

Henter feedback med Foodback

MAT OG DRIKKE: Gründerne i Foodback har hentet 4 millioner kroner. Nå lover de å skaffe restauranter og hoteller ærlige tilbakemeldinger fra kundene.

■ ANDERS HORNTVEDT
anders.hornvedt@finansavisen.no

STAVANGER: – Det store problemet for restaurantene er at man ikke får ærlige tilbakemeldinger fra gjestene. De er ute for å ha det hyggelig, ikke for å utfordre personalet med kritikk, sier Stian Løking Pedersen (35), markedsjef og medgründer i Foodback.

Foodback har som forretningsidé å skaffe restauranter og utesteder usensurerte tilbakemeldinger fra gjestene som restaurantene kan brukes til å gi gjestene et bedre tilbud.

Tilbakemeldingene fra gjestene samler Foodback inn gjennom ett ensides spørreskjema på et dertil tilrettelagt nettbrett.

Ubehagelig å være ærlig

Idéen dukket opp da gründerne, og flere andre kamerater, besøkte en ny restaurant i Stavanger hver måned. De savnet muligheten til å kunne gi konstruktive og systematiske tilbakemeldinger.

– Som gjester blir vi ofte spurt om vi liker maten, men flere kan synes det er ubehagelig å gi en ærlig tilbakemelding. Restaurantene har gjerne heller ikke et system for å håndtere disse brukerdataene, sier Løking Pedersen.

Med faglig støtte fra inkubatoren Validé og Norsk hotellhøgskole, som er en del av Universitetet i Stavanger, startet brødrene Løking Pedersen og flere fra restaurantgjengen arbeidet med å lage et tilbakemeldingssystem.

Gründerne ga ganske snart opp, fordi alle var opptatt i krevende jobber. Selv jobbet Løking Pedersen som selger i IT-selskapet Atea. Året etter samlet imidlertid gründerne trådene igjen.

– Vi hadde fått mange gode tilbakemeldinger på systemet vi hadde laget, og vi besluttet å gjøre et nytt forsøk, sier Løking Pedersen.

Flere private investorer

Inn på eiersiden kom Andreas

FOODBACK

(Mill. kr)	2018	2017
Driftsinntekter	0,7	1,7
Driftsresultat	-3,0	0,5
Resultat før skatt	-3,0	0,5
Årsresultat	-3,0	0,5

Eiere: Foodback Holding (36,8%), Andreas Hatjoullis (23,5%), Validé (18,5%), Jan Edvin Pedersen (11,2%), andre (5,2%). Holdingselskapet eies av Thomas og Stian Løking Pedersen, Jostein Øygarden, Rune Johansen, Daniel Chaibi, Tor Mæhlum Karlisen og Espen Eikeland.

Hatjoullis (74), som står bak pizzakjeden Dolly Dimple's, som han tjente rundt 20 millioner kroner på å selge til Norgesgruppen i 2011. Inn som investor kom også serigründer Jan Edvin Pedersen (61), som er Stian Løking Pedersens far. Han solgte ADB Systemer til Canada midt i dotcom-tiden for 75 millioner kroner. Så kjøpte han det tilbake sammen med en gruppe ansatte og et par investorer for 15 millioner kroner, og deretter solgte han det på ny til britiske Aveva.

Rundt 15 millioner kroner er nå brukt på utvikling av produktene.

De pengene kommer dels fra investorene og dels fra offentlige støtteprogrammer, som Innovasjon Norge.

I den seneste emisjonsrunden i desember hentet selskapet 4 millioner kroner. Da ble Foodback verdsatt til 17,9 millioner kroner før den nye, innskutte kapitalen kom til.

Sammen med sin far, Jan Edvin Pedersen, som er styrets leder, drives selskapet i dag av brødrene Løking Pedersen, med Thomas (33) som daglig leder og Stian som markedsjef.

I løpet av fjoråret kom tre nye investorer til:

■ Eilert Hanao Giertsen (48), som grunnla programvareselskapet Mamut og solgte det til Visma i 2011. Da satt han igjen med 77 millioner kroner i gevinst for 16 års arbeidsnarkomani.



Får kundedata fra 300 utsalgssteder

15 MILL. PÅ PRODUKTUTVIKLING: – Vi tilbyr en måte travle restaurantfolk kan skaffe seg et fortrinn overfor konkurrentene, sier Stian Løking Pedersen, markedsjef og medgründer i Foodback.

FOTO: ANDERS HORNTVEDT

■ Joakim Blomsköld (38) og Aleksander Blomsköld (34), som startet regnskapsselskapet Fiken.

■ 3Sverd Invest, der innovasjonssjef Øystein Inge Huglen (54) i ConocoPhillips er styreleder.

