

Inblick

ARG 1, NR 3

FÖRETAGSTIDNING FÖR ANSTÄLLDA INOM SJ RESEBYRÅ.

JUNI 1986



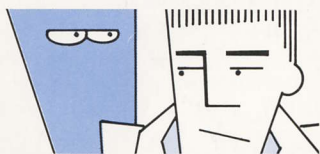
SJR i
KÖPENHAMN

Fest i Västerås

**"GYLLENE
SPIKEN"
UTDELNING**

Frågor kring

1985



**ARBETSKLÄDER
FÖRBÄTTRAR
SJR-PROFILEN**

**VÄLKOMMEN TILL
EUROPAS VACKRASTE
RESEBYRÅ**

enligt Lufthansas bedömning

SJ Resebyrå i Köpenhamn:

"VI BOKAR 50 000 HOTELLRUM OM ÅRET"



Birgit Anker Jensen är en kändis i Köpenhamns hotellvärld.

Birgit Anker Jensen vägrade skriva på sitt uppsägningsdokument när SJR i Köpenhamn skulle läggas ner 1972.

Idag har kontoret tre anställda och bokningarna bara ökar i antal.

"BIRGIT I KÖPENHAMN" är ett begrepp för de flesta inom SJ Resebyrå. Men få i SJR har verkligen mött denna vitala och sprudlande dam, som är företagets ansikte i Danmark.

Efter mer än 30 år i SJR talar Birgit Anker Jensen perfekt svenska, bara kryddad med en frisk dansk accent. Från tre trånga rum i resebyråhuset mitt emot Hovedbanegården leder hon sedan 1972 SJRs service-

kontor i Köpenhamn.

Härför säljs inga resor över disk; byråns uppgift är i stället att hjälpa SJRs resebyråer i Sverige att boka hotellrum och lösa andra praktiska uppgifter i Danmark. Och den uppgiften klarar Birgit och hennes två medarbetare Lise Hansen och Inger Odder med glans: de tre bokar fantastiska 50 000 hotellrum om året i Danmark för SJR och under högsäsongen händer det ibland att de tar emot 500 telefonsamtal på en dag. Varje år hjälper de SJR över hela Sverige att arrangera mer än 300 bussresor, skolresor och konferenser i Danmark.

"Vi finns till för byråernas skull", säger Birgit och berättar att man gärna hjälper till med annat än de enkla rumsbokningarna; biljetter till fotbollsmatcher, Tivoli, eller konserter är rena rutinuppgifter. En viktig detalj som det ibland blir missförstånd om vill Birgit särskilt trycka på: provisionerna från hotellen tillfaller alltid beställande byrå.

Uppsägning

Historien bakom det lilla servicekontoret är en poäng i sig själv. Intill början av 70-talet hade SJR en resebyrå med 14 anställda i Köpenhamn, som både var servicekontor och sålde resor i Sverige över disk till turister och affärsmän från Danmark och resten av världen. Men byrån gick dåligt och 1972 var det dags för nedläggning. De danska lokalanställda skrev under sina uppsägningsdokument utan protester — utom Birgit.

"Jag vägrade skriva under", minns Birgit, som var yngst på byrån den gången.

"Ingen övertalning hjälpte, jag skrek och tårarna rann tills de gav mig ett år att visa vad jag kunde göra."

Hon lyckades — över förväntan till och med. I dag är byrån en institution som få kan tänka bort. Och som alla vet — svenskar har ju så svårt att förstå danska, så det behövs en länk i Köpenhamn.

Kändis

Kontoret är fast kund på alla de stora hotellen i Köpenhamn och det finns knappast någon som har bättre styr på den säsongpräglade hotellmarknaden.

"Inblicks" utsände besöker kontoret omkring en vecka före den stora möbelmässan på Köpenhamns mässcentrum Bella Center. Det är traditionellt en tid då det är hopplöst att finna ett anständigt hotellrum i Köpenhamn — utom för SJR i Köpenhamn, som bokar 600 rum under "möbelveckan".

"Vi har alltid rum till våra kunder, försäkrar Birgit och berättar att det ofta händer att svenska resebyråkonkurrenter ringar och tigger om hjälp med att finna hotellrum i högsäsongen. Till och med från Oslo har det hänt att en resebyrå ringt och bett om hjälp — men självklart får de alltid nobben."

"Hotellen hjälper oss att hitta rum därför att de vet att vi ger dem många kunder", säger Birgit och pekar ut genom fönstret mot SAS-hotellet Royals grågröna skyskrapa.

"Vi bokar för två miljoner om året på Royal. Fattas bara att de inte ställer upp om det är kris!"

CHRISTIAN PALME

Peter Hellman, SJR Specialresor:

"UTNYTTJA OSS BÄTTRE!"



SJR Resebyrå Specialresor har stora resurser och kunnande på mäss- och konferenssidan, en resurs som man på lokalkontoren har svårt att ta tillvara.

Vi får inte missa chansen att ge våra kunder service även på specialresor sidan.

"MÅLET MÅSTE vara att göra alla delkunder till helkunder!"

Det säger Peter Hellman, chef för SJR Specialresor. Han konstaterar att vi alltför ofta låter stora affärsresekunder gå till konkurrenter när det blir tal om specialresor, t ex konferenser eller mässbesök.

"Det här beror delvis på att det inte är samma beslutsfattare som agerar. Det svåra är i allmänhet inte att identifiera de viktiga kundföretagen — det är i första hand de stora affärsresekunderna som också är stora köpare av specialresor. Konsten är snarare att hitta nyckelpersonerna och att komma in i bilden i tid."

"Ta reda på vilka som i realiteten beslutar om t ex konferenser och mässresor! Gå på dem! Berätta vad vi kan! Alltför ofta låter vi kunden ta initiativet — vilket betyder att han också går till våra konkurrenter med förfrågningar."

Att släppa in konkurrenterna på specialresorna är dubbelt riskabelt, menar Peter Hellman.

"Dels betyder det naturligtvis att vi missar en intressant affärsmöjlighet — men framförallt betyder det att vi har givit konkurrenten en chans att bryta sig in även på det vanliga affärsresandet."

Visa att SJR klarar det

Peter Hellman vill mana sina kolleger ute i landet att ta lite större chanser när det kommer en förfrågan som vid första anblick kan verka övermåttig.

