

PDS 25 år

Till halvårsskiftet har vi jobbat med Problem Detection (PDS) i 25 år. Först som PDS Research sedan som Thams & Nyås.

Nästan 1000 enskilda studier har det blivit och det är svårt att hitta en företagsgrupp eller en bransch som vi inte undersökt åtminstone någon del av. Norden har varit vår bas, men jag tror att det är få institut som vårt som jobbat i så många länder och på så många språk. Jag minns att vi för några år sedan räknade ihop att våra formulär översatts till 40 språk. Några av våra mest uppmärksammade studier finns också utomlands. Under åren har Pelle Nyås (partner i alla år) och jag träffat på många intressanta människor och ett antal har blivit personliga vänner.

Har därför valt att fokusera lite mer på människorna som hjälp till att bygga vår historia och att börja från nutid och backa, när jag nu summerar. Det blir inte så värst mycket mer än så här när det gäller jubileumsfestligheter. Lite mer Champagne än vanligt blir det kanske på vår Gårdsfest i maj. Bengt Karlöf kommer att vara föredragshållarna och Pelle kommer att ha en baspresentation av PDS-metoden.

Precis som vanligt.

Vänta på inbjudan, den kommer.

2007 och framåt

Än på lång tid hoppas vi inte behöva sätta slutår på perioden. Den som undrar när Pelle och jag ska pensionera oss behöver inte ställa den frågan de närmaste tio åren. Vi har ett ungt duktigt gäng bakom oss, bra samarbetspartners ute i världen och fler uppdrag än någonsin tidigare.

En ny PDS-applikation som vuxit sig allt starkare är att göra en PDS i opinionsbildande syfte. I samarbete med Pfizer och **Carl Reuterskiöld** har vi jobbat vi igenom en rad terapiområden i allmänna (inte preparatspecifika) termer så att Pfizer ska kunna skapa en dialog med Landsting och sjukvården och skapa patientnytta.

Vi har startat ett samarbete med **Bengt Karlöf** som i tio år framgångsrikt drivit sitt eget managementkonsultbolag och skrivit ett tiotal böcker inom management och affärsutveckling. På senare tid har han intresserat sig för *kundnyttor* och den betydelse de har i affärsutvecklingsprocessen. Han har myntat begreppet "*Underbetjänade nyttor*" och menar att man inte analyserar och utnyttjar dessa i den utsträckning man borde. Man förlitar sig till det kunderna *explicit* säger i kontakterna med företaget eller i undersökningar och missar möjligheten att finna affärsutvecklingsmöjligheter i de "*implicita nyttorna*".

Tillsammans har vi nu utvecklat ett undersökningspaket som kombinerar analys av underbetjänade kundnyttor och identifiering av problemlösningar (PDS).

Vi har under en längre period sett hur antalet medlemsundersökningar ökat hos oss. Det är traditionella branschförbund eller föreningar som använder PDS för att hitta nya grepp på att vitalisera förhållandet med medlemmar och reaktivera avhoppare. **Lars Forsgård** på Aktiespararna blev en kund. Skattebetalarna med VD **Robert Gidehag** en annan. Vad som är mera oväntat är att traditionella säljföretag och detaljister börjat se på sina trogna kunder som medlemmar i våra PDSar och förstått att man måste hitta värden i förhållandet som kan motstå konkurrenternas angrepp.

Höll föredrag på exklusiva golfklubben Bro Hoff för nygamla kunden Svenska Bostäder med Vice VD **Patrik Emanuelsson**. Vandrade runt lite i den vackra golfmiljön innan för att kanske träffa på Bro Hofs grundare **Björn Örås** som jag inte sett sedan vi gjorde uppdrag för Ekonompoolen och Poolia. Uppdraget att förklara varför ett visst bostadsområde funkar bättre än ett annat närliggande blev uppdraget för Svenska Bostäder denna gång - en parallell till IKEA då vi jämförde bästa landet (Sverige) med det då sämsta (Danmark) i en spännande PDS-analys.

Har vi jobbar med tekniskt komplicerade produkter, på många marknader och mot svåra målgrupper? Jodå, många gånger under åren. Denna gång innovationsföretaget SciBase (Investor) som ville få underlag för världslansering av sin hudcancerdiagnostik. Marknadschefen per Svedenhag var ny, medan VD **Anders Lundqvist** en gammal uppdragsgivare från Pharmacia-tiden. Att få dermatologer från Australien, USA m.m. att svara på ett långt PDS-formulär var inte lätt (puh!), men det gick.

