

Inblick

ÅRG. 4, NR 5

FÖRETAGSTIDNING FÖR ANSTÄLLDA INOM SJ RESEBYRÅ

SEPTEMBER 1989



Användarservice

RING OSS!

Outlook-dagen

**OFFENSIV
INDUSTRI**

TVÅ

månader med

NUC

Rätt personkemi i

SÖDERHAMN

SIN TIDNING

Inblick speglar SJR-verksamheten väl, är lagom omfattande och kommer ut tillräckligt ofta. Sådan är inställningen till den tidning du nu håller i handen. I alla fall om vi får tro den nyligen genomförda enkäten.

MED SISTA NUMRET före sommaren av Inblick gick - som du kanske kommer ihåg - en enkät ut. Vår målsättning var att du skulle få tillfälle att tycka till om din egen tidning. Här redovisas resultatet av dessa enkätfrågor i all korthet.

Tyvärr har det kanske inte kommit in så många svar som vi hade hoppats; möjligen beroende på att pappren blivit liggande i sommarvärmen. Men det är i alla fall tillräckligt många som svarat för att det ska vara möjligt att dra en mängd slutsatser om vad ni vill läsa om.

Vi börjar med Inblicks periodicitet? Idag kommer tidningen ut med sex nummer per år och omfånget är vanligtvis 12 sidor. Finns det extra mycket att skriva om har vi några gånger gått upp till 16 sidor. I enkäten svarar 37 procent att nuvarande utgivning var annan månad är för sällan, medan resten anser det vara lagom. Ingen vill gå ner i utgivningstakt.

En femtedel av läsarna tycker att tidningen är för tunn. Resten menar att omfånget är lagom. Av de som tycker Inblick är i tunnaste laget tycks 20 sidor vara ett övervägande önskemål.

Högst läsvärde har reportage från olika byråer, ekonomi, cash management och bonuslön. Även SJR-arrangemang (både lokala och centrala) är intressant stoff. Privatresor gillas också, men vad gäller TM och af-

färsresor har vi uppenbarligen nått en mättnad. Anslagstavlan gillas också. Däremot tycks många tycka att resebaksidan skulle kunna förbättras.

Med rabatt

Att få köpa "Outlook-prylar" till starkt rabatterade priser är rejält uppskattat. Inte mindre än 95 procent gillar detta och resten gör det inte. Bland tipsen på nya produkter att ta upp till försäljning märks brandvarnare, valutaomvandlare, adapters, reseguider (typ Berlitz), resegarderob, strykjärn, fräcka joggingoveraller, doppvärmare, paraplyer mm.

Av naturliga skäl är redaktionen intresserad av vad som är bra respektive dåligt med Inblick. På dessa frågor var det möjligt att svara fritt och vi saxar ur några av enkätsvaren:

Inblick är bra eftersom den är intressant för mitt jobb. Håller SJR-medarbetaren informerad. Ger en möjlighet till samhörighetskänsla och visar att SJR är rikstäckande. Allsidighet. Korta och informativa reportage. Info om kollegor. Spännande lokala reportage. Kul att läsa om nyanställda. Snugg layout. Den är så lagom att man hinner läsa allt.

Fast visst finns det saker som skulle kunna förbättras också. Här är ett axplock ur de enkäter där det finns förslag till förbättringar:

Väl mycket om Travel Management och affärsresor. Layouten är lite trist med mycket och komprimerad text. De generella reportagen kunde vara mindre utförliga. För lite om vanliga säljare och för mycket om Hk. Den kommer för sällan. Egentligen ingenting - Inblick är mycket bra. Varje nummer är så att säga stöpt i samma form. Plats för fler insändare. Artiklarna är för

"snälla" - spetsa gärna till artiklarna till och från. Många nyheter är gamla - de har redan publicerats i interna meddelanden.

Flera nyheter

Inom redaktionen har vi lyssnat på synpunkterna och ska försöka ändra tidningen på flera punkter. Bland annat tillkommer med början i detta nummer en "ruta" med blandat innehåll. För insändare och tips är vi dock mycket beroende av dig och din medverkan.