"Svara lugnt att vi klarar det — kom sedan gärna till oss på Specialresor, så löser vi problemen tillsammans. Med gemensam-

ma krafter kan vi åta oss det mesta som dyker upp.

Det verkar som om vi på Specialresor alltför ofta blir bortglömda. Den kompetens vi förfogar över borde utnyttjas bättre av SJR-kontoret. Dra er inte för att ta kontakt med oss — vi är till för att fungera som förstärkning när kunderna kommer med problem som kräver speciell kompetens."

"Vi kan bl a hjälpa till med att räkna fram och skriva offerter — och att ligga på och se till att få ett besked. Samarbetet kan ta olika former. Antingen kan vi ta över hela jobbet, eller också kan vi bara kliva in och sköta förhandlingarna för att sedan låta lokalkontoret ta hand om det praktiska i direkt kontakt med kunden — att utfärda biljetter osv."

"Det borde vara självklart att koppla in oss när det kommer förfrågningar om resor som inte finns i standardsortimentet. Här sitter 30 personer som är specialiserade på att skraddars resor för olika ändamål. Vi har i allmänhet t o m större erfarenhet än kunden av hur man lägger upp ett studiebesök etc. Vi vet vilka organisationer man ska ta kontakt med — vart man vänder sig om gruppen är intresserad av licenser eller arbetsmiljö osv. Vi vet var i Italien de mest intressanta försöken på miljöområdet pågår eller vart en grupp arkitekter ska vända sig i USA. Vi arrangerar seminarier och hjälper till med andra förberedelser."

"Vi får ofta fungera som konsulter. Ofta föreslår vi ett annat resmål än det kunden från början tänkt sig. Mycket ofta råder vi dem att dra ner på ambitionerna och stryka en eller annan punkt på programmet.

"En av våra främsta tillgångar heter

Hans Könberg, vår egen mycket professionella reseledare. Särskilt på lite längre resor är det en styrka att en så erfaren person finns till hands."

Vi har resurser

SJR Specialresor marknadsför sina tjänster via annonser och direct mail till intressanta företag. Man skickar samtidigt materialet till lokalkontoren och ber dem rekvidrera mer om det behövs. Hittills är det ingen som har behövt mer, och det är illavarslande, tycker Peter Hellman.

Han tycker sig åtskilliga gånger ha kunnat konstatera att man ute på SJR-kontoren har lättare att tala för konkurrenternas standardprodukter än våra egna specialresor.

"Jag kan visserligen förstå att det är enkelt att lämna över en katalog från t ex Trivselresor eller Globetrotter, men det borde väl ändå vara självklart att i första hand informera om det vi själva producerar. Kunden förstår säkert att det ligger i sakens natur att de flesta specialresorna inte kan presenteras i några kataloger — det ska ju vara så skraddarsytt som möjligt."

Peter Hellman är alltså medveten om att det underlättar om man har något att överlämna, och Specialresor har därför börjat



Peter Hellman SJR Specialresor vill bli utnyttjad!

producera ett antal trycksaker som presenterar verksamheten och resurserna. Man kommer också att i ökande utsträckning erbjuda färdiga paketlösningar på de vanligaste special-problemen.

Vill ha mer att göra

SJR Specialresor har vuxit snabbt. Personalstyrkan har fördubblats på fem år, men Peter Hellman är alltså ändå inte nöjd. Han vill ha mer att göra!

Detta är SJR Specialresor:

- Business Tours (Studieresor, seminarieresor, incentiveresor, kick off-resor, kongressresor, delegationsresor osv.)
- Mässresor (Färdiga resor för individuell anmälan presenteras i Mässguide 86. Därutöver ordnas skraddarsydda resor.)
- SJR Budgetflyg (Affärsresor i ekonomisk klass till branschens bästa priser.)
- Raptim (Rabatterade missionärsresor.)
- Incoming (Service för utländska gäster i Sverige.)
- Storstadsresor (Resor till Europas storstäder för affärsfolk och turister. Tio destinationer.)
- Skåne i helgen (Weekendresa med SAS)

TOMAS LAGERSTRÖM

SJR i Kalmar:

"EUROPAS VACKRASTE RESEBYRÅ"



Det är inte alla resebyråer förunnat att få titeln "Europas vackraste resebyrå", en utnämning som Lufthansa nu har tilldelat SJR i Kalmar. Nils-Erik Franzon är stolt över sitt kontor och vem skulle inte vara det?

LKORSNINGEN Södra Långgatan—Larmgatan i centrala Kalmar ligger SJ Resebyrå. Den har av Lufthansa utnämnts till norra Europas vackraste och mest ändamålsenliga resebyrå.

Flygbolaget grundar sitt omdöme på lokallösningar, tekniska hjälpmedel och färgsättning, men frågan är om den inte också kastat ett öga på det yttre. Resebyrån är inrymd i ett av Kalmars ståtligaste och samtidigt sötaste hus, gamla sparbankshuset, med burspråk och krusiduller. Det faller



Nils-Erik Franzon är mäktigt stolt över resebyrån i Kalmar.

direkt i smaken när man stiger av vid järnvägsstationen eller flygbusshållplatsen ett stenkast bort.

Smakfull interiör

"Stockholmsarkitekten Berkok Ilkünsal har lyckats förträffligt med sammansättning av färgerna", säger resebyråchefen Nils-Erik Franzon. "Den lite rosa tonen

ger kunden ett positivt intryck, det har vi flera bevis på. Företagare i Kalmar har varit inne och studerat och jag vet att minst ett av företagen tagit efter."

"Det mesta av affärslokalen är kontorslandskap men det är så utformat att medarbetarna kan jobba ostört och avstressat. De har också gott om plats. Luftväxlingen med kyla och ventilation är också mycket bra. Förutom de lokaler allmänheten möter så har vi ett trevligt pausrum och ett bra konferensrum, båda med pentry."

För kalmarborna är SJ Resebyrå detsamma som Nils-Erik Franzon, utåtriktad och mån om PR. Han försitter inte en chans att synas med sin byrå och är välkänd på stadens båda tidningsredaktioner.

Nils-Erik har basat för byrån sedan den öppnades våren 1965 vid Storgatan. I nio år fick han och hans inledningsvis två medarbetare nöja sig med 75 kvadratmeter. Omsättningen var första året en miljon och verksamheten har sedan bara växt. 1974 flyttades byrån en bit uppåt gatan till Handelsbanken där den fick ett hörn på 100 kvm. 1984 kom den så till gamla sparbankshuset och 400 kvm. Samtidigt med flyttningen anställdes två nya medarbetare och skaran uppgår nu till 15 anställda med Nils-Erik.

