

# TRAVEL MANAGERS HAR FÅTT NYA bollar ATT HÅLLA I LUFTEN

Trots globaliseringen är travel managers ett utdöende släkte. I alla fall i den traditionella rollen. För nu handlar det inte längre om att förhandla fram bra priser utan i stället om att behärska alternativa mötesformer, miljöpåverkan och ny teknik. Och då blir det en funktion som i allra högsta grad har framtiden för sig.

TEXT: KERSTIN SUNDMARK  
ILLUSTRATION: TOMAS LINDELL

**I BEGYNNELSEN BRYDDE** sig ingen. Men på tredje dagen upptäckte företagen att deras resekostnader inte bara var höga – de gick även att påverka. Därför inrättades tjänsten travel manager, TM, och på sjunde dagen vilade man.

I takt med den ökande globaliseringen har det blivit allt viktigare att skapa förutsättningar för ett kostnadseffektivt resande. Från att ha fokuserat på biljettpriset växte arbetsområdet till att omfatta bland annat införande av resepolicy, förhandla fram leverantörsavtal och hitta smidiga boknings- och betalningsrutiner. Under tidens gång har TM-tjänstens utformning, omfattning och placering i organisationen varierat från att ha skötts på deltid av en (vd-)sekreterare till att vara en heltids TM-tjänst med mandat att besluta om och hur de anställda ska resa.

Och var står vi nu? Är TM erkänt och etablerat? Nej, inte när man ser företag som fortfarande söker en TM som ska boka samtliga resor, förhandla med flygbolag och hotell samt "arbeta med sedvanliga kontorsgöromål (inklusive telefonservice), ta emot gäster och se till att lokalerna är representativa". Citatet är hämtat ur en färsk platsannonser.

– Det finns inte fler TM på heltid i dag än på min tid, men fler personer på företag och organisationer är engagerade i resefrågorna, säger Cathrine Lundberg.

1974 började hon som chefssekreterare "med särskilt ansvar för resefrågor" på Skanska. Innan hon slutade 2002 hade hon arbetat som TM för hela Skanskakoncernen. I dag äger och driver hon CMM Consulting.

– Numera pratar vi om möten, båda externa och interna, i stället för resor, och det blir allt viktigare att hitta former för att mötas utan att resa. Resandet kommer inte att upphöra, men

dagens teknik gör det fullt möjligt att minska antalet resor. Dagens och morgondagens TM måste arbeta strategiskt tillsammans med kommunikationsavdelningen och fundera över hur mötesstrukturen ska se ut. När måste vi träffas i verkligheten och när räcker det med ett telefon- eller webbmöte? Det är också viktigt att investera i teknik som gör det lätt för medarbetarna att snabbt boka de virtuella mötesmiljöerna.

Men den nya tekniken medför inte bara enklare sätt att mötas, den underlättar också hanteringen av de fysiska resorna.

– Jag skulle inte bli förvånad om TM-funktionen kommer att hamna under it-avdelningen, för med dagens teknik finns det hur mycket som helst att göra på TM-området, säger Fredrik Clerkestam, avgående kommersiell direktör på CWT.

## Var femte TM jobbar heltid med resor

**BARA VAR FEMTE** medlem i 25-årsjubilerande Sveriges Affärsreseförening, SBTA, arbetar med TM-frågor på heltid. Det visar den kartläggning som föreningen genomförde förra året. Svarefrekvensen var 55 procent. Sedan 1999 har föreningen genomfört tre enkätundersökningar bland sina medlemmar. Av de som svarade 1999 (cirka 50 procent svarefrekvens) arbetade knappt hälften med TM-frågor på heltid. Fem år senare (svarefrekvens cirka 40 procent) uppgav endast 11 procent att de var renodlade travel managers.

I dag har SBTA 202 medlemskontakter, en ökning med 36 procent på tio år.

Källa: SBTA

– Den som vill arbeta med de här frågorna måste ha ett brett kunnande och där kan vi som resebyrå hjälpa företagets TM att se hur de olika processerna kan integreras i företagets system. Vi talar analysverktyg, inköpsrutiner, statistik, betalningshanteringen och naturligtvis även den virtuella mötestekniken. Investeringarkostnaderna är höga, men när tekniken väl finns på plats kommer besparingseffekterna att bli dramatiska.

Nicklas Sigurdsson, försäljningschef på HRG i Sverige, håller med om att TM-funktionen utvidgats till att omfatta mycket mer än tidigare:

– TM-rollen breddas att omfatta en rad olika kompetensområden som kan vara svåra att samla i en och samma tjänst. Specialistkompetens går alltid att köpa in och därför är det inte omöjligt att morgondagens travel manager går mot att bli en skicklig projektledare som driver processerna, säger han.

**PÅ VOLVO HAR** Stephan Hylander sett hur den traditionella TM-rollen utvecklats från att hitta billiga flygstolar till att "effektivisera och säkerställa hela mötesprocessen". För sju år sedan började han som TM, i dag står det "strategic purchasing manager" på hans visitkort.

– Jag arbetar med inköp och resandet är bara ett av många segment. Mitt jobb är inte operativt utan strategiskt och min uppgift är att se till att våra interna och externa möten görs i enlighet med de mål som Volvo satt upp. Det betyder bland annat att miljöaspekten är viktig och att jag måste hålla mig uppdaterad på den virtuella mötestekniken, säger han.

Stephan Hylander tycker även att hans arbete i dag är lite visionärt.

– Jag ska också planera för framtiden. Se på hur dagens ungdomar umgås. Att chatta, mejla



och ses via en webbkamera när som helst på dygnet är lika naturligt som att träffas i realiteten. För dem blir inte arbetsveckan dagtid måndag till fredag. Redan nu måste jag fundera på hur morgondagens generation vill mötas och vilka leverantörer som kan hjälpa mig att utveckla den produkten.

Lambros Andréasson arbetade i tio år som TM innan han grundade konsultföretaget Sidecore AB, som specialiserat sig på "facilities management" där bland annat tjänsteresor är en del. Han tar travel management till en ännu högre nivå.

- Travel managern hade tidigare en servicefunktion men den går snabbt mot att bli en tvärfunktionell superkoordinatorsroll. Nu gäller det att kunna ta fram nya typer av kravspecar och hitta nya typer av leverantörer. Bland det viktigaste är att ha ingående kunskaper om miljöpåverkan, säger han.

**LAMBROS ANDRÉASSON HAR** själv gått kurser i industriell ekologi på KTH för att tränga in i ämnet.

- Miljöaspekten blir bara viktigare, inte minst för att stärka varumärket och företagskulturen. Och då handlar det inte bara om det traditionella resandet, utan även om lokaliseringen. Ett företag är ju inte speciellt miljövänligt om resorna till och från arbetsplatsen måste ske med bil. Tjänsteresorna ska såklart vara kostnadseffektiva och slita så lite som möjligt på miljön. Men i takt med att oljepriserna stiger och biljettpriserna ökar får allt färre resa. Därför måste man ligga steget före sina konkurrenter och investera i teknik som möjliggör virtuella mötesalternativ och andra lösningar på miljöeffektiva transporter.

Han menar att det sammantaget betyder att den nya TM-koordinatörn måste ha mandat att verka inom HR, ekonomi, inköp, miljö och it.

- Den som vill arbeta med det här måste kunna hantera en mycket stor mängd data och även veta hur man tar fram specialdata för att påverka och förändra företagets beteende. Det nya TM-området är otroligt stort och ännu i sin linda, säger Lambros Andreasson. ■