Vi tackar därför särskilt för alla de idéer till artiklar som kommit in på enkätens fråga om vad du skulle vilja läsa om framgent. Här finns det många tips som kommer att förverkligas under hösten och våren:

Fler reportage från studieresor önskas. Be gärna privatsäljarna tipsa om sina smultronställen. Vi borde också ha kundintervjuer. Ta upp personalbristen inom SJR. Undersök intresset för en stor SJR-fest (varför inte under 1990 när SJR fyller 75 år?). Aktuella siffror (försäljning, intäkter, kostnader mm). Fler intervjuer med fotfolket. Intervjuer med våra leverantörer - vad gillar och ogillar de hos oss?

Vi saxar vidare bland förslagen:

Presentation av Specialresor med dess olika produktionsenheter. Informera om rabatter (hotellerbjudanden, de som ger AD75 på Apex-pris mm) för SJR-personal från leverantörer. Vem gör vad på Hk. Besök hos resebyråer i andra länder. Förslagsida. Månadens inlägg där någon säger sin mening.

På slutet frågade vi också om det fanns intresse att bilda ett redaktionsråd. Till vår glädje fann vi att sex SJR-are är villiga att medverka. Vi kommer att ta kontakt med er!

PER ERIKSSON OCH CARL E. HAGSTRÖM



Här säljs det både Inter Rail-kort och Always-resor. Fr v Maria Herbestam, Magnus Christersson och Monica Petterson.

Marknadsföring

PÅ MARKNADEN

Har man vägnarna förbi vätterbygden den sista fredagen i maj månad, då kan man få uppleva "Jönköpings Marknad". SJR var förstas med.

IÅR HADE arrangörerna tur med vädret och massor av folk invaderade city. Det var som att hela stan levde upp och en fantastisk karnevalstämning infann sig. Delvis beroende på föreningarnas tåg som drog fram genom stans gator till tonerna och takterna av en sambaorkester med där tillhörande dansare.

Ja, denna härliga och sköna dag hade många sökt sig till citykärnan för att gå runt bland alla de torgstånd som fanns på trottoarerna utanför butikerna.

Även SJR i Jönköping hade denna dag flyttat ut en del av sin verksamhet på trottoaren. Förutom ett litet torgstånd där vårt produktsortiment presenterades, hade fasaden pyntats med flaggor, ballonger och nyckurna björkar.

Dagen var full med aktiviteter. I KFUM's reklamtag, som gick tre gånger genom stan, kunde folk beskåda SJR's reklamskyltar i täten. Det gäller att ligga steget före.

Dom tre M'n, Maria, Magnus och Monica dagen till ära utklädda i kläder från anno dazumal, erbjöd denna dag ett rikligt dukat bord med en fantastisk resemeny. Ungdomarna visade ett stort intresse för Inter Rail kortet och ett 20-tal beställningar kom in denna dag.

Det var ett lyckat arrangemang där folk kunde strosa på gator avstängda för all trafik och en behaglig utetemperatur bidrog till att folk sökte sig till city denna kväll.

SVEN-ÅKE HOLMBERG
SJR JÖNKÖPING

FIRA SJRs 75 ÅR!

Nästa år, 1990, fyller SJ Resebyrå 75 år. Verksamheten startades på Vasagatan i Stockholm 1915.

Detta jubileum kommer att firas på olika sätt under året. Och till detta kommer Inblick att återkomma flera gånger.

MEN REDAN NU vill vi ha din hjälp: Outlook, SJRs uppskattade kundtidning, kommer att spegla 75 års resande redan i sitt första nummer 1990 (det utkommer den 23 februari). Du har kanske något att bidra med till detta jubiléumsnummer..?

Vi söker material av olika slag: Tidningsklipp, fotografier, historier, kunskap – allt som har med resandet under de 75 åren att göra. Både det som faller under rubriken nostalgi och det som kan kallas kultur.