Omsättningen ökar, konkurrensen hårdnar

"Vi omsätter ungefär 50 miljoner, säger han. I fjol ökade vi markant och framgången har fortsatt i år. Första kvartalet kom

försäljningen upp i 11,3 miljoner, en ökning med 2,5 miljoner mot samma tid i fjol."

"Konkurrensen är hård, främst från Reso, som i Kalmar har sitt bästa kontor utanför storstadsområdena. Tidigare har vi haft ungefär samma omsättning men nu har vi börjat dra ifrån. Andra konkurrenter är bl a Vingresor och Atlas, KB-resor och i Kalmar nystartade Nyman & Schultz."

Två tredjedelar av försäljningen riktas mot affärsresandet och en tredjedel mot privatresande. De största kunderna är Orrefors Glasbruk, Ljungdahls i Nybro, Televerket, Figeholms Bruk och Kalmar Läns landsting.

"Vi vill förstås gärna öka försäljningen av affärsresor", säger Nils-Erik. "Men samtidigt vill vi vara så stora på privatresor att vi är en marknadskraft och kan påverka utbud och utveckling."

Flyttar från Kalmar

Det är således bara uppåt i norra Europas vackraste och mest ändamålsenliga resebyrå. Det är bara ett problem som Nils-Erik brottas med.

"Det är svårt att behålla utbildad personal", säger han. "Flera som fått sin utbildning hos oss har flyttat. Deras aptit växer, de tycker Kalmar är för litet och ger sig iväg."

Nils-Erik Franzon personifierar som sagt SJ Resebyrå i Kalmar, där han lägger ned sin själ och den mesta av tiden. Med raska steg, som minst av allt skvallrar om 55 år, går han på kvällarna hem från sin byrå, oftast långt efter stängningstid. Hur han dessutom hinner med att jogga lite, spela golf så att han till och med sänker sitt handikapp och vara president i en av rotaryklubbarerna är svårt att begripa.

KENNETH OTTOSSON



FRÅGOR KRING ÅRET SOM GICK

Det är alltid en massa frågor som hopar sig i samband med ett bokslut. Olle Borg har här fått besvara en del av de här frågorna.

En sak är ganska säker: vi ska försöka glömma 1985.

1. Blev 1985 ett år som vi kan vara nöjda med ur ekonomisk synvinkel?

"Nej, det kan man inte påstå. 1985 är snarare ett år som vi ska glömma. Istället ska vi se framåt."

☆

2. Var låg våra största problem och var låg våra största framgångar?

"Att 1985 blev ett mindre bra år beror på att det uppstod en rad problem. Jag tänker då bland annat på arbetskonflikten under våren, då många transporter låg nere. Den kostade oss på SJR cirka åtta miljoner kronor.

SMART, vårt nya datasystem, vållade också stora problem under 1985. I detta ska bland annat vårt ekonomi- och informationssystem installeras. Efter installationen på 17 resebyråer fick vi avbryta. Fortsatt installation beräknas nu inte ske förrän hösten 1986. Tills dess ska såväl tillgänglighet som hastighet förbättras.

Att Försvaret startade en egen resebyrå-verksamhet orsakade också förluster.

Den största framgången ligger i att vår främsta tillgång — personalen — ställde upp och jobbade oförtrutet och därmed såg till att vi överlevde "missväxtåret" 1985.

Men vi ska trots allt inte se alltför svart på 1985. Vi hade en hygglig säljutveckling och vet att vi är väl etablerade på marknaden.

Vårt resultat var acceptabelt i förhållande till branschen i stort, men vi vill inte riktigt nöja oss med det eftersom vi alltid brukar ligga lite högre än så."

☆

3. Hur stora ambitioner kan vi ha när det gäller vinst för hela SJ Resebyrå?

"Vårt mål när det gäller vinst är en procent av omsättningen. Varje kontor har som mål att klara av det med viss reservation och anpassning när det sker ombyggnader etc."

☆

4. Investerade vi tillräckligt under 1985? Vart gick investeringspengarna?

"Lokal- och marknadsinvesteringarna blev i stort vad vi bestämt för 1985. En stor post för 1985 var nya lokaler för kontoren i Kristianstad, Lund och Skellefteå och ombyggnader av Sollefteå, Uddevalla och Farsta.

Vi tog dessutom över fyra Reso-kontor, och anställde 66 utbildade människor. En stor investering men en bra sådan."



☆

5. Hur ser det ut för första delen av 1986? Har vi förbättrat takten i lönsamhet och försäljning?

"Första tertialet 1986, alltså till och med april, har gått mycket bra. Försäljnings-

budgeten ligger som beräknat. Kostnaderna ligger för högt, något som vi måste åtgärda."

☆

6. Vilka är de största hoten mot våra fortsatta framgångar?

"Vi måste se till att vi får bättre resultat så att vi även i fortsättningen kan satsa på utveckling av personal och kan göra investeringar. Ett hot är att flygbolagen kan komma igång med sin försäljning av biljetter direkt via datorer på företag. Posten och banker har också varit inne på att börja sälja biljetter. Det blir hela tiden nya aktörer på marknaden och konkurrensen ökar."

☆

7. Till sist, var ligger de största möjligheterna för SJR?

"När vårt datasystem kommit igång så kommer det att ge oss stora fördelar och möjligheter. Genom detta ekonomi- och informationssystem kommer vi lätt att få fram statistik och underlag som vi kan använda internt och erbjuda kunden.

Vår stora möjlighet är till sist att vi har bra personal som ger oss möjligheter att behålla våra marknadsandelar. Det är en stor fördel."

CECILIA ERIKSSON

SJR's RESULTATRÄKNING FÖR 1984 OCH 1985: Vinsten kraftigt nedåt

SJR's vinstnivå sjönk kraftigt under 1985 — från ca 20 Mkr till ca 6 Mkr. Omsättningen steg med ca 11 procent till 2.530 Mkr.