2006

Gör man bra jobb återkommer kunderna, sägs det. Åtminstone för **Göran Gezélius** verkar detta gälla. Först var det Sandvik, sen Atlas Copco och nu i Gunnebo som koncernchef. En intern undersökning mot 400 chefer i världen fick spegla utvecklingen av Gunnebo One World detta år.

En annan återkommande kund var SCA Packaging. PDSen i Europa blev den tredje i ordningen, alla med 4 års mellanrum. **Jean-Paul Résignmont** var marknadschef första gången, nu koncernchef.

Mitt under fotbolls-VM i Tyskland fick vi uppdrag för tyska Netviewer. VD **Martin Merta** såg Tyskland spöa Sverige i åttondelsfinalen och skickade därefter orderbekräftelsen. Rekommendationen att använda oss kom från **Magnus Ingvarsson** på Projektplatsen, som vi undersökt året innan.

Samarbete inleddes med Tomorrow Research, del av reklam- och konsultföretaget The Tomorrow Group med kontor i Hong Kong, Shanghai och Singapore. Marknadsanalytikerna och varumärkeskonsulterna **Doug Dean** och **Stefan Rönnquist** (f.d. VD för Rönnberg & co) blev kontaktmän för genomförande av både PDS och andra typer av undersökningar i Asien.

Gladdes med **Bror-Anders Månsson** (Citymail) och **Bosse Alexandersson** (Tradedoubler) när Djurgården blev svenska mästare i fotboll.

Första gången vi genomförde en PDS för Avanza var man en relativt okänd uppstickare. Nu var man framgångsrik marknadsledare. **Niklas Storåkers** var VD även då, **Anna Frölander** ny marknadschef. Hon tog över efter tidigare marknadschefen **Marcus Jibréus** som gick till Bet&Win/Ongame och hade knappt börjat där innan vi fick undersöka Nätpokermarknaden.

Alla säger att det inte är lätt att få uppdrag i Göteborg. Där älskar man nämligen sina egna konsulter. Ändå har vi jobbat en hel del åt Göteborgsföretag. Några har kommit via Ingvar Bengtsson - OS-seglare, författare av Ketchupeffekten och grundare av Team & Ledarutveckling andra har vi fått själva. Mest trogen har SCA Hygiene products varit (**Margareta Lehman, Birgitta Wrennö**, m.fl.).

2005

Bengt Andersson tidigare Andersson & Lembke och SandbergTrygg med sonen **Pelle Andersson** i Reklambyrå 802 beställde en PDS för TeliaSonera International Carriers räkning (långt namn, många chefsbyten). Bengt var den som öppnade dörren för våra uppmärksammade PDSar i Kina för Electrolux några år tidigare. 802 var för övrigt lägenhetsnumret på deras första byrå, om jag minns rätt.

Första world Wide undersökningen för ASSA ABLOY internt startade på personaldirektör **Krister Erikssons** initiativ. Formulär på 17 språk, 200 bolagsrapporter och repetition varje år. Ett gediget format, men där kostnaderna begränsades med on-line svar och delvis automatiserad redovisning.

För ett traditionellt företag är det lätt att få en viss försäljning att gå över nätet. Alla företag når sedan en tröskel på sin Internet-försäljning där det plötsligt blir svårt att öka andelarna. **Åsa Broberg** med stöd av **Sam Weidhagen** på My Travel ville veta hur man kunde flytta fram nätpositionerna och göra hemsidan ännu bättre (man hade redan fått priset Bäst i Branschen). PDSen blev den 10e i ordningen (minst!) för koncernen. Hotellsidan hakade på och radarparet **Peter Grandell** och **Jocke Eriksson** som vi jobbat för i minst 15 år kom året efter till oss med Sunprime - ett litet lyxigare hotellkoncept för par som ändå vill ha charterns fördelar och priser.

Swerea är samlingsnamnet på en forskningskoncern bestående av 6 forskningsinstitut. När **Staffan Ekelund** var chef för den största, Metallforskning, undersökte vi deras kunders behov och problem. När han sedan blev koncernchef fick vi se över hela gruppen och varje institut fick sin egen unik rapport.

2003 - 2004

I en stor översyn av svensk primärvård för nystartade Familjepolitiska Institutet (FAMMI) identifierade och rangordnade vi problem för läkare, sköterskor och patienter i en serie studier. När man presenterade resultaten kom sjukvårdsminister **Lars Engqvist** och ett 20-tal journalister.

