

Mr Frohm går som en diplomat



Så går en diplomat

Konsul Vytanus Burkauskas, på Sovjets ambassad, får en laddning pass och en pratstund.



Blir det revolution i ett litet afrikanskt land så blir det också genast en liten revolution på SJ resebyrås passavdelning i Stockholm. Då ska oftast viseringsbestämmelserna ändras och det bör ske snabbt så att resenärerna inte blir stående vid gränsen med felaktiga handlingar.

John Frohm heter passavdelningens allt i allo sedan mer än 20 år. Han är lika hemtam på ambassaderna som ambassadörerna själva. Bland ambassadpersonalen kallas SJ resebyrås passavdelning för "the Frohm office".

Den som ska resa utrikes och vill ha klara papper kan med förtroende vända sig till "the Frohm office" på SJ Resebyrå i Stockholm. För vad inte John Frohm vet om släktbesök i Jugoslavien eller affärsresor till Tanzania det är inte nödvändigt att veta. Sedan 1954 har Frohm skött pass- och viseringsfrågor för utlandsresenärer på resebyrån. Han har, nästan dagligen, besökt några av de ca 90 utländska beskickningarna i Stockholm. Ambassadpersonalen

känner Mr Frohm och lägger han ett gott ord för en resenär som har svårigheter att få visum så ska det mycket till om inte problemet ska lösas.

Stor omsättning

Pass- och viseringsverksamheten på SJ resebyrå är omfattande. Ett 60-tal kontor ute i landet sänder dagligen sina ansökningar till Frohm som vidarebefordrar dem till resp legation. För affärs- och

långresor är tillströmningen tämligen konstant året om. Men i maj-juni inträffar något av en vårfloed. Då kommer turistpassen och då ska gästarbetarna ha sina färdhandlingar klara för släktbesök under industrisemestern.

När Frohm kom till resebyrån var det sammanlagt sju man på det här jobbet. Hindren för resor genom det nyligen krigshärjade Europa var många. Alla som skulle passera Västtyskland skulle t ex ha visum då.

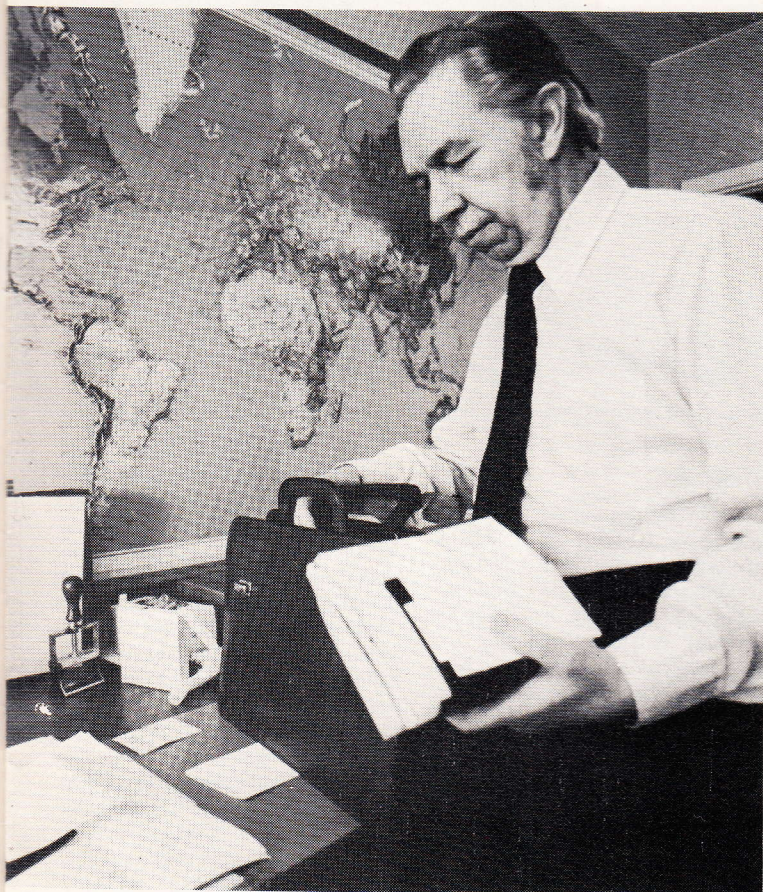
Nu är man normalt två man som klarar jobbet. Lennart Björkander (23) är Frohms ständige medarbetare. När det är högsäsong får man tillgripa förstärkning. Då kan det handla om 70-80 ansökningar per dag bara till Ungerska eller Tjeckoslovakiska ambassaderna.

Förarbetet viktigt

Det viktigaste jobbet gör Frohm och Björkander innan de beger sig ut på ambassadrundan. Varje ansökan måste kontrolleras så att den är rätt ifylld, man kontrollerar att det finns foto och, i förekommande fall, vaccinationsintyg. Pass och ansökningshandlingar sorteras i buntar ambassadvis och

Ungerska ambassaden avklarad





En världskarta på the Frohm office ger en föreställning om arbetsområdet.



Frohm och Björkander förbereder ambassadrundan



"Lärningar startar idag inför ett år"

ÅK 1988/89

stuvats ner i portföljer innan man styr stegen ut mot Djurgården och Östermalm där de flesta legationerna håller till.

Ambassadbesöken sker så gott som alltid under tidspress. De flesta legationer har bara ett par timmar på dagen avdelade för den här verksamheten och ska man då uppsöka ett antal kontor som är belägna på olika håll i staden gäller det att sno på. Förutom att de nya ansökningarna lämnas hämtar man samtidigt tidigare ansökningar som är klara. Och så måste Frohm förstås växla ett par ord med ambassadören eller ambassadrådet och höra hur det står till därhemma i Sovjet eller Libyen.

Några formaliteter i övrigt som förlänger ambassadbesöken existerar inte. De stränga vakterna morsar igenkännande när Mr Frohm anländer med portföljen under armen. Henning Sjöström skulle antagligen säga: "han går som en diplomat".

I dagarna har SJ börjat en ny annons- och informationsdrive. Den går ut på att få företagsledarna att i god tid planera transportuppläggningsen och att i ett tidigt skede kontakta SJ.

Förutom annonser i pressen ska det anordnas speciella "SJ Transportdagar", där företagsledare från olika företag berättar hur de ser på transportproblemet och vilka erfarenheter de har. Genom att ge dessa dagar ett intressant innehåll, presenterat av intressanta företagsledare, kan de bli ett forum för intressanta debatter. Den första transportdagen hålls den 7 april i Malmö.

Aktiviteten fortsätts sedan

av SJ säljare, som får rikligt uppföljningsmaterial till kampanjen.

Varför då vända sig till företagsledningen? Är det verkligen de som avgör transportfrågorna? Ja, det har visat sig att företagsledningen alltid måste ligga bakom den totala planeringen av ett företags transporter och därför har man valt att göra denna informationsdrive med företagsledningen som målgrupp. En del av annonseringen blir kanske svårsmält för många, men om SJ ska nå företagsledarna måste SJ tala deras språk.

SJs försäljningsansträngningar på andra nivåer inom företagen försätter naturligtvis som tidigare.