	1985	1984
Rörelsens intäkter		
Fakturerad försäljning	-2 523 903	2 276 597
Övriga rörelseintäkter	6 330	5 613
	<u>2 530 233</u>	<u>2 282 210</u>
Rörelsens kostnader		
Produktkostnad	-2 293 122	-2 060 972
Försäljnings- och administrationskostnad	- 216 205	- 187 983
Rörelseresultat före avskrivningar	20 906	33 255
Avskrivningar	- 15 059	- 13 414
Rörelseresultat efter avskrivningar	5 847	19 841
Finansiella intäkter och kostnader		
Ränteintäkter	3 688	6 743
Räntekostnader	- 5 077	- 2 571
Övriga finansiella intäkter	-	87
Resultat före särskilda avsättningar	4 458	24 100
Avsättning till resultatutjämningsfond	-	- 5 000
Årets vinst	4 458	19 100
Vinstmarginal	0,2%	1,1%

Ett historiskt ögonblick

UTDELNING AV FÖRSTA SPIKEN

Invigning av nya lokaler och utdelning av "Gyllene Spiken". Man firade ordentligt på SJR i Västerås den här kvällen. Ett hundratal gäster kom och kikade på de nya lokalerna, åt en lätt buffé och bevittnade det historiska ögonblicket när Erik Nilsson delade ut den första spiken.

MED POMPA och ståt invigde man den 12 maj SJRs nya lokaler i Västerås. Landshövding Karl Lennart Ugglå klippte på traditionellt manér av sidenbandet och sa några väl valda ord till Arne Ericson. "Jag var så skärrad just då att jag inte kommer ihåg vad han sa", säger Arne Ericson så här en vecka efter.

"Det är underbart att få flytta in i nya lokaler. Vi hade inte klarat av en sommar till i de gamla lokalerna. Det var trångt och otroligt dålig ventilation. Jag fattar inte att vi kunde arbeta under sådana förhållanden och ändå sälja resor som sjutton".

Nu har man i alla fall fått dubbelt så stor yta att röra sig på så det gäller att sälja!

Lokalerna blev verkligen beundrade av de 110 gäster som hade bjudits till invigningen. "Vi bjöd in de som beställer resor, främst affärsresor. Det var alla, från beslutsfattare till sekreterare", berättar Arne Ericson.

Erik Nilsson och Conny Löf, som gärna vill vara med vid evenemang, kom från HK. De hade ju dessutom ett uppdrag att utföra i Västerås. För första gången i SJRs historia skulle "Gyllene Spiken" delas ut. "Gyllene Spiken" är en utmärkelse som 10 gånger om året ska delas ut till kontor som har presterat "det lilla speciella". Det kan vara allt från att ha visat god laganda, klarat ett speciellt konto, ordnat något, helt enkelt visat engagemang på något sätt.

"Gyllene Spiken" är en förgylld 30 cm lång 12 tums spik som sitter nerspikad i en ekplatta. Den kommer att gå som en vandringspokal från det ena kontoret till det andra. Kvar på disken i Västerås står nu en liten miniatyrspik som bevis på utmärkelser. Vid idogt strävande och flit kan man kanske få ihop en hel liten uppsättning av "Gyllene Spikar".

CECILIA ERIKSSON



Landshövding Karl Lennart Ugglå inviger den nya resebyrån på traditionellt sätt. Arne Ericson assisterar.



Alla de inbjudna gästerna bjöds på förfriskningar och en lätt buffé. Lena Nielsen såg till att ingen var utan sherry.



Conny Löf från HK samtalar med landshövdingen som har gjort sitt som invigningsförrättare av kontoret.



Erik Nilsson håller tal och delar för första gången i SJRs historia ut vandringspriset "Gyllene Spiken".



Gratulanterna stod i kö för att lyckönska Arne Ericson till de nya lokalerna och till utnämningen "Gyllene Spiken".

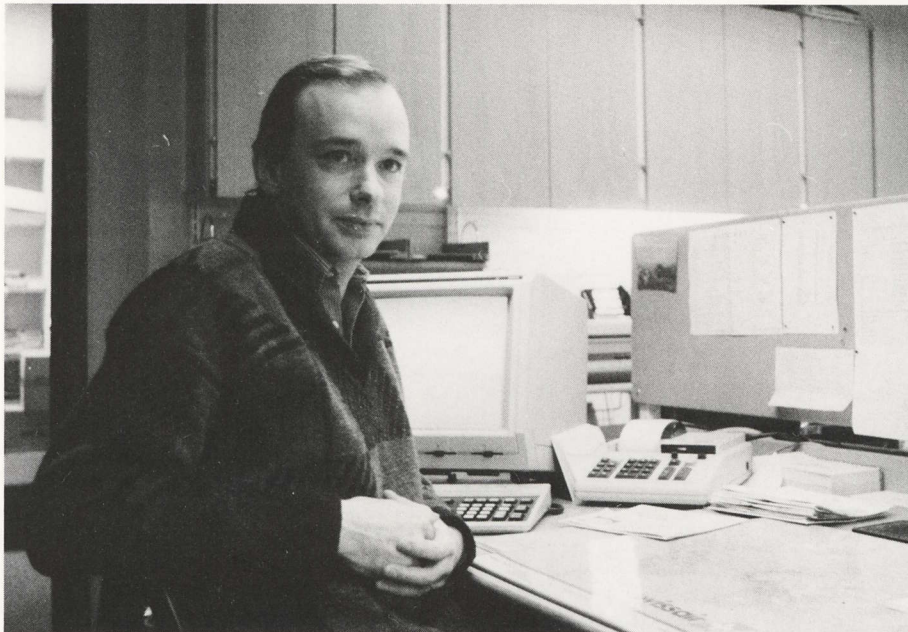


Alla på byrån, här Lena Karlsson, fick diplom som bevis på att de varit delaktiga till utnämningen.



Hela Västeråsgänget samlat kring vandringspriset.

BILJETTÖREN — AORTA INOM RESEBYRÅN



"Jag tycker om att jobba med resor och jag fascineras av flyg", säger Lasse Boberg, biljettör på Vasagatan.

Lasse Boberg och Eva Norberg är båda biljettörer inom SJR. De har hand om biljetterna, de prisberäknar och de hjälper till så att kunden får bästa tänkbara reseförbindelser runt om i världen.

BILJETTÖRERNA ÄR resebyråns kanske viktigaste medarbetare. Men deras arbete sker till största delen bakom kulisserna. Det är ett arbete som kräver såväl god kunskap som noggrannhet. Trots anonymiteten är biljettörerna det nav som får resebyråns hjul att snurra.