Dessutom ombads man skicka en engelsk sammanfattning Tony Blairs hälsopolitiska avdelning på 10 Downing Street. *"Inte illa att kunna skapa intresse i Dr Finley's eget hemland"* sa chefen för FAMMI, **Göran Sjönell**, tillika TV-doktor på TV 4.

När **Ulf Södergren** flyttade från Electrolux till ASSA ABLOYs ledningsgrupp fick vi genast nya vänner. Som medlem i framtidsgruppen Electromechanical Task Force lärde jag under ett år känna Finansdirektör **Göran Jansson**, Besam-chefen **Peter Aru** (nu Cardo) och dåvarande konsulten **Glen Greer** sedermera Teknisk Chef. PDSen blev en av de största vi genomfört och skickades ut till över 20 000 säkerhetschefer över hela världen och även om jag aldrig hann träffa **Peter Svanberg** innan han gick till Ericsson så fick jag veta att han kunde PDSens 20 högst rankade problem utantill.

Företag som IKEA, HM och Securitas uttrycker ofta att man anlitar ett minimum av konsulter. Ändå har man varit stora PDS-användare genom åren. **Rolf Norberg** som hade med sig PDS-erfarenheter när han kom från ASSA ABLOY fick med sig VDN **Juan Vallejo** som dock la till "Hade det varit för några år sedan hade förslaget att anlita en konsult lika gärna ha åtföljts av en avskedsansökan". Ändå gav den PDS vi genomförde i USA och Europa en rad nya impulser på Securitas Systems olika marknader.

1999-2002

Vi hade stora förhoppningar på att vi skulle få användning av våra internationella erfarenheter när vi gick till KPMG. Det vi gjort för H & M, IKEA och Bang & Olufsen i Europa räknade vi med skulle användas på bl.a. Mercedes. Stora förändringar i KPMG:s internationella konsultrörelse och den begynnande IT-krisen satte stopp för en lyckad fusion. Det var ändå tre år med nya lärdomar och många nya vänner.

När vi genomförde en intern PDS i Electrolux (**Bo Stevenberg, Ingrid Skoglund**) kinesiska organisation berättade den karismatiske VDn **Michael Liu** om den succé våra tidigare PDS frambringt. Problemet "*Kylskåp bullrar*" hade lyckosamt omvandlats till Tysta Kylskåp och reklamen "*Lyssna innan du köper*" och "*Nu kan även guldfiskar sova*" (kinesiskt skämt). Konceptet Ny Frid bröt marknaden för en rad uppföljare och redovisades i Dagens Industri.

Vi fick inte mycket jobb inom IT och Telecom (vilket vi då tyckte var orättvist). Några portalutvärderingar och en översyn av IKEA:s postorder och Internetförsäljning i Skandinavien och Tyskland, blev det i alla fall. **C-G Friström**, senare ansvarig för IKEAs 60-års-jubiläum, var uppdragsgivare.

1994-1998

Vi hade blivit 12 personer och skulle flytta in på Artillerigatan. När jag tittade på lokalerna frågade mäklaren "*Vilken våning vill du ha, vad vill du få gjort och hur många gratismånader vill du ha*"? Vi hörde om andra företag som fick likanden eller ännu bättre villkor.

En PDS för Abu Garcia i Japan banade väg för en rad uppdrag utanför Europa. Under loppet av några år genomfördes uppdrag i Brasilien, Indien, Hong Kong och ett flertal i Kina för Electrolux och Heidelberg. Vi lärde oss snabbt att bemötande och svarsfrekvens blev bättre om kontakterna kom från Sverige. Dessa erfarenheter dök upp i DI under rubriken "*Svenskt frimärke bra för utlandsaffären*" Vi skickade nämligen ut våra formulär med frimärken med isbjörnmotiv.

Närvarade vid Electrolux officiella aktiviteter i Changsha tillsammans med ledningen för Electrolux International, **Lars Göran Johansson, Ulf Södergren** (nu Assa Abloy) och **Bo Kylin** och fick se **J-O Waldner** möta den femfaldiga kinesiska världsmästaren i en uppvisningsmatch. Fick sitta med vid honnörsbordet och presenterades inför en TV-publik på över 20 miljoner tittare.