Kule bjellesaukunder

Styret har vedtatt et mål om at bedriften skal tjene penger i 2020. 90 prosent av inntektene er repeterende, og kommer fra utleie av utstyr og tilgang til bedriftens egenutviklede analyseverktøy. En av de første kundene var Bjørvika-restauranten Vaaghals i Oslo.

– Vi var opptatt av å få inn de kule bjellesaukundene først. Der-

etter har det vært viktig å lande de store kjedene.

Etter Vaaghals er flere andre kunder kommet inn: Olivia, Big Horn, Hurtigruten, Sabi Sushi, Kitchen & Table, De Historiske Hotel- og Spisesteder.

Rundt 300 utsalgssteder i Norge benytter nå løsninger fra Foodback.

– For kjedekontoret er det viktig å få inn tilbakemeldingene fra gjestene. På den måten går det an å fininnstille tilbudet til kundene. Det går for eksempel an å se om kundene er mer fornøyd med maten når spesielle kokker er på jobb.

– Svært få konkurrenter

– Hvem er konkurrentene deres?

– Svært få, egentlig. Spørreundersøkelser og kundefeedback er det flere som driver med. Det spesielle med vår løsning er at den er rettet inn mot hoteller og restauranter. Styrken ligger i det egenutviklede analyseverktøyet vårt. Det setter kunden i stand til å tolke tilbakemeldinger og data på en mer hensiktsmessig måte, sier Løking Pedersen.

– Egentlig leier dere vel bare ut nettbrett med ferdig oppsatte spørreskjemaer?

– Nei, vi tilbyr en måte travle restaurantfolk kan skaffe seg et fortrinn overfor konkurrentene. Det gjør vi ved å samle inn tilbakemeldinger fra gjestene og systematisere dataene mens de fortsatt er



INVESTOR OG STYRELEDER: Jan Edvin Pedersen, tidligere eier i ADB Systemer.

FOTO: PRIVAT



INVESTOR: Andreas Hatjoullis, tidligere Dolly Dimple's-gründer.

FOTO: PRIVAT



INVESTOR: Eilert Hanao, tidligere gründer i Mamut.

FOTO: EVING VOGSETH

ferske, svarer Løking Pedersen.

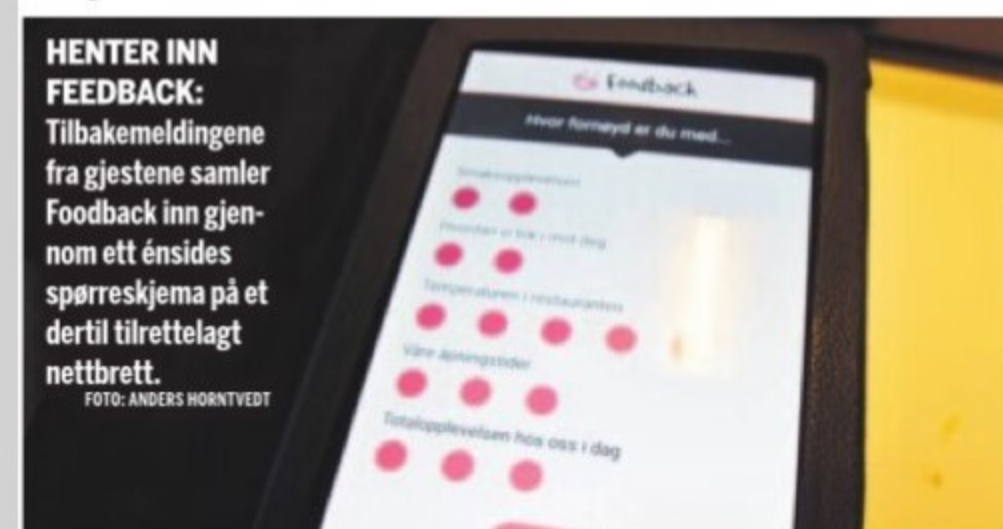
– Hva er forskjellen på dere og Tripadvisor?

– Vår kunde er driveren av restauranten, som trenger daglige

tilbakemeldinger. For restaurantgjesten er dessuten vårt spørreskjema enkelt og umiddelbart.

– Hvordan ser bedriften ut om fem år?

– Da skal vi være en ledende leverandør i feedbackmarkedet for mat og drikke i Europa. Etablering i resten av Norden er vi allerede i gang med.



HENTER INN FEEDBACK:

Tilbakemeldingene fra gjestene samler Foodback inn gjennom ett ensides spørreskjema på et dertil tilrettelagt nettbrett.

FOTO: ANDERS HORNTVEDT