Lasse Boberg är biljettör på SJ Resebyrå på Vasagatan i Stockholm. Han är, tillsammans med 5 medarbetare, ansvarig för alla affärsresebiljetter. Just nu är man mitt uppe i högsäsong. Trots det lutar sig Lasse bakåt en stund i stolen och berättar lite om både sig själv och jobbet. Affärsresor är så stort att biljettörerna specialiserat sig på olika uppgifter. Lasse arbetar nästan enbart med flygresor.

Resandet har han i blodet. Efter genomgången rese- och turistutbildning i Falun hamnade denne trivsamt lågmälda gotlänning hos Linjeflyg i Borlänge. Som trafikassistent skickade han iväg flygresenärer på ett lite mer handgripligt sätt än idag. Jobbet på SJ Resebyrå i Stockholm har Lasse haft i nästan sex år.

"Det är så lätt att fascineras av flyg", förklarar Lasse. Vart vill en person som skickar ut hundratals resenärer varje dag själv åka? Jo, den "gröna ön" Irland står högt upp på önskelistan. Och så diskuterar vi en stund kring hur man flyger enklast — och billigast — till Dublin.

"Att prisberäkna till exempel en jorden-

runt-resa är inte särskilt svårt", säger Lasse Boberg. "Det är betydligt värre när folk åker i sicksack".

"Går det att undvika så brukar jag inte låta ovana resenärer byta plan på jätteflygplatser som Frankfurt och Heathrow", säger Lasse. Bara ett av många bevis på den omtanke om kunden som biljettören hyser.

Bästa pris

Biljettörens uppgift är att utfärda korrekta biljetter. De ska förstas överensstämna med kundens önskemål och de ska vara riktiga vad gäller tider m m. Den andra huvuduppgiften, som blivit allt viktigare för varje år, är att räkna fram ett så gynnsamt biljettpris som möjligt. I och med den tuffa konkurrensen mellan resebyråerna är det viktigt att kunden får så god valuta som möjligt för sina biljettpengar.

Det är lika lätt att fascineras av tåget som färdmedel. Det menar i alla fall Eva Norberg. Hon är biljettör på samma kontor som Lasse, men arbetar på privatresor. Just försäljningen av tågbiljetter har ökat kraftigt under de senaste åren.

Ingen bokning för svår

"Andra reseföretag skickar uppenbarligen hit sina kunder med de allra krångligaste tågresebokningarna", säger Eva.

Inom Evas grupp är kunskaperna gedigna. Man skriver dagligen ut tågbiljetter till orter runt om i Europa som jag knappt trodde fanns. Än mindre att de har tågförbindelse. Dessutom kommer byråns alla andra anställda hit och frågar om allt som rör tågresor.

Precis som på affärsresor är arbetstempot högt. Fast här infaller högsäsongen mellan april och augusti. Sommaren är allra mest slitsam då många turister vill uppleva Sverige och Europa genom tågfenstret.

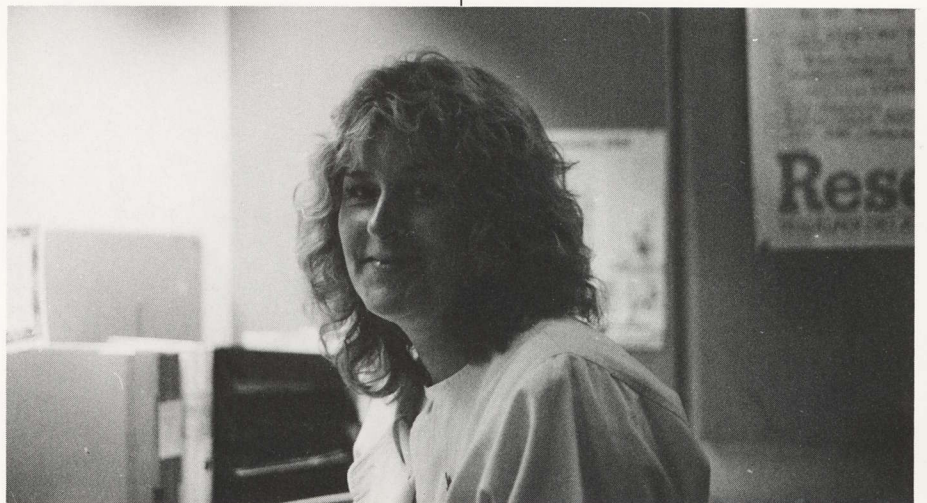
"Jag har ett verkligt omväxlande arbete", tycker Eva som arbetat på SJ Resebyrå i 16 år.

När hon bytte jobbet som föreståndare i en fiskaffär mot biljetteringsjobb på SJR var det "spänningen" i resebranschen som lockade. Och i ett arbete som Evas går det sannerligen ingen slentrian.

Så mycket tågåkande på fritiden blir det inte för Eva, om man undantar resorna till föräldrahemmet i Åsele. På semestern brukar det bli en charterresa "söderöver". Men allra helst åker familjen Norberg ut till lantstället i Tyresö utanför stan och paltar i jorden.

Kunskap är A och O för en biljettör. Tariffändringar sker regelbundet och det gäller därför att ständigt vara uppdaterad. Rent allmänt råder det brist i branschen på kunniga biljettörer. Både Lasse och Eva har fått flera erbjudanden om arbete på andra resebyråer. Men ingen av dem tänker lämna kamraterna och det fina arbetsmiljöet på SJ Resebyrå.

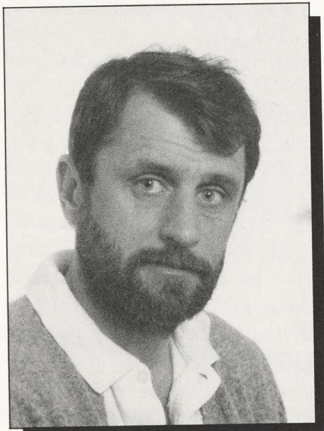
PER ERIKSSON



Eva Norberg bytte sitt jobb i fiskaffären mot SJR.

NYA I JOBBET

SJR är en stor organisation med en ständig rörlighet. Inblick har som uppgift att följa denna utveckling. Tidningen kan inte följa varje enskild personförändring, men förändringar av nyckelpersoner på nya jobb redovisas här.