Att göra undersökningar i Kina har sina speciella egenheter. Bl.a. sorterade vår dator ut ett 20-tal formulär sin fyllts i helt planlöst, troligtvis för att respondentgåvan värd

10 US dollar lockat många att lämna in flera formulär. Detta trots att målgruppen var Electrolux 200 största återförsäljare i Kina. Vi lärde oss också att våra frågeformulär ska delas ut av äldre damer som skriker uppfostrande på sina intervjuoffer. I Kina har man respekt för någon som liknar ens mamma. De unga, söta värdinnorna lyckades inte alls lika bra.

Birgit Gidlund-Larsson (Biolight, Savecap) och **Hans Larsson** (styrelseledamot i Handelsbanken, Nobia m.fl.) blev både vänner och PDS supportere. Av **Fredrik Cappelen** på Nobia fick vi det enskilt största uppdraget någonsin, 14 st. PDSar.

Fick testa mina intervjuargenskaper när jag, på en kundaktivitet som Savecap ordnade på Stockholm Open för något år sedan, intervjuade förre världsettan i dubbel och Davis Cup-spelaren **Niklas Kulti** för VD **Clas Ivarssons** räkning (startade Penningmäklarna PM, JP Bank).

Hade ett bolag ihop med **Ulf Hubendick** i drygt ett år, innan han blev erbjuden partnerskap och blev strategichef på Ernst & Young. Vårt företagsutvecklingskoncept förde oss till **Leif Johansson** (Electrolux, Volvo), **Erik Olsson** (Dagab, nu Posten) och **Calle Sundvik, Charles Hillgren** (SEB).

1991-1993

Jobbig tid i näringslivet och speciellt för konsulter. Våra licenstagare i Europa (vi sålde totalt fem PDS licenser) nästan förintades. MecRastor i Finland gick från 120 anställda till som lägst 24 och PE Inbucon i England från 1000 till några hundra.

Bolagens PDS enheter bara försvann för att aldrig återuppstå. Själva upplevde vi en minskning, men inget ras. Det var då vi förstod att vi behövdes också i en lågkonjunktur.

Det skrevs mycket om oss i affärspress, Nyhetstorkan bidrog säkert, men också att många av våra praktikfall var spännande och inspirerande. Vi fick ihop en tjock pressklippspärm under denna tid med ett helt uppslag i Dagens Industri som höjdpunkt.

Rubriken *"VD har ingen aning om vilka problem kunderna har"* kom folk ihåg och refererade till i över 5 år. I artikeln ritar **Karl-Axel Persson**, VD på ABB Fläkt Marin, en nolla på en rittavla för att markera att han inte fick några rätt när han tillsammans med ledningsgruppen gissade kunderna 10 största problem – modigt av en i övrigt skicklig VD. Jag lyckades dock inte helt tillfredsställa **Christer Mårdbrant** på DI, som ville att jag skulle ta fram en börs VD med noll rätt.

Under perioden genomfördes den PDS som haft mest påverkan på något börsbolag vi jobbat för, Bang & Olufsen i Europa. Efter att 16 av de 20 högst rankade problemen åtgärdades blev resultatet det bästa någonsin. Nya produkter och ny reklam baserade på kundernas problem lanserades och vi omnämndes i årsredovisningen. Jag köpte en post aktier på nivån 225 Kr när vi började vårt arbete och sålde två år senare på 575 Kr. Typiskt för en försiktig undersökare. Uppgången slutade på över 3 000 Kr för att stanna där. Uppdragsgivare var **Ebbe Jacobsen** (nu VD för Habitat) och **Peter Svanberg** (IKEA; Abu, Perstorp).

Mitt stora fotbollsintresse fick sitt utlopp i PDS "*Vad är det för fel på svensk fotboll*" för **Lars-Åke Agrell** och **Göran Havik** på Svenska Fotbollsförbundet. Publiken på alla allsvenska arenor undersöktes och **Lars Gunnar Björklund** tog själv befälet över en del av de kvalitetscirkel som följde.

1988-1990

Industrin tog till sig PDS metoden, som ursprungligen uppfanns för hundmat, hamburgare och tandkräm. SKF var först ut med studier i Tyskland, USA och Sverige. Ett kassettband (Talkback) med ansvarig SKA chef och min gälla röst finns fortfarande kvar. Efterföljare blev Iggesund och ABB.