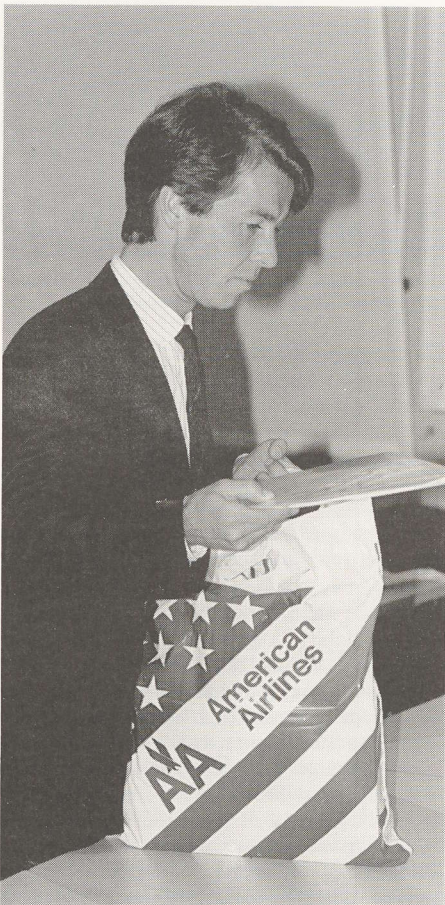
Leta i dina gömmor och hör av dig. Skriv ett par rader och skicka in ditt eventuella material. Har du idéer eller tips, skriv och berätta om dem så att det blir ett lika spännande nummer av Outlook som verkligheten har varit.

REDAKTIONEN FÖR INBLICK OCH OUTLOOK



SPECIALRESOR

på Globe Hotel



Specialresors träff på Globe Hotel för tjugotalet resebeställare och beslutsfattare blev en succé. Ett arrangemang som kommer att göras om fler gånger.

SYFTET MED den här träffen var att ge förlöpande information om SJR Specialresor och gärna i samband med någon nyhet på marknaden.

Nyheterna den här gången var Globe Hotel och American Airlines. Globe Hotels, som ingår i Best Western-kedjan, är ju ett nytt hotell vid den välkända Globen i

Stockholm och American Airlines nyhet var flyglinjen Stockholm-Chicago.

Förutom Bernt Dahlgren, Rita Käki och Caroline Malmberg från Specialresor var även Thomas Grahn från American Airlines och Ingegerd Lind från Best Western inbjudan att presentera sina företag.

Vi fick även tillfälle att se hotellet, rum såväl som deras välutrustade konferenssektion med auditorium.

Besöket startade med en frukostbuffet och avslutades med en god lunch i Globens restaurang, som inte bara kan skryta om sin goda mat utan även utsikten över arenan.

BIRGITTA GRANSTRÖM
PUBLICISTGRUPPEN



Fr v Rita Käki, Caroline Malmberg och Bernt Dahlgren från Specialresor.

RÄTTVISARE

biljettpriser med NUC

Med det nya NUC-systemet skall biljettpriserna på utrikes flygresor bli rättvisare. Samtidigt blir beräkningen enklare att utföra. Istället för att sitta med mängder av prislister och tidtabeller tar man hjälp av datorn för det svåra prissättningsarbetet. Förutom att det blir enklare vinner man också tid.

PÅ AFFÄRSRESOR på Vasagatan i Stockholm har man, i likhet med alla andra IATA-resebyråer världen över, arbetat med det nya systemet sedan första juli. Lars Boberg är biljettör med mångårig erfarenhet och han tycker det nya systemet verkar bra.

"Vi har ju inte använt NUC så mycket än, men hittills har det underlättat mitt arbete betydligt," säger han.

Problematiken för en biljettör är hur man skall beräkna kostnaden för en flygbiljett som kanske sträcker sig mellan sju länder, involverar sex flygbolag och fem valutor. Det tidigare systemet (anno 1973) kallades FCU (Fare Construction Unit).

"FCU fungerade väl ganska bra, men det fanns en mängd kryphål som gjorde att bolag kunde smyghöja biljettpriset och IATA (International Air Transport Association), som är samordnande organisation, ville fylla i dessa kryphål," berättar Lars Boberg.

Förutom att fylla igen kryphål gjorde man också uträkningarna enklare samt jämnade ut effekterna av valutaförändringar. Systemet som skapades på initiativ av IATA fick det klatschiga namnet NUC (Neutral Unit of Construction). Principen är den samma som tidigare: priset på en flygsträcka räknas om till en neutral enhet enligt valutatabeller som uppdateras var tredje månad.

På grundval av detta neutrala pris beräknas den totala kostnaden och sedan konverteras detta tillbaka till det lands valuta som biljetten skall betalas i.