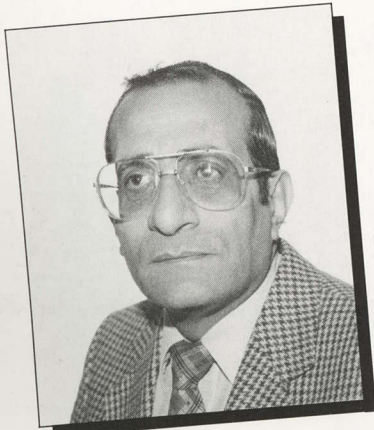
Åke Ericson,
chef för SJR Kiruna

Den 1 januari blev Åke Ericson chef för SJR istället för Reso. Detta skedde i samband med sammanslagningen av de båda kontoren. På Reso hade Åke jobbat sedan 1971.

”Det är rent arbetsmässigt ingen skillnad på Reso och SJR. Däremot fanns ett modernt datasystem som fungerade. Man fick se siffror den första varje månad etc. Inom SJR är det helt annorlunda. Här ska det vara olika papper på olika instanser och det är otroligt trögt. Tyvärr verkar det heller inte vara någon som vågar ta itu med problemen. SJR förlorar en stor summa pengar varje månad på att inte vara effektiva på det här området.”

Magdi George, flygkoordinator

Att jobba som flygkoordinator innebär att ta in information från flygbolagen och att sprida ut den till de olika byråerna. Infor-



mationen innefattar allt från priser och prisnivåer till tekniska detaljer. Magdi George har jobbat för TWA, varit IATA-inspektör och jobbat som koordinator på Reso.

”SJR ser jag som ett intressant företag. Det är viktigt att man har volym på marknaden när man ska skaffa sig avtal med olika leverantörer.

En nackdel är dock att det är trögt att få information att gå genom hela SJR på ett snabbt och effektivt sätt.”

Siv Edenrud, chef Departementen

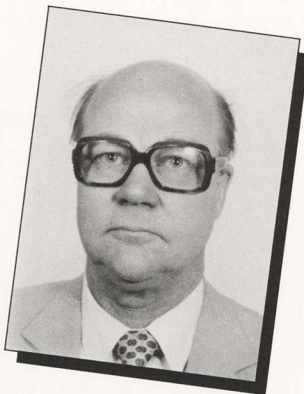
18 år har Siv Edenrud bakom sig inom SJR. De senaste åren har hon jobbat på SIDA men nu har hon istället blivit chef för Departementen. Det kommer att innebära en del förändringar, resorna kommer att krympa i resväg. Det är Europa som i första hand bokas inom Departementen. ”Jag får



lära mig Europa på nytt.” När Siv kom till SJR jobbade hon på Vasagatan. ”Jag hade min egentliga arbetsplats där men jag sprang runt till de olika kontoren under två års tid.”

”SJR Departementen är en trevlig arbetsplats, mycket mer behöver väl inte tilläggas.”

Bertil Lindberg, chef SJR Karlavägen

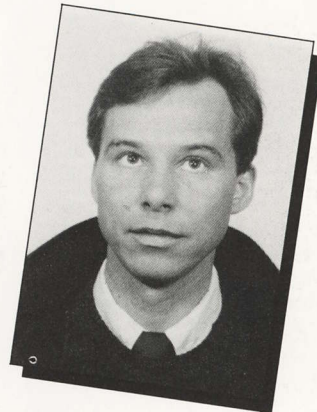


Bertil Lindberg har varit som en del av Vasagatan med sina 10 år på kontoret. Han kom dit från SJR i Uddevalla och Falun. Det är aldrig för sent att pröva på något nytt, det har Bertil förstått och har nu börjat som chef på Karlavägen.

”SJR är ett fantastiskt företag som ständigt har gått framåt och som kommer att gå framåt. Man började med att sälja resor helt hantverksmässigt och nu har utvecklingen

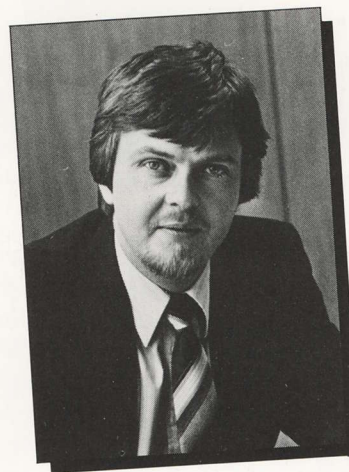
gått så långt att allt är styrt av data. Den största förändringen som SJR genomgått sedan jag kom hit är nog när man lösgjorde sig från stationen.”

Ove Sivertsen, chef SJR Privatresor Vasagatan



Ove kommer att efterträda Bertil på Vasagatan men ännu så länge finns han kvar på Saléns där han jobbat sedan 1980. Ove kommer inte att ha några problem med att komma tillrätta på sitt nya kontor, han har nämligen jobbat på Vasagatan Privatresor tidigare, under tiden 1975—1980. Att byta från ett kontor på 6 man till ett på 35—50 skrämmer honom inte. ”Jag trivs med SJR. Det enda som kommer att bli jobbigt är omställningen från affärsresor till privatresor.”

Ulf Fältén chef SJR i Göteborg



Den 1 juli flyttar hela familjen Fältén till Göteborg. Efter 13 år på SJR i Stockholm, och då mestadels på affärsresor, är det dags att vidga sina vyer.

Ulf har jobbat med allt från bokning, kassa, försäljning, assistent till ansvarig och nu är han själv ansvarig för SJR + tre resetjänster i Göteborg. ”Jag har klättrat mig upp.”

”Det mest utvecklande som hänt mig under min tid på SJR är när jag jobbade med SJR-EK i 1 1/2 år. Jag användes som språkrör för resebyråkunderna och planerade utbildningar, handböcker etc. Jag fick verkligen använda min egen motor.”

”Allt jag vet om Göteborg är Liseberg, Avenyn och att havet ligger i väster.”

Nya kläder:

FÖRBÄTTRAR SJR-PROFILEN



Det här kommer att bli den nya stilen runt om på SJRs kontor när arbetskläderna börjar användas.

Arbetet med att profilera SJR som en seriös och professionell resebyrå fortsätter. Sätten att sprida detta budskap på är många. En vacker och enhetlig interiör hos de sammanlagt 81 kontoren är en del av denna satsning. Den flitiga förekomsten av "SJR-stripen" (trikoloren) på trycksaker och i annonser är en annan. I augusti när de nya arbetskläderna införs på prov kommer cirkeln att slutas.

