NeoLight er laget for innendørs bruk. For utvendige skilt må det utvikles egne armaturer. Vi anser det ikke som nødvendig å utvikle lyskonsept for utvendig bruk de første årene. Vårt hovedmarked er for innendørs montering.

Spotlight Bruk av punktlys ("spotlight") er også svært interessant. Her er allerede brukbare lys utviklet av Labino i Sverige, men en viss videreutvikling må påregnes.

Animering Reklamefolk som har sett NeoSign-konseptet, er imponert over mulighetene som finnes ved å aktivere deler av et skilt hver for seg og samtidig. Ved å tenne og slukke den ultrafiolette bestrålingen i sekvens, kan det skapes flotte blinkeffekter, og delvis animering av skiltsymboler.

Lagvis oppbygging av NeoSign-skilt, med mulighet for avansert animering av skiltsymboler, er en teknologisk utfordring med bruk av avanserte prinsipper for bestråling med UV-lys og materialteknikk. Videreutvikling på dette området bør påbegynnes så snart produktet er akseptert i markedet.

Jevn belysning Ved store skiltflater er det vanskelig å få jevn UV-belysning. Lysene som allerede er utviklet viser at ved å bruke spesielle reflektorer i armaturene, og ved å anvende reflektorer som en del av skiltstrukturen, er det mulig å oppnå tilfredsstillende lysfordeling samtidig som lyskilden er skjult.

Kostnader Det er vanskelig å anslå kostnader og tidsforbruk forbundet med den videreutvikling som er angitt ovenfor. Hovedpunktene er samlet i listen nedenfor som er korrigert med status pr. 01.03.07.

Aktivitet	Varighet (mnd)	Kostnad (NOK)	Kommentar
Opphengsystem innendørs	2	100.000	Egenutvikling, Litecontrol / andre
Akselerert testing av NeoFilm	3	300.000	Nye farger
Flere farger for NeoFilm	6	400.000	3M / Flexcon / CPFilms
Spesialfarger	6	300.000	3M / Flexcon / CPFilms
Utendørs NeoLight	6	300.000	Egenutvikling, Litecontrol
Utprøving av punktlys	3	200.000	Egenutvikling., SINTEF, Litecontrol / andre
Tennsystem for lysrør	6	400.000	SINTEF, Philips, Litecontrol / andre
Avanserte animerte skilt	18	3.000.000	Egenutvikling., SINTEF, Litecontrol / andre

[Klikk her dersom du ønsker å delta i emisjonen.](#)