Göran Gezélius (nu VVD på Atlas Copco) beställde under en följd av våra PDS studier över hela världen för Sandviks räkning. En internskrift "*Problem Nr 11*" ("*Sandvik verkar inte alltid bry sig om när deras leveranser är försenade*") var upptakten till en rejäl resultatförbättring.

Öhrlings (nu PWC) beställde både en PDS på revisionsverksamheten (**Christer Bergquist**, sedermera Modul 1) plus en studie av styrelsemedlemmar i svenska storföretag (**Göran Tidström**). De 119 PDS problemen om styrelsearbetet visades i en uppmärksammat bok och repeterades två år senare med samma goda resultat.

Den första av flera PDS studier för H & M presenterades för **Stefan Person** och **Hans Andersson** (nu chef i Tyskland). Jag minns fortfarande trästolen med den utsnidade H & M kavajen i konferensrummet. Internundersökningar i Tyskland, Österrike och Sverige följde för **Pär Darj** (startade H & M i USA).

På Statoil genomfördes över 400 stations PDS. Marknadsandelarna ökade organiskt under denna tid. **Johnny Olsson** (måste ha jobbat i över 20 år på företaget) förklarade vilka hissande tal varje % andels ökning innebar i sålda liter bensin.

En PDS för resebyråkedjan SJR och **Fredrik Dahlman** (nu EAN) följdes några år senare upp av uppdrag för då nytillträdde **Erik Strand** och nybildade Ticketet (jag har fortfarande kvar kickoff tröjan).

Lars Skarke (därefter VD för Envirotainer, Uppsala) **Egon Håkansson** och **Björn Borg** (fem Wimbledon) på legendariska Projekthuset blev både uppdragsgivare och hockey bockey kompisar under många år.

Tennis med **Bosse Rönnberg** pågick i 12 år och varvades med en rad uppdrag och samarbeten. Vi missade nästan aldrig en måndag 12-13 på Kungliga Tennishallen och det var alltid match på allvar. Via Bosse kom vi in på Viking Line (**Lasse Wirén**). När vi skulle "spika" första frågeformuläret hade svenskarna på ena sidan av bordet helt olika åsikter än finnarna på den andra. De slutade med att vi fick ta med ett 20-tal frågor om bastun och nästan lika många om städningen ombord. Gissa vem som ville ha med vilka problem!

Viking Line-formuläret blev ett av längst någonsin – hela 212 problem.

Jerry Lundkvist arbetade vi för både när han var VD för Modulföretagen och senare på Enator. Första studien behandlades utförligt i Affärsvärlden under rubriken "*Köparen mest missnöjd med sina egna brister*".

Perioden avslutades med uppdrag för **Thomas Rosenkvist** och Atlas resor. Avslutningen var magnifik. Egna plan tog över 200 gäster till Borgholms Hotel och en tredagarsfest med Vikingatema. När vi landade i Kalmar körde bussarna ändå fram till flygplanet och hjälpsamma händer lyfte ut all tillgänglig taxfree-sprit som fanns ombord. En fingerad polisrazzia beslagtogs all sprit på ena sidan om Ölandsbron och lämnade tillbaka den på den andra sidan, allt under kvällstidningarnas fotograferande. Det var då det.

1986-1987

Exportrådet, Black & Decker och Veckans Affärer med chefredaktör **Henrik Frenkel** (nu Tidningen Chef och nya PDS) var de stora kunderna detta år. Veckans Affärers läsare ville ha kortare och färskare nyheter. En lösning som svarade mot flera av de högt rankade problemen kom från samma förlag: Dagens Industri.

Åt Esso Motor Hotell, föregångaren till Scandic Hotells (**Gunnar Brandberg**, nu Singapore Hilton), hittade vi ett problem som förenar affärsresenärer över hela världen "*Det är tråkigt att bo på hotell*". Med rubriken "*Det var inte hissar de ville ha, gästerna på Esso-hotellen*" blev detta en av våra mest omskrivna praktikfall i Sverige och upptakten till en lönsam satsning på fler TV-kanaler, bastu, motion m.m.

Vår föredragshållare på Sportresors kickoff för reseledare i Verbier i början på december tre år i följd tillsammans med **Lars Svenheim** (Fritidsresor och Transwede) och **Ingvar Bengtsson** (VM trea i Finnjolle, mental rådgivare inom Sveriges Olympiska Kommitte). Hjälpte Ingvar att starta Team & Ledarskapsutveckling (hette Racing Service från början, nu 10 personer) och medverkade i hans bok "*Ketchupeffekten*". Samarbetet har bara ökat med åren.

