



Inredare och historieberättare. Erik Nissen Johansen på nyöppnade krogen Jay Fu i Uppsala, där man baserat all estetik på en amerikansk 1960-talsskådis som drömde om att bli kung fu-stjärna. Haken? Han har aldrig funnits.

Eriks underbara lögner

Galen konstnär eller genial marknadsförare? Erik Nissen Johansen har ritat några av världens mest spektakulära hotell och restauranger – och bygger allt på ett bedrägeri!

Text KONRAD OLSSON Foto LOUISE BILLGERT

Champagne for the ladies!«
Fler ord fick han inte fram, Erik Nissen Johansen, när han stod med strålkastarna i ansiktet på Hotel Sofitel i London förra hösten. Framför sig hade han en tusenhövdad publik – uppklädda, utspridda vid runda bord och möjligtvis något konfunderade över att denne relativt okände skandinav kammat hem ett av kvällens mest prestigefyllda priser.

Det var The European Hotel Design Award, hotellbranschens Oscarsgala, och de flesta hade nog förväntat sig att någon av designkändisarna Karim Rashid eller Herzog & de Meuron skulle vinna i kategorin *Bästa Konferenslokal*. I stället blev det Eriks designbyrå Stylt som fick ta emot priset för JC Stevens, ett nydesignat hotell på den svenska västkusten.

»Det kändes smickrande och märkligt på samma gång. Jag hade inte förväntat mig att vinna och inte förberett något tal«, säger Erik när jag möter honom i Stylts lokaler i Göteborg en semesterlängtgående förmiddag i juni. »Men visst är det ett mått på att våra grejer håller, även internationellt.«

Erik är klädd i t-tröja, slappa jeans och en oknäppt skjorta som fladdrar bakom honom när han hastar runt på kontoret. Med sitt blonda hår och fyrdagarsstubb ser han mer ut som en avslappnad surfare än en framgångsrik inredningsarkitekt.

Men så är han heller ingen vanlig inredare. Kalla honom marknadsföringsgeni, excentrisk entreprenör och gränsöverskridande konstnär och allt stämmer. Han är normmannen som flyttade till Göteborg på 1980-talet, startade stans mest spännande konstgalleri och importerade Gaultierkläder innan

någon annan. Han är konstnären som på 1990-talet chockade New Yorks konstscen genom att ställa ut 80 självporträtt där han hängde ut sin allra heligaste framför kameran.

Och så är han en av vår tids mest spännande inredningskreatörer, som ligger bakom några av de mest spektakulära och framgångsrika hotell- och restaurangmiljöerna i världen. Han och hans team av arkitekter, inredare och grafiska designers har skapat över 250 restauranger och 150 hotell. Från enkla hamburgerhak på göteborgska Avenyn, via hippa Stockholmsställen som Le Rouge och Lydmar, till internationella succéer som mångprisbelönade Klaus K i Helsingfors.

Gemensamt för dem alla är att de kombinerar Eriks knivskarpa stilsäkerhet och rigorösa research med en känsla för det goda historieberättandet. Men många av skapelserna vilar också på en metod som de flesta nog skulle hålla tyst om:

Erik Nissen Johansen ljuger.

Det är en bakfull dag på Stylts kontor, inhytt i ett vackert köpmannahus från 1700-talet på Västra Hamngatan. I den ena änden av lokalen ligger ett stort arkiv, med bokhyllor bågnande av möbelkataloger och oöverskådliga rader av tapeter och tygprover. I den andra änden är det meningen att byråns anställda ska arbeta med ett stort fjällresort i Idre – men bara halva styrkan är på plats.

»Vi hade firmafest i går«, förklarar Erik, och skäggstubben spricker upp i ett lurigt leende. »Men min fru jobbar också här och vi drog lott om vem som fick gå. Jag förlorade och var hemma med barnen. Men då är jag också nykter i dag!«



Le Rouge (2007) Melker Anderssons varma, franskinspirerade restaurang blev en trendsättande fullträff i krog-Stockholm.



Allt hänger samman i Erik Nissen Johansens restauranger. Den franska maten ska åter speglas i inredningen.

Jag visar in i ett konferensrum, inrett med glasbord, medaljongtapet och en futuristisk stol som ser ut att vara hämtad ur en Tim Burton-film. »Det är en Ron Arad, vi blev kompisar på åttiotalet när jag var hans återförsäljare i Sverige«, säger Erik och sätter i gång en avancerad slideshow som visar hans skapelser runt om i världen. Från drömska lyxresorts i Västindien till ett ännu öppnat concepthotell i Sankt Petersburg.