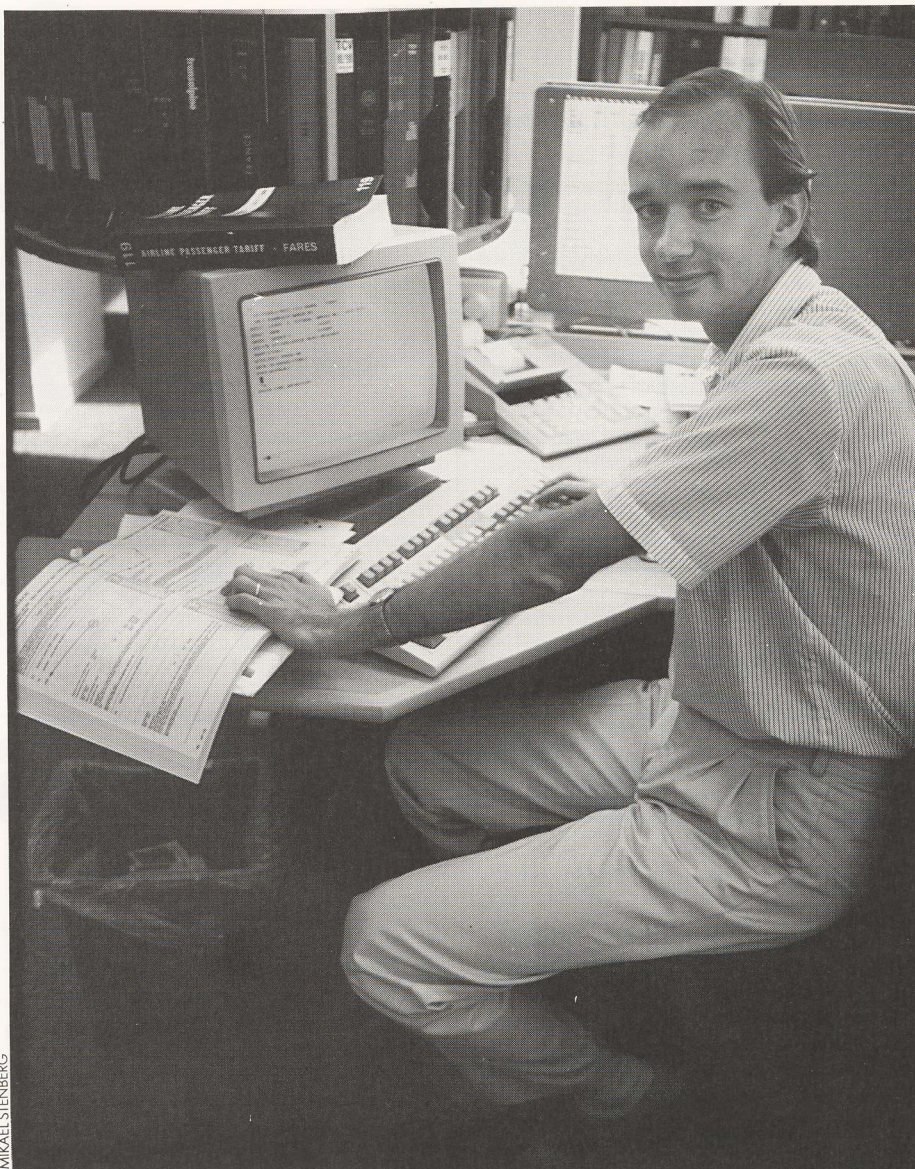
"I NUC är dollarn grundvaluta," säger Lars Boberg. "Det är mycket bättre än som det var tidigare då både pundet och dollarn användes som grundvaluta. Alla förändringar görs nu med dollarkursen som fixpunkt."

I princip förändras värdet av NUC-enheten var tredje månad, men om dollarn stiger eller sjunker mer än tio procent kan förändringar ske även inom tremånadersperioden. I praktiken sätter man dock vissa marginaler så att förändringar inte skall behöva göras stup i kvarten. Avrundningen sker väl uppåt får man förutsätta.

Dator i Atlanta

Livet och i synnerhet arbetet har blivit enklare för Lars Boberg och hans kollegor med NUC. Nu behöver man bara mata in bokningarna i datorn och skriva "fqt:" på tangentbordet så kommer det färdiga priset upp på skärmen; dels i NUC, dels i svenska kronor.