I PDS Mat på tågen (**Bo Rynebrant**) identifierades "*plastmackan*" som det största problemet. Flera år efter att den tagits bort dök problemet upp högt i rankinglistan på vår uppföljningsundersökning. Ibland har kunderna ett långt minne och man får leva länge med sina myter. I en internundersökning för samma företag visade sig rutinerna för returredovisning vara så krångliga att det fanns personal som slängde ut gamla wienerbröd genom tågönstret.

Reklambyråer och managementkonsulter har under åren varit stora beställare och förmedlare av PDS. Indevo med **Bengt Karlöf**, **Arne Ekvall**, **Björn Littorin** och **Hans Thornell** (nu Evolution & Co) och **Anders Pihlström**, Philström Brandlab, tillhör de största. De är än idag 2008 både vänner och PDS-förmedlare.

1985

Fick besök av produktchefen för nystartade IKEA faktura, **Stefan Öström** (senare bl.a. Paradiset). Uppdraget blev det första i raden av många för IKEA, som kommit att bli en av våra äldsta och mest trogna kunder. Efter slutpresentationen gick vi till Operabaren. **Lennart Ekmark** tog notan med orden "*våra leverantörer ska göra bra och billiga jobb, inte bjuda på krogen*".

Apoteksbolagets (**Lars Hallman**) omvandling från bakom disk-betjäning till aktiv försäljning och exponering började med kundproblemet "Jag vet för lite om de varor som finns bakom disken". Detta är enda gången vi har fått mer än 100 % svarsfrekvens på en undersökning. Ett av de lokala apoteken som ingick i undersökningen hade själva tryck upp lite extra formulär.

Bra svarsfrekvens fick vi även på AGA Gas Medical (**Mats Wahlberg**) i Argentina. Där delade säljarna ut formulären ihop med en flaska whisky.

Genomförde en PDS för Tidningen Vi med dåvarande chefredaktör **Allan Larsson** (sedermera Finansminister). Under åren har vi undersökt ytterligare ett tiotal tidningar inkl. DN, SVD och Allt om Mat (**Christer Ekbo**, nu DI) och nästan lika många bokklubbar.

Träffade **Bror Anders Månsson**, för första gången detta år. Imponerades när han tog "dubbelfakiren" (06.45- flyget till Malmö) flera gånger i veckan. Det blev PDS för Åkerlund & Rausing och senare för Citymail. Dessutom gick vi på fotboll och tittade på favoritlaget, Djurgården.

Juni 1984

Vi hade vår ettårsfest på Värmdö. Fotona vittnar om att i hade roligt och att vi var unga. Bland gästerna sågs **John Örtengren** (pappa till Anders Örtengren, vår nuvarande dataanalytiker på Mistat AB) och **Evert Gummesson**. Vädret var fint, den hyrda luftballongen mäktig och optimismen inför de kommande åren stor.

Uppdrag för Scanair och Nyman & Schultz följdes av ett 20-tal inom SAS-sfären för **Jan Carlzon** (SAS-Janne, jodå han kallade sig själv så) och **Peter Forssman**- Studien på Kastrup för **Björn Danielsson** (nu SSSP i Paris), blev det mest omskrivna och efter ett möte med danska inrikesministern togs beslutet om att göra Kastrup till "*Europe's most modern shopping center*". Våra omfattande kontakter med SAS resulterade några år senare i en rad studier för Linjeflyg och **Caj Malmros** (Vattenfestivalgeneralen). Kommer ni ihåg "*Stora Lyssnet*" och "*1000 idéer från Svenska Folket*"?

Per Nyås, som per 2008 aktivt medverkat i nästan 1000 PDS undersökningar, anställdes. Han kom från Securitas och har varit PDS trogen sen dess.

Våren 1983

Lämnade Unilever och Research International och startade PDS Research. Hade i början samarbete med HLR/BBDO med **Bengt Hanser** och **Lars Frodell**.

Flyttade in hos Team Annonbyrå och **Bosse Hagskog** (författare till boken *Antagligen har du fel affärsidé*) på Riddargatan 23. Började i ett rum av garderobsstorlek, vilket var väl trångt när vi blev två. Första kunden blev elgrossisten Selga och **Anders Lindström**, sedermera koncernchef för börsföretaget Bahco samt marknadschefen **Göran Landin**.