Alla Eriks hotell och restauranger bygger på en historia som löper som en röd tråd genom anläggningen: från mattor och matbord till rumsnycklar och restaurangmenyer. Det kan vara en existerande berättelse, som i fallet Sonya, det stundande hotellet i Sankt Petersburg, som tar sin utgångspunkt i Dos-tojevskijs *Brott & Straff*. Men det kan också – som i fallet Joe Farellis, den Göteborgskrog som utger sig för att vara grundad av en italienerare som flydde till Europa från maffians New York – vara helt och hållet fabricerat av Stylt's copywriters.

Erik anser sig nämligen inte enbart syssla med färgstarka tapeter och finkänsligt utvalda möbler – utan med underhållning. Han ser sina inredningar som filmer, skapade för att förföra och förflytta gästen från sin vardag.

»Man måste inse att man är en del av upplevelseindustrin«, säger han. »När folk går på bio blir de inte arga om historien inte är sann – de blir förbannade om de inte blir underhållna! Vi anser inte att våra kunder säljer mat och husrum utan summan av alla upplevelser. Då är det viktigt att personalen, maten, musiken, doften och designen berättar samma historia. Jag brukar säga att vi skriver manus innan vi gör filmen.«

Och det är just detta »manuskrivande« som skiljer Erik från

andra inredare och arkitekter. Stylt kan lägga uppåt en halv miljon kronor på research innan det dras ett enda streck i skissblocket. Som i fallet Klaus K, det finska hotell som är det mest framgångsrika exemplet på denna metod.

»Där utgick vi från *Kalevala*, Finlands nationalepos, som varje finsk mormor läst för sina barnbarn. Det kan tyckas galet att låta en dammig gammal bok stå till grund för ett lifestylehotell, men det finns ett nyhetsvärde i den krocken. Alla trender inom resenäringen pekar på att folk vill ha upplevelser och när en resebyrå i USA ska rekommendera ett finskt hotell är det ju roligare att tipsa om detta än ett standardiserat kedjehotell.«

Redan innan Klaus K öppnade 2006 blev dess PR-chef nedringd av Washington Post, New York Times, CNN och BBC, som alla ville rapportera om detta urfinska hotell. Kort därpå hamnade det på Condé Nast Travellers eftertraktade Hotlist och utnämndes till Bästa nya hotell av World Hotel Award.

Ett år senare var det Helsingfors mest lönsamma hotell.

Solen gassar när vi kliver ut på Avenyn vid lunchtid. Spårvagnar stänkar upp mot Götaplatsen och tidiga semesterfirare har bänkat sig på uteserveringarna. Erik pekar på ett ettrigt renoveringsarbete på andra sidan gatan.

»Där öppnar snart en nattklubb vi inrett«, säger han innan vi kliver in på Hard Rock Cafe, vars nylansering för några år sedan orkestrerades av Stylt. Till invigningen bjöd Erik in en handfull Göteborgsrelaterade rockartister, såg till att de anlände i limousine och betalade en skolklass för att stå bakom de röda banden och skrika efter autografer. Ett genialiskt PR-trick!

ERIK NISSEN JOHANSEN

Yrke: Kreativ chef på inredningsbyrån Stylt. **Ålder:** 44 år. **Familj:** Fru Elisabet, styrelseordförande i Stylt, och fyra barn. **Bor:** I en ombyggd fiskaffär, »inrett med många felbeställningar.« **Även känd för:** Ett konstprojekt i New York 1995, där han på 80 självporträtt visade könet framför kända byggnadsverk. »Det handlade om tabloidiseringen av media.«



»På bio blir folk inte arga om filmen inte är sann – de blir förbannade om de inte blir underhållna! Det är samma sak med restauranger.«



Glam och glamour på Jay Fu i Uppsala, som blandar amerikanskt och asiatiskt – i både estetik och meny. Följ historien på www.jayfu.se.

»Alla trender pekar på att folk vill ha upplevelser.«



Marin inredning med hög igenkänningsfaktor.

JC Stevens (2008) Konferensanläggning i Stenungsund som vann prestigefyllt pris på European Hotel Design Awards.



»Vi valde en befintlig Ralph Lauren-estetik när vi gjorde Stenungsbaden Yacht Club. Den är bevisligen kommersiell.«

Även Erik välkomnas som en rockstjärna och blir omkräm av ägaren Lalle Morberg. »Erik har betytt oerhört mycket för mig«, säger Lalle. »Han har till och med inrett min dotters sovrum.«

Det märks att Erik trivs i sin adopterade hemstad. Han kom till Göteborg 1988, efter studier i konst och marknadsföring i Florens, och startade tillsammans med fyra vänner konstnärskollektivet Stylt som dubblade som galleri, reklambyrå och klädaffär.

»Att mixa konst och kommers var ganska kontroversiellt då, men vi hade en idé om att sälja vår egen konst, jobba med reklam och ordna vernissageer för andra konstnärer. På så sätt kunde vi skita i galleriledet och tjäna pengarna själva«, säger Erik när vi slagit oss ner med var sin fettdrypande »Legendary 10 oz Burger«.