"Tidsvinsten är enorm," säger han. "Förr kunde man få sitta och slå i tabeller och räk-



MIKAEL STENBERG

NUC-systemet innebär en förenkling för Lars Boberg och andra biljettörer. Datorn tar över en del räknearbete. Men människan är fortfarande den viktigaste länken i kedjan - det krävs stor yrkeskunskap.

na fram och tillbaka i evigheter. Nu behöver jag bara kontrollera att priset är rimligt."

Faktiskt är det en synnerligen internationell verksamhet Lars sysslar med. När han använder NUC för beräkningen görs det via SAS datasystem. Uppgifter om bolagens priser hämtas från datorer över hela världen. Själva uträkningen görs sedan på en maskin som står i Atlanta i USA och resultatet skickas därefter tvärs över Atlanten tillbaka till Vasagatan i Stockholm.

Normalt sett tar sånt här flängande kors och tvärs ganska mycket tid, men inte i datorsammanhang inte. Svaret kommer inom fem sekunder!

"Fördelarna med systemet är många. Det blir rättvisare priser för kunderna, kryphålen har täppts igen och biljettörens arbete förenklas avsevärt," säger Lars.

Nu är dock inte NUC den utopia det låter som, några nackdelar finns också.

"Det är krångligare att göra ändringar och ändringar påverkar priset mer än i det

förra systemet," säger han. "Nu anger man på biljetten var stopp skall göras och inte. Med stopp menas alltså inte en mellanlandning."

Detta gör att kunder som kommer på att de vill stanna i London en dag på resan till New York måste få en helt ny biljett och även betala extra. Lars poängterar dock att NUC förenklar arbetet i nittio procent av fallen.

Erfarenhet behövs

"NUC-arna" är inte direkt enkla och självklara att använda. Lars berättar att fyra personer från Vasagatan har varit på en tvådagarskurs på SAS. Där fick man en rejäl genomgång av hur NUC-systemet fungerar och också prova på praktiska exempel. Väl hemma på resebyrån är det nu dessa välutbildade personers uppgift att föra kunskapen om hur NUC fungerar vidare till andra.

Trots datorstöd behövs det dock en erfa-

FAKTARUTA

för dig som inte redan kan allt

NUC (Neutral Unit of Construction) har varit i användning sedan 1 juli 1989. Borta (nästan) är FCU (Fare Construction Unit) och Currency Adjustments. Resebyråtjänstemannens panna läggs i djupa veck. Varför NUC? Nu när vi äntligen hade lärt oss att hitta i FCU-labyrinten. Här följer bakgrund och fakta om NUC-arna.

I BEGYNNELSEN baserades IATA:s valuta-system på fasta kurser i USD och UKL, USD för Western Hemisphere och UKL för Eastern Hemisphere, samt en omräkningskurs för översättning till lokala valutor. Detta fungerade bra så länge valutorna höll sig stabila men i slutet av 60-talet ansåg IATA att ett nytt system måste uppfinnas.

I början av 70-talet introducerades FCU-systemet med en Currency Adjustment Factor som tillsammans med en fast omräkningskurs räknade om den riktiga FCU:n till lokalvaluta. Så småningom insåg man emellertid att även detta system blev ohållbart eftersom det var mycket komplicerat och nästan omöjligt att förklara för kunder och inblandade länders myndigheter.

Bara dollar

Resenärerna lärde sig dock att utnyttja dess svagheter såtillvida att de köpte biljetter i länder med svag valuta och fick dem till ett lägre pris än om de hade köpt dem i det land där resan skulle börja. För att undanröja dessa problem började IATA:s medlemmar fundera igen och i september 1987 hade man slutligen enats om ett nytt tariffberäkningssystem, det som just introducerats på resebyråer och flygbolag världen över.

Hur fungerar då dessa NUC-ar? Alla priser fastställs i lokal valuta från COC (Country of Commencement of Travel). Vissa länder kommer även fortsättningsvis att ha USD som "sin" valuta. Priserna finns även i Neutral Unit of Construction (NUC). Från NUC till lokalvaluta omräknas tarifferna genom ROE (IATA Rate of Exchange).