FRÅN OCH MED augusti månad kommer de nya och specialdesignade kläderna börja användas på prov. De fyra pilotkontoren som först kommer att få prova kläderna är Vasagatan 22 (privatresor) och Televerkskontoret (Farsta) i Stockholm samt kontoren i Halmstad och Västerås. Samtidigt som kläderna börjar användas på dessa kontor kommer en fyrfärgsfolder att distribueras till samtliga SJR-are. Den innehåller

en utförlig presentation av kläderna samt en svarskupong där alla uppmuntras att tycka till!

Svensk kvalitet

Tjejnernas garderob består av byxa eller

kjol, bälte, blus med kort eller lång ärm, slipover eller kofta samt en scarf. Killarna ekiperas med byxa, bälte, skjorta med kort eller lång ärm, slipover eller kofta, blå slips samt manchettknappar och slipsnål. Alla kläderna är tillverkade i Sverige och av mycket hög kvalitet. De har tagits fram av SJR i samarbete med Uniformsspecialisten AB.

"För den skull är det absolut ingen uniform i dess sämsta bemärkelse", poängterar Conny Löof, idé- och formgivare till kläderna. "Jag vill helst kalla dem 'profilkläder'."

Syftet har varit att designa smakfulla kläder som skänker enhetlighet på kontoret utan att verka uniformsaktiga. Det finns till exempel inget stort emblem som utropar "SJ Resebyrå" någonstans. Däremot finns SJRs varumärke — stripen med trikoloren — på kläderna. På samma nästan omärkliga sätt som på andra märkeskläder från Pringle, Benetton och Lacoste.

Det går med andra ord att till exempel gå ut på lunchen i dessa kläder utan att omedelbart och av alla bli sammanknippad med företaget.

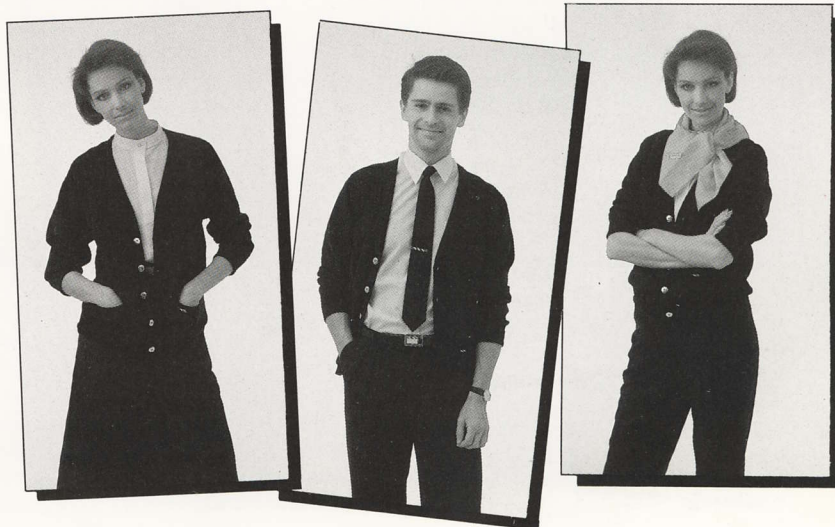
"Min förhoppning är att kläderna ska vara så attraktiva att man till och med skulle kunna tänka sig att betala en slant för dem", säger Conny.

Men arbetskläderna kommer självfallet inte att kosta någonting. De kan faktiskt istället innebära en liten intjänad slant för var och en. Man slipper ju ha egna kläder på jobbet.

Beslutet att ta fram denna provkollektion är inte bara ett resultat av den strävan som finns att profilera SJ Resebyrå. Inom företaget har det efterlysts en gemensam linje beträffande klädseln. Hur konstigt det än låter så främjar faktiskt en gemensam och proper klädsel kundkontakten.

"Faller provet på de fyra pilotkontoren väl ut och enkäterna är positiva så hoppas vi att se de nya kläderna på många fler kontor redan i år", avslutar Conny Löof.

PER ERIKSSON



ANSLAGSTAVLAN

Om du har något som du vill ska "sättas upp" på anslagstavlan, slå en signal till Cecilia, telefon 08-10 30 30 eller skriv ett par rader till Publicistgruppen, Cecilia Eriksson, Drottninggatan 80, 111 36 Stockholm.

Ett problem som jag tror inte bara drabbar oss i Finspång är att kontoret är underbemannat. Det blir mycket jäkt och stress och ibland känns det som om man inte ger kunden den service man egentligen skulle vilja. Man har kunder som väntar, telefonen ringer osv.

Vårt andra "problem" är att vi sällan ser någon från huvudkontoret. Vore både trevligt och nyttigt om man visade sig lite mer.
**KJELL KARLSSON,
FINSPÅNG**

ARVIDSJAUR

är det senaste tillskottet i SJR-familjen. I Arvidsjaur sköts turist- och resebyråverksamheten av en förening som till 50 procent ägs av kommunen. Föreningen heter Arvidsjaur Turism och är nästan lika färsk som samarbetet med SJR. SJR i Arvidsjaur är från årsskiftet en filial till SJR i Skellefteå.

Björn Rahmström är chef för Arvidsjaur Turism och Sofie Lundström är ansvarig för SJR.

Ett par rader om Riksfärdstjänst. Det är ett känsligt område men vi tror ändå att man måste hålla på sina rutiner för att ingen ska bli lidande. Om man behöver en bil för färdtjänst ska man två veckor i förväg skriftligen göra sin beställning. Det blir alltid lite komplicerat när man istället ringer en dag innan, andra beställningar blir lidande. Vi måste se till att vi håller 2-veckorsvallen för att få lite ordning.
LIDKÖPING

BÄSTA SJR-KOLLEGA!

Dessa sidor, denna tavla, är vikt för dig och för dina korta tips och synpunkter till andra SJR-are runt om i Sverige. Här ska vi informera om nyheter som är direkt användbara i jobbet — eller bara roliga att känna till. Här kan du också göra efterlysningar, framföra åsikter. Och så vidare.

Välkommen med dina bidrag. Inför nästa nummer behöver vi dina rader eller ditt telefonsamtal före 31 juli!

Vi hoppas att det blir lite bättre fart på synpunkterna och tipsen till nästa nummer. Det borde finnas mycket som man går och funderar på runt om på kontoren som man skulle vilja framföra till sina kolleger.