Det var under den här tiden som han snubblade över den metodik som skulle bli Stylt's framgångsrecept och förvandla Erik till en guru inom storytelling (hans bok *Marknadsföring i upplevelseindustrin* är kurslitteratur på flera universitet och säljer 5 000 ex per år).

»Vi var fattiga konstnärer och tog varje jobb vi fick, så när vi blev erbjudna att inreda en restaurang tackade vi ja. Det fanns ingen budget så vi letade möbler på Stadsmissionen. Det var lite skämmigt minns jag... Men i en låda på Myrorna hittade jag ett gammalt fotoalbum. »Trollhättans Kvinnoförening på utflykt 1914« stod det. På en av bilderna står tanterna uppställda utanför ett sanatorium, och mitt i bilden står en tanig kille med mustasch. Vi skrattade mycket åt honom och döpte honom internt till Farbror Hjördis.«

Utifrån denna bild skapades sedan restaurangen Farbror Hjördis, komplett med en påhittad historia om den excentriske mannen.

»Plötsligt fanns det en poäng med att alla möbler var udda och slitna. Dessutom upptäckte vi att gästerna inte brydde sig om hu-

FOTO ERIK NISSEN JOHANSEN

Designhem med sjöutsikt i **Sigtuna**, Granbystrand

Högt belägna tomter med sjöutsikt och strandnära lägen med gemensam brygganläggning, bastu och båtplats.

I Granbystrand uppförs nu vackra arkitekturade hem från Next House, fyllda med design och funktionalitet. Husen i kollektion Théa är ritade av arkitekt Magnus Ståhl och erbjuder en exklusiv boendemiljö. Komplet utrustade med exklusiva kök, lyxiga badrum och inredning utöver det vanliga. Kunderna erbjuds nyckelfärdiga hem i hög kvalitet. Takterrass, altaner och stora vackra skjugglaspartier för högsta trivsel och komfort. Husen är klassade som lågenergihus och finns i olika storlekar.

Ansvariga representanter Next House: Stefan Gustavsson, telefon: 08 679 52 10, e-post: stefan@nexthouse.se
Anders Ahlsmo, telefon 08 679 21 47, e-post: anders@nexthouse.se

Visning: **Söndag 13/9 och 20/9 kl 12.00 - 14.00**

Arkitekturade drömhäus från 3 390 000kr inkl moms *

*Avser fast pris nyckelfärdigt hus inklusive tomt, byggnation, grund, V/A anslutning, kostnad för vägar samt brygga.

Mer information www.nexthouse.se





Hotell med historia. Klaus K bygger på Finlands nationalepos *Kalevala*.

Klaus K (2006) Stylts internationella genombrott blev Finlands mest lönsamma hotell.



Klaus K har vunnit pris på World Hotel Award och finns med på Condé Nast Travellers Hotlist.

»Nu vill jag göra ett hotell som tar hållbarhet på allvar.«



Konstnären som blev inrednings-entreprenör. Erik Nissen Johansen har gjort över 400 hotell och restauranger.

ruvida historien var sann eller inte. De ville bli förförda och drev gärna myten vidare. Krogen levde i 10 år, blev en väldig framgång och satte en ny trend av second hand-inredda restauranger.«

Fyra mil söder om Göteborg ligger lilla Stenungsund, ett kustsamhälle känt för sin plastframställning och sina båtfabriker, och när vi närmar oss på Väg 160 ser jag Stenungsbaden Yacht Club uppenbara sig ovanför marinan.

Jag sitter i framsätet på Eriks familjebil och har hört honom berätta om Stylts kommande utmaningar. Förutom Sankt Petersburg-hotellet håller Stylt på att planera en ny skidanläggning i Idre, med hotell, stugbyar och restauranger. Och de har just avslutat ett stort arbete med att ge Skaraborgs län en ny varumärkesidentitet.

Projektet växer, Stylt omsätter 45 miljoner kronor, och jag undrar om han saknar den rent konstnärliga verksamheten från de tidigare åren. »Det får jag utlopp för i jobbet. Jag har ingen egogrej att jag måste ställa ut på galleri. Hotellen ger samma tillfredsställelse.«

Vi svänger in på Stenungsbaden och kliver fram till den seglarvilla som är JC Stevens, ett hotell-i-hotellet och den konferensanläggning som vann honom priset på galan i London. Erik berättar om konceptet, hur de förädlad den marina inredningen och tagit namnet från den förste Americas Cup-vinnaren. Till slut frågar jag om han aldrig varit sugen på att starta ett eget hotell.

»Jo, jag har en del idéer. Miljötanket i hotellbranschen är ett skämt. Jag vill göra ett hotell som tar hållbarhet på allvar. Där man återvinner allt, köper möbler från traktens second hand-butiker och får in själen i varumärket. Jag har redan slogan klar: The hotel brought to you by the generation that didn't fuck it all up!«