

Få en förhandstitt på vår nya webbplats - klicka här.

Pontus Frithiof



Alla nyheter Prenumerera

Tillväxt är ingen ”quick fix”

Att ta steget och växa från en verksamhet till flera är sällan en spikrak väg. Entreprenören och krögaren Pontus Frithiof har gjort en omvälvande, lärorik och prisad företagsresa som landat i koncernen Pontus Group med åtta verksamheter som inkluderar restauranger, festvåning, catering- och event verksamhet samt ett varumärkesbolag.

Drivkraften att göra något eget har funnits med sedan ungdomen. Efter att ha testat olika verksamheter såsom en egen cykelaffär och catering i Paris blev målet att starta en egen restaurang tydligt.

Strävar alltid mot nya mål

”Intresset för mat har alltid legat mig varmt om hjärtat så 1999 tog jag steget och startade min första restaurang Pontus in the Green House. Redan efter två år mottog restaurangen utmärkelsen ”Sveriges bästa restaurang” vilket var en av Pontus första målbilder. Det skulle komma att bli fler utmärkelser – han blev utsedd till Årets Krögare, fick Dagens Industris utmärkelse ”Årets Affärskrog” och mottog 2003 Gastronomiska Akademiens Guldmedalj. Kokboken Pontus by the Book belönades 2006 med priset för världens bästa kokboksdesign vid Gourmand World Cookbook Awards samt ett Silverägg i kategorin Design 2005.

”Det första priset, Sveriges bästa restaurang, var verkligen en milstolpe. Vi hade jobbat så hårt och det var fantastiskt att få bekräftelse på att vi lyckats. Jag tror på att ändra sina mål kontinuerligt och utefter företagets utveckling. Ambitionen att växa till flera restauranger fanns inte med från start utan det har något som vuxit fram längs vägen. För mig handlar det mycket om att tajmingen är rätt och att projekten jag driver är kul.”

År 2002 grundades Pontus Group och består idag av verksamheterna Pocket City, Pontus in the Park i Solna (inkl. Pocket Solna), Burger & Lobster, Tidningshuset by Pontus, Deli by Pontus, Bakery by Pontus och Atelier 23. Likaså Pontus in the Air på Stockholm-Arlanda Terminal 5, Catering Från Pontus, all mat- och dryck på MTR Express samt varumärkesbolaget Pontus Brands AB.

Planering, kapital och glädje är viktiga ingredienser

Pontus berättar att åren sedan starten 1999 har varit väldigt händelserika och att han har lärt sig ofantligt mycket om företagande sedan dess. Att växa i snabb takt krävde planering, strategiska beslut och övning i förmågan att lyssna.

”Generellt sett förstod jag tidigt vikten av att ha rådgivare omkring mig med det tog det några år innan jag verkligen lyssnade till vad dem sa. Man måste inte göra allt själv och det är viktigt att ha varierande taktik för alla de olika faserna i företagets tillväxt. Även om jag har mina egna strategier så har jag tagit till mig att andras erfarenhet verkligen kan underlätta och ge vägledning”

Vägen framåt – en balansgång

Beslutet att utöka verksamheten skedde succesivt och var ingen spikrak väg. Att balansera en arbetsintensiv tillvaro, företagets expansion och samtidigt värna om varumärket är grundläggande för att leda bolaget i rätt riktning.

”Man vinner på att ta sig tid och vara restriktiv i sina beslut för att själv kunna påverka åt vilket håll man vill styra sitt varumärke. Det är hedrande av att bli tillfrågad att delta i olika sammanhang men samtidigt lätt hänt att ta på sig lite för mycket. Roliga erbjudanden är svårt att säga nej till och lägger man till positiv stöttning och dåligt omdöme på det kan det gå fort åt fel håll”, säger Pontus och skrattar.

Svåra steg kan vara de mest lärorika

Att kliva över tröskeln från att vara kök till att växa in i yrkesrollen som krögare med personalansvar var ett av de svåraste stegen på företagsresan men också det mest lärorika.

”Från att ha stått i köket och ägnat mig åt mat behövde jag plötsligt veta allt från arbetsgivaransvar, marknadsföring, till hur man tar hand om personal och dessutom kunna läsa och förstå en balans- och resultatrapport. Det var tuftt att ta in och mycket att lära men samtidigt utvecklande för mig som person. Ju äldre jag blir, desto tydligare ser jag hur mycket jag förändrats som företagsledare. Jag har verkligen fått stor hjälp och mycket inspiration från Erik Lallerstedt i dessa frågor. Det är viktigt att ha styrkan att klara av både de roliga och svåra bitarna med att driva företag – att alltid orka resa sig och rikta blicken framåt.”

Nyckelfaktorer i tillväxtperioden

För att klara av att expandera och samtidigt behålla företagets kärnvärden är det av stor betydelse att bygga en stark organisation säger Pontus som håller hårt i sitt företags grundläggande värden – kvalitet, omtanke, personlighet, humor och en nypa flärd.