Ta chansen att få igång en konversation och ett informationsutbyte mellan kontoren.

Jag vill rikta ett stort tack för initiativet till Specialresors temadag i Stockholm den 12 maj. Det var bra upplagt med genomgång av vad Specialresor kan stå till tjänst med, hjälp och tips om hur man lägger upp en gruppresor för en kund etc. Att sedan få träffa kolleger, utbyta erfarenheter och träffas är ju en del som också är viktigt för oss som jobbar runt om på SJR.

Tack för en trevlig och givande dag!
**BIRGITTA ERIKSSON,
SPECIALRESOR GÖTEBORG**

Vi säljer FIYOTO-biljetter till SJR-kontoren runt om i landet. Det är specialbiljetter för alla ungdomar under 26 år som kan användas över hela världen. Man bokar plats på flyget, det gäller för olika bolag, och betalar ett ungdomspris. För att kunna använda denna biljett måste man ha ett medlemskort som kostar den lilla nätta summan 40 kronor/år.

En biljett med SAS Köpenhamn —New York kostar 4.885 kronor. Utnyttja detta och informera era unga resugna kunder!
**ULF RUDSTRÖM,
ÄNGELHOLM**

Reserapport från sex SJRare:

PÅ BESÖK I SINGAPORE OCH INDONESIA



De berömda balinesiska danserskorna visade upp sig för SJR-arna på Bali.

”Det här är en resa som har gjort att jag kommer att känna en speciell känsla när jag ska sälja resor till denna underbara del av världen”, säger Curt Sandell på SJR i Växjö. Han är en av sex SJR-are som har varit på besök i Singapore och Indonesien.

DET ÄR INTE alla förunnat att få åka iväg på studieresa till Indonesien och Singapore, men det fick sex SJR-are göra under 10 dagar i slutet av februari. Resan leddes av Gullivers Resebureau och Garuda Indonesian Airways.

Gruppen flög med Garuda, som har 9 flighter i veckan till Europa. Komforten och servicen var det absolut inget fel på men en sak som man måste ta med i beräkningarna, och i sitt tidsschema, är att punktligheten inte är Garudas starka sida. Res inte med någon sorts ”stoppurstdatabell”, det kommer inte att hålla.

Varmt mottagande — späckat program

Väl framme i Jakarta, efter en 16 timmar lång flygres, togs vi om hand av Saal. Saal var vår guide i Jakarta och representerade Satriavi Tours och Travel, Gullivers agent i Indonesien. Satriavi sysslar enbart med incoming, hotellbokning, guidade bussturer etc.

Det är ju ett ganska späckat program på den här typen av resor, så Jakarta, den platta 7-miljonersstaden, fick vi bara chans att ta en snabbtitt på. Hotellinspektion på Hyatt Aryaduta Jakarta, ett första-klass-hotell med mycket bra centralt läge.

Sagoön Bali var nästa destination, där vi fick ett varmt mottagande med frangipankransar, orkidéer och risvinsdrinrar. På

Bali hann vi med att besöka den heliga apskogen i Sangeh och templet i Mengwi innan vi kom till vårt första hotell Nusa Sua Beach Hotel. Ett lyxhotell med en imponerande motions-, bastu- och massageanläggning för den som vill rekrera sig.

Nästa dag var det så dags för ännu en flygtur, den här gången med en sliten DC-9 till Yogyakarta på centrala Java. Osmakliga toaletter och en enkel bespising är väl vad man kan säga om flygningen. Vi nådde i alla fall Yogyakarta, staden som ligger 27 km från Indiska Oceanen och som vulkanen Merapi bevakar i norr.

Hotell, hotell, hotell...

Ambarrakmo Palace Hotel ska vara stadens bästa hotell men har definitivt sett bättre dagar. Det är väldigt nerslitet men hålls rent och välstädad. Palats och tempel är vad man besöker i Yogya (detsamma som Yogyakarta) och en och annan batikfabrik. Om man känner sig svag och krasslig kan man passa på och köpa naturläkemedel som säljs till européer som tror på underverk.

Mer hotell: i juli i år öppnas världens högsta hotell, det 73 våningar höga Westin Stamford. Det är ett otroligt modernt ho-

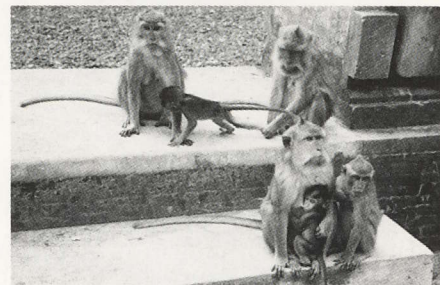


Gruppen hann med en snabbtitt på huvudstaden Jakarta, bland annat på hamnkvarteren.

tell med datoriserade funktioner på rummen. Det kommer att finnas ett ”Executive Business Center” med restauranger, barer, disco, motionsanläggning och ett mastodontiskt konferenskomplex som kommer att kunna ”sluka” nära 3 000 personer!

Nästa hotell som besöktes var Shangri-La Hotel, ett lyxhotell som är synnerligen prisvärt men ligger en aning avsidat.

Det blir ju mest lyxhotell som besöks på sådana här resor och ett som har en överläg-



Aporna i den heliga apskogen i Sangeh är roliga att titta på men kan ibland vara i när-gångnaste laget.

sen standard är The Dynasty Singapore. 33 våningar högt, åttakantigt med ett utpräglat sluttande kinesiskt tak. Något att ta sikte på när man ska hem efter nattens övningar.

Till slut blev det i alla fall ett medelklass-hotell, Royal Holiday Inn Singapore. Hotellet är klart anonymare än de övriga som inspekterats på resan.

Man bjuds alltid på en rad fina upplevelser när man reser, nya kulturer, regioner, stadspulser och mycket mycket mer. Vad man också får med sig hem i bagaget är alla de praktiska inblickarna som gör att man kommer att känna det lite speciellt när man tillbaka bakom disken på SJR säljer de här destinationerna.

CURT SANDELL/CECILIA ERIKSSON

Fotnot: Med på resan var: Katrin Andéhring, SJR Electrolux, Sven Hage, Uppsala, Rune Lindgren, Linköping, Gunhard Lundqvist, Skövde, Carina Pettersson, Karlskrona, Curt Sandell, Växjö.