

ERIK NISSEN JOHANSEN JOBBAR I UPPLEVELSEINDUSTRIEN

Han gör manus till filmen om din krog

Att välja rätt koncept för en krog eller ett hotell är avgörande för framgången.

Möt Erik Nissen Johansen som varit med om just den processen – cirka 700 gånger.

DEN SENASTE tidens boom i restaurangetableringar har naturligtvis märkts av bland dem som jobbar med inredning och design. Inte minst hos Stylt Trampoli i Göteborg, arkitekt-, design- och reklambyrå som enbart arbetar med krogbranschen.

– De senaste ett och ett halvt åren har vi haft en ökning av antal uppdrag. Det har till stor del med moms-sänkningen att göra. Det har gjort att många restaurangföretag investerat, säger Erik Nissen Johansen, grundare och creative director.

I ett större perspektiv tycker han att utvecklingen det senaste decenniet handlar om en "casualiseringsprocess". Vi har fått kontinental vanor, en högre disponibel inkomst och går helt enkelt ut mer och spontant på restaurang.

ERIK NISSEN JOHANSEN har jobbat med restaurang- och hotellkoncept i över tjugo år och uppskattar att Stylt Trampoli varit involverat i 450 restauranger och 250 hotell sedan byrån etablerades i början av 1990-talet. I dag har byrån 55 anställda inredningsarkitekter, designer, grafiska formgivare och copywriters.

Man har också en egen design och produktion av möbler.

På listan av kunder genom åren finns Stureplansgruppen, F12-gruppen och Hotel Lydmar i Stockholm, Svenssons krogar i Uppsala och många etableringar i hemstaden Göteborg: Joe Farelli, Bon, Palace, den nya kafékedjan Way Cup och nyöppnade Le Pain Français på Avenyn. Man jobbar även med större bolag som Sodexo och Scandic.

– Vi jobbar med upplevelseindustrin. Där man säljer summan av alla intryck när gästen betalat och gått, sammanfattar Erik Nissen Johansen.

ATT ANLITA en arkitektbyrå brukar ofta innebära att man anammar den stil som byrån har. Men att anlita Stylt Trampoli kan sluta hur som helst. Varje projekt är en historia för sig.

Ta till exempel krogen Joe Farelli på Avenyn i Göteborg, ett av Stylt Trampolis genombrottsprojekt från 90-talet. Stylt Trampoli tog tillsammans med ägaren fram det amerikansk-italienska konceptet, från namnet och utbudet till all grafisk profil och själva inredningen. Men det mest omtalade med projektet var

att konceptet byggde på en påhittad historia om en maffiaboss som öppnat restaurang.

ATT JOBBA MED så kallad storytelling har många fördelar, enligt Erik Nissen Johansen. Dels är det en hjälp, en röd tråd, genom den kreativa processen. Dels är det ett bra sätt att visualisera och förklara för kunden hur man tänker. Det ger också restaurangen en personlighet eller en "emotionell attraktion".

– Utan ett manus är det mycket svårare att göra filmen, säger han. **Vad tänker du själv på när du går in på ett hotell eller en restaurang?**

– Jag värderar den första sekunden. Vilka associationer får jag? Sedan funderar jag på om känslan håller ihop i resten av upplevelsen, även bemötande och service. Allt måste hamna i samma frekvensområde, från personal till design.

Vad är det som gör en restaurang till en succé?

– Jag skulle vilja vända på frågan. Varför lyfter inte vissa restauranger? Jag hade ett möte en gång med hotellkedjan Four Seasons som är känd för sina restauranger. De kunde inte förstå varför vissa restauranger gick mycket sämre än andra, trots att de gjort alla saker rätt. Inte ens de har knäckt koden. Men att tänka till innan är en bra början.

Erik Nissen Johansens första egna

FOTO: HELENE BERNSTONE



KONCEPTMAKAREN. Erik Nissen Johansen ligger bakom många av de senaste årens mest uppmärksammade nya restauranger.

restaurangupplevelse var ett besök på Peppes Pizza i hemlandet Norge. Han var 13 år och tyckte att det var väldigt spännande och fint. I dag är Peppes Pizza Norges största restaurangkedja med över hundra enheter och Erik Nissen Johansen är tillbaka för att ge inredning och profil en ansiktslyftning.

– Det är en ganska vanlig kedje-problematik. Man skapar koncept

och inredning för fem enheter, och när det funkar duplicerar man och plötsligt har man hundra restauranger designade för fyrtio år sedan, säger han.

NÅGOT SOM Erik Nissen Johansen noterat under senare år är den positiva utveckling som sker i mindre städer. Han tycker att det är en klyscha att säga att restaurangkoncept

som man förknippar med storstad "inte funkar i vår lilla stad". Tvärtom så blir effekten mycket större där, menar han.

– Vi har varit med och skapat The Company, en restaurang i det gamla industriområdet Simonsland i Borås. Den säljer dubbelt så mycket som den hade budgeterat. Folk i mindre städer går ut, bara det finns bra ställen att gå till.

TRENDER I TIDEN

- Det multikulturella samhället kommer att märkas mer i seriösa restauranger. Här har inte branschen hängt med, tycker Erik Nissen Johansen.

- Nintendo- och McDonalds-generationen ställer andra krav på utbudet. De vill ha hög kvalitet på maten men det ska också gå fort och/eller åtminstone vara en upplevelse. Ett bra exempel är Jamie Olivers restaurangkedja Jamie's Italian i Storbritannien.

- Människor är trötta på att känna sig lurade av multinationella bolag, och gör revolt genom att handla direkt av bagaren med mjöl på händerna, lokalt och närodlat. Behandla andra som du själv vill bli behandlad, oavsett position.

- Det kommer fler intressanta och bra restauranger och hotell i mindre städer.

Trendspanare:
Erik Nissen Johansen

FOTO: ERIK NISSEN JOHANSEN



Här är några exempel på koncept och inredningar som Stylt Trampoli tagit fram. Från vänster: Le Pain Français i Göteborg, Bon i Göteborg och Le Rouge, Gamla Stan Stockholm.

STYLT TRAMPOLI

Etableringsår: 1991.
Omsättning: cirka 50 miljoner kronor.
Anställda: 55.

KONTAKTINFORMATION



HUVUDKONTOR
I STOCKHOLM:
Besöksadress:
Sveavägen 25
111 34 STOCKHOLM

POSTADRESS
Box 3546, 103 69
STOCKHOLM
Tel: 08-762 74 00
Fax: 08-21 58 61
E-post: info@visita.se

REGIONKONTOR
I GÖTEBORG:
Box 404
401 26 GÖTEBORG
Tel: 031-62 94 00
Fax: 031-80 27 54

REGIONKONTOR
I MALMÖ:
Box 186
201 21 MALMÖ
Tel: 040-35 25 00
Fax: 040-23 33 82

REGIONKONTOR
I ÖSTERSUND:
Tullgatan 27
831 35 ÖSTERSUND
Tel: 063-141099
Fax: 063-121826

REGIONKONTOR
I LINKÖPING:
Svenskt Näringsliv
Box 388, 581 04
LINKÖPING
Tel: 013 253070

Bädd&Bad
Hotel & Home Supplier since 1969

www.bed-bath.com • info@bed-bath.com • 020-226666

När Stylt Trampoli får en förfrågan om ett jobb är det fyra frågor som aktualiseras. Hur stor är kundens förmåga och engagemang? Man gör research kring lokalens och kvarterets historia. Vad kan man bygga för story kring det? Man gör också en konkurrensanalys och till detta läggs en generell tendensanalys.

När har ni misslyckats och varför?

– För några år sedan gjorde vi ett koncept för en meze-restaurang i Göteborg. Vi gjorde ett jättejobb och inredde med möbler från Grand Bazaar i Istanbul, tog fram menyer och grafisk profil och till och med spellistor för musik. Men de som skötte driften ändrade i konceptet och efter ett tag hade de lagt ner. Sedan dess tittar vi mer på kundens förmåga och engagemang innan vi tar ett uppdrag, säger Erik Nissen Johansen.

På hotellfronten tycker han att den stora förändringen är att man i dag har en högre acceptans för segmentering. Det som är litet och annorlunda har lättare att nå ut. Och annorlunda syns och märks på ett helt annat sätt tack vare internet.

– När jag var i New York senast

bodde jag på Out, ett fantastiskt bra hotell som drivs av HBT-personer. "Welcome to the most straight-friendly hotel i NY" möts man av i receptionen. Budskapet sprider sig och hotellet blir uppmärksammat.

Vilket är ditt drömprojekt?

– Välfinansierade privata hotellprojekt i spännande fastigheter och miljöer är alltid drömmen. Vi gör ett i Umeå just nu, berättar Erik Nissen Johansen.

Stylt Trampoli jobbar på uppdrag av Balticgruppen med inredning och konceptutveckling av nya hotellet U&Me och hotellklassikern Stora Hotellet i Umeå, som invigs 2014 då staden är Europas kulturhuvudstad. U&Me ligger på våning sex till tretton i kulturarenan Väven. Storyn till detta projekt har man sammanfattat i devisen "U&Me – New Hotel Culture".

AV NATHALIE MERVY-MANNER



Way Cup i Göteborg bygger på att ta tillvara begagnad inredning.

FOTO: ERIK NISSEN JOHANSEN

H Hogia
-hjälp företag utvecklas

Har du koll på dina råvarukostnader?



Ekonomisk framgång kräver mer än god mat, bra service och fina viner.

Få tillgång till kvalitativa nyckeltal för hotell & restauranger tillsammans med unika kopplingar till ditt ekonomi-, boknings- och kassasystem.

0303-663 50 | www.hogia.se/hotell

Snart dags för julbord...

...och då börjar slitet med stora och otympliga dukar. Tag en titt på våra Skirtings – bordskjolar – det rationella och kostnadseffektiva sättet att duka upp och hålla en elegant buffé.

Leveranstiden är normalt endast 2 veckor och det bästa av allt, med priser från SEK 198,-/meter.

Vi har Dessutom Clips för alla bord.

Kontakta oss!



skirtings

ThorWaldsons®

AB Nils Thorwaldson
Nybrogatan 34 • 114 39 Stockholm
Tel 08-744 40 00 • Fax 08-744 44 40
E-post info@thorwaldsons.se
www.thorwaldsons.se