”Man behöver ha personal omkring sig som man kan lita på. Mina bästa råd är att fokusera på de mer lönsamma bitarna. Det som inte bär verksamheten är inte lika viktiga. Fastna inte i problem utan försök att lägga koncentration på lösningar istället. Behoven kan se så olika ut. Ibland har jag tagit in delägare, inte bara för att få in kapital utan framförallt för att få ta del av deras engagemang, kompetens och erfarenhet. Det är nyttigt att få in ny energi och andra ögon på sina idéer.”

”Ett exempel på en innovativ lösning som resulterade i flera vinster, var när vi införde prisdifferentiering i branschen. Det innebär att vi erbjuder olika priser anpassade efter dag och tid på vissa av våra restauranger. I till exempel Solna har detta medfört att pensionärer har råd att äta en god lunch till billigare pris och lite tidigare på dagen, än de som arbetar och kommer mitt i lunchrusningen. Det har också lett till mindre köer vilket gjort både personal och kunder gladare. Samtidigt har omsättningen ökat eftersom vi kunnat ta in fler gäster fördelat över dagen – och allt detta till samma personalkostnader med endast ökad råvarukostnad.”

Direktkontakt med kunden genom sociala medier

Pontus blev tidigt fascinerad hur mycket tid folk har att lägga på Facebook. Själv använder han Instagram för att det går snabbare och han har kopplat det så att inläggen samtidigt publiceras på Twitter och LinkedIn. Han tycker att det är givande att ha en nära relation till kunderna och erbjuder alla möjligheten att kommunicera direkt med honom under profilmamnet @pontusgroup.

”Det är kul med kundkontakten. Jag tycker att man ska vara generös och bjuda på sig, det går att vara personlig utan att bli privat. Sociala medier är dessutom ett bra verktyg för att bygga företagets profil. Personligen gillar jag att även lyfta fram andra och som arbetsgivare kan jag visa att mitt varumärke är en bra arbetsplats.”

Framgång är inte ett slutmål

Efter flera års hårt arbete går Pontus Frithiof nu in i ett ytterligare nytt skede med sina verksamheter. Med stort engagemang för service och lusten till nya roliga projekt ser han möjligheter att engagera sitt varumärke på flera olika sätt i ”Pontus brands”. Att få tid att njuta av livet är också något som ska få ta större plats efter en lång tid med ständig uppbokad kalender. Något förvånande ser han sig inte som framgångsrik trots en guldkantad karriär som entreprenör och krögare med många utmärkelser.

”När jag reflekterar, tittar jag framåt och nu vill jag fokusera på de projekt jag finner mest glädje i. Framgång kan upplevas på så många olika sätt. En nackdel med att driva många verksamheter är att alla oösta problemställningar till slut landar på mitt bord. Mycket tid går till att reda ut dessa och det kan ta udden av framgångskänslan. Närmast i tid kommer jag att koncentrera mig på de projekt och samarbeten som har störst potential för varumärket och ekonomisk tillväxt. Framför allt kommer jag att rikta fokus mot Pontus in the Air på Arlanda, där min ambition är att bli Europas bästa flygplatsrestaurang genom att lyfta servicenivån och utbudet rejält.”

”Ett annat intressant projekt är MTR express. De kör snabbtåg mellan Stockholm och Göteborg och vi är delaktiga i all mat och dryck ombord. I och med Pontus Brands, som är ett varumärkesbolag, kan jag nu satsa på helt andra idéer än tidigare. Det ska verkligen bli roligt att utveckla affärsmöjligheterna kring varumärket och intressant att jobba med en verksamhet utan personal och lokaler.

”Mitt stora engagemang för service i branschen vill jag också vidareutveckla. Redan nu är jag involverad i olika utbildningar, styrelser och föreläser ofta för att lyfta dessa frågor. I och med att jag arbetat med mat i många år samt ätit en hel del mat, så är det sällan jag trillar baklänges av en matupplevelse idag, däremot kan en bra serviceupplevelse få mig att få gåshud. Kom ihåg att ett besök på restaurang ska vara en helhetsupplevelse. Bra service och stark lönsamhet hänger ihop – mer än många tror.”



Foto: Pål Allan

Faktaruta

Namn: Pontus Frithiof
Företag: Pontus Group
Verksamhet: Flera företag inom restaurangbranschen
Webbsida: www.pontusfrithiof.com
Antal år som företagare: 17 år
Anställda: 80

Onlinetjänster → Business Online → Moduler → Mobila tjänster → Säkerhet → Support	Om banken → Lediga jobb → Pressmeddelanden → Privatekonomisk folkbildning → Bli kund → Leverantörer	Kundservice → Beställ ny PIN-kod → Stoptider i Business Online → Aktuell driftstatus → IBAN och SWIFT → Öppettider	Kontakta oss ☎ 0752-48 49 30 → Boka ett möte → Våra Finanscenter → Ring till oss → Kundsupport Internettjänster
---	---	--	---