ROE:n för varje land fixeras i tremånadsperioder (1 januari, 1 april, 1 juli och 1 oktober) men kan ändras även mellan dessa datum om valutan är mycket instabil. När betalning sker i annat land eller i annan valuta än i COC används bankkurs som omräkningsfaktor.

Har du hört biljettörerna sucka över förkortningar som SITI, SOTI, SITO och SOTO? Här kommer förklaringen till dessa kryptiska ord:

SITI: Sale Inside, Ticket Issuance Inside COC

SOTI: Sale Outside, Ticket Issuance, Inside COC

SITO: Sale Inside, Ticket Issuance Outside COC

SOTO: Sale Outside, Ticket Issuance Outside COC

Olika förkortningar

Eftersom prisberäkningsreglerna i det nya systemet baserar sig på var biljetten säljs respektive ställs ut skall varje biljett innehålla någon av ovanstående förkortningar för att indikera detta. SITI och SOTI är de vanligaste konstruktionerna. SITI är en biljett som säljs t ex i Sverige och även påbörjas här. SOTI kan vara ett PTA (Prepaid Ticket Advice), sålt t ex i London och biljetterat i COC, t ex Sverige.

En SITO lär vi knappast råka ut för – hur ofta säljer vi en biljett här i Sverige som biljetteras utanför Sverige när resan påbörjas här? En SOTO blir väl däremot inte så

ovanlig nu när paragraf 15 i många specialprisnoter i APT:n tagits bort. (Den paragraf som begränsar möjligheten att sälja ett specialpris utanför COC).

Nå men vad blir det nu för konkreta skillnader vid prisberäkningar med NUC jämfört med FCU? Varsågod, ett par exempel:

- Vid prisberäkning av en RT (Round Trip) (SITI, SOTI) från A via B till C, behövs man inte längre kolla HIP (Higher Intermediate Point) om resenären inte gör stopp i B. Observera att detta kan betyda att resan blir dyrare om passageraren bestämmer sig för att stanna på en punkt som finns i biljetten. En "restriktion" på en fullprispiljett som man var garderad mot i FCU-systemet.
- En RT SOTO räknas om endast med bankkurs – ej längre med jämförelse mellan Construction Unit och bankkurs.
- CTM (Circle Trip Minimum) behöver bara kollas till stopover points och inte till alla mellanliggande punkter.

Enkel väg

Så långt är det lättare att arbeta med NUC-arna än med FCU-erna. Men var på din vakt när du beräknar en OW (One Way)! Då kan du nämligen råka ut för BHC (Backhaul Check), DMC (Directional Minimum Check), OJO (Open Jaw via Country of Origin), OJC (Open Jaw with Common Ticketed Points) etc etc...

Varning utfärdas även till den som nu tänker glömma allt vad FCU och Currency Adjustment heter! Fram till 1 juli nästa år löper de båda systemen parallellt och vi kan råka ut för det tvivelaktiga nöjet att skriva om en biljett utskrivet i FCU:er före 1 juli i år. En handskrivet biljett utställt i Hyderabad...

ULLA SUNDELL

ren biljettör för att klara jobbet. Lars uppskattar att man måste ha jobbat minst ett år för att klara sig själv.

"Det är mycket man måste veta och även mycket man måste ana," säger han. "Till exempel måste man alltid kontrollera rimligheten i ett biljettpris. Verkar det konstigt behöver det inte vara fel någonstans, men man kan kanske komma billigare undan genom att antingen köpa biljetten i något annat land eller dela upp bokningen på två biljetter; en som beställs och betalas här och en som beställs här, men betalas i utlandet."

Om priset kan påverkas i stor utsträckning berättar Lars detta för kunden som då kan välja att ändå gå genom den egna resebyrå eller så tjäna några hundralappar på att ringa eller faxa en beställning till utlandet.

"På kort sikt förlorar vi kanske pengar på det, men vi vinner kundernas förtroende och det är bra för framtiden," slutar Lars Boberg.

LENNART HÅKANSSON

Taxi med telefon

ENGELSMÄNNEN SJÄLVA kallar det radiotaxi. Men det rör sig alltså inte om radiobil av samma typ som på Gröna Lund utan om riktiga taxi men med telefon. Den klassiska engelska londontaxin har nu något så avancerat som telefon. Moderna biltelefoner som man kan ringa hem till Sverige med när man sitter i bilkön. Ett par minuters telefonprat kostar ungefär 5 pund. Alla taxibilar har inte telefon och får det kanske inte heller. Men det är inte dumt om man fastnar någonstans i londontrafiken att kunna få kontakt med dem som väntar.

Uniformen på is

UNIFORMEN LÄGGS PÅ IS. Nyss hemkommen från budgetdragningarna i Karlstad måste jag konstatera att pengarna inte räcker till denna storsatsning just nu. Min förhoppning är att isen smälter snabbt, dvs att vi får ett resultat där utrymme finns för den av de allra flesta efterlängtdade enhetliga klädseln.

Som ni alla är medvetna om gör vi nu kraftanstängningar för att hålla nere investeringskostnader, lokaler osv.

Förarbetet till den enhetliga klädseln är i princip klart – vilket innebär att vi kan "trycka på knappen" så snart vi ser att tillfället är inne. Jag med er hoppas att det inte dröjer alltför länge.

Låt oss gemensamt hjälpas åt att smälta isen!

Med vänlig hälsning
Bertil Hammarberg

INDUSTRI PÅ OFFENSIVEN

Reseindustrin är på offensiven. Aldrig tidigare har intresset för omvärlden varit större eller konsumenterna i västvärlden varit så intresserade av att resa. Och aldrig tidigare har så många och så stora ekonomiska intressenter satsat resurser i reseindustrin.

NÅGRA AV BRANSCHENS viktigaste aktörer var inbjudna till Outlookdagen den 10 maj i år för att försöka ge svar på hur den närmaste framtiden kommer att se ut, vem som till exempel kommer att göra vad och vilka huvudtrenderna i utvecklingen blir. Symposiet samlade runt 130 personer och målgruppen var främst branschfolk, men även massmedia.

Arrangörer var SJR Marknad och Outlook. Plats: Teaterskeppet i Stockholm. Inblick var naturligtvis också där, och ska kortfattat försöka återge något av föredragshållarnas svar och framtidsvisioner.

Ulf Adelsohn var först ut på podiet med temat "Vad betyder avregleringarna inom EG och vilka nya spelregler kommer att gälla på 1990-talet?"

Hur ser utvecklingen och förutsättningarna egentligen ut för flygindustrin?

Han instämde i Transportrådets och generaldirektör Norrboms uppfattning, att utvecklingen är entydig i hela världen. Det är inte bara USA som gått långt ifråga om avregleringen utan det gäller även Nya Zeeland och Australien. Européerna är inte riktigt överens och här går utvecklingen något mer långsamt.

Ulf Adelsohns teori var vidare, att luftfartsregleringarna troligen är borta år 2000. Då kommer vi att ha mindre flygplatser och flyga till fler orter till lägre priser.

"Men att Sverige kommer att vara med i EG januari 1992, eller 1996, det tror jag inte," menade han. "Inte ens år 2000."

Boomen fortsätter

Christer Sandahl, VD för SAS Leisure talade för sin del om reseboomen. Hur länge kommer den att pågå, vad gör marknadsledaren när han behöver utveckla sina affärer?

Att marknadsledaren måste utveckla sina affärer svarade Christer Sandahl ett direkt ja på. Han trodde dessutom att reseboomen kommer att fortsätta, även om där finns en del hot, men också möjligheter.

Bland hoten fanns bland annat alltför vackert väder här hemma och höga dollarkurser. Överkapaciteten ansåg han vara ett hot för såväl bransch, som kanske för kunderna i förlängningen. Möjligheterna låg delvis i att det händer en hel del ute i Europa och resten av världen. Fler människor får mer pengar, fritid och ökat intresse av att resa.

SAS Leisure tittar på möjligheterna att exportera det de idag håller på med på nya marknader, eller om det finns några nya verksamheter som fungerar på de marknader de i dag är verksamma.



Det fanns gott om utrymme för skratt. Upprymda föredragshållare, och även några SJRare. På främre raden fr v syns Bengt Bengtsson, Ulf Adelsohn, Karl-Erik Strand, Bertil Hammarberg, Maria Lilja. Bakom Bengt Bengtsson syns fr v Johan Ekengren på SJR Marknad, Mats Dafnäs på Hall & Cederquist och Edgar B Flinck.

Karl-Erik Strand, chef för SJ Persontrafik redogjorde för några av SJ:s satsningar för att ta tillbaka förlorat mark.

Persontrafiken har tappat 10 procent av sitt kundunderlag mellan åren 1980 och 1987 (78 miljoner resenärer 1980 mot 70 miljoner idag).

SJ är en stark konkurrent till flyget på de kortare sträckorna. De bemöter flygets resonemang, att restiden är bortkastad tid, med att se till att den blir meningsfull. Karl-Erik Strand menade att SJ inte kan slåss med restidens absoluta längd, men däremot satsa på komfortlösningar som gör SJ konkurrenskraftigt.

"Tag den nya sovvagnen som exempel," menar han. "Den har dusch och toalett i hytten, extra ljudisolering, en annan inredningsstandard, nya mjuka boggies osv. Det är en helt ny produkt."

Från och med december i år ska det bli "jävligt roligt för ungarna att åka tåg", för att citera Karl-Erik Strand. Då lanseras de nya barnfamiljsvagnarna med lekutrymmen, böcker, tidningar, spel och video, lekvärdinnor och allt som behövs för att föräldrarna ska kunna koppla av.

Nästa nyhet i december blir den nya kontorsvagnen i två olika varianter: En företagsvagn, ett kontorslandskap för företaget att abonnera på. En annan satsning är nya konferensvagnar.

Ett flaggskepp

Sist, men inte minst, presenterade Karl-Erik Strand SJ:s flaggskepp, persontrafikens vinna eller försvinna: snabbtåget. Kort och effektiv restid, utomordentligt hög komfort och dito servicenivå.

"Där blir vi klart konkurrenskraftiga med flyget," förklarade Karl-Erik Strand.

Hur ser nu framtiden ut för hotellen? Har de prisat ut sig själva? Har de förbyggt sig? Finns det plats för fler?

Carl-Henrik Victorin, chef för Reso Hotels, erkände att hotellbranschen kanske ibland bäddat lite dåligt för sig själva. Men han ansåg inte att vi i Sverige prisat ut oss själva.

"Jämför man med andra länder vad gäller kvalitet och läge, håller vi en förhållandevis bra prisnivå," sa han.

Han kritiserade också vissa politikernas orättfärdiga sätt att se på hotellkostnaderna. När de talar om reskostnader fokuserar de själva hotellrumsboendet, som i realiteten endast utgör mellan 25 och 30 procent av den totala reskostnaden.

Carl-Henrik Victorin förutspådde att rumsbeläggningen kommer att dala under året. SCB:s siffror på hotell med ett par hundra bäddar visar att de har 66 procents beläggning under måndag-torsdag och 40 procent under fredag-söndag. Det finns, som sagt, en hel del kvar att sälja.

Hans svar på den sista frågan - om det finns plats för ytterligare hotell - blev ett klart nej! Men man kan ju skapa en marknad också. Vi kunde försöka få svensken att stanna i Sverige under semestern och få fler människor att resa hit.

Han ställde sig dessutom lite tveksam till lägrishotellen Prize Hotel och Good-Morning Hotels, men förutspådde framtidsutsikter för Reso:s motsvarande satsning - Eurostop.

Hur ser situationen ut för SAS i sin nya roll och under nya villkor? Peter Forssman, SAS Sverige-chef anförde bland annat, att internationaliseringen som pågått sedan efterkrigstiden är en kraft som inte går att hejda.

Det kommer i framtiden inte bara att bli



Bengt Bengtsson tror att vi även i framtiden kommer att resa till dagens mest populära resmål – Mallorca.



Carl-Henrik Victorin, chef för Reso Hotels avfärdade kritiken mot hotellbranschen från bl a politikerhäll.



Peter Forssman, SAS Sverige-chef stressade en av SAS målsättningar: Att göra det lättare för affärsmännen att göra affärer.



Christer Magnusson, Stockholm-Saltsjön satsar på att bygga upp ett högkvalitativt företag med synergieffekter.

enklare att förflytta sig eller lättare med utbyte länder emellan. Även hinder för olika verksamheter kommer att monteras ner.

Den avreglering av luftfarten, som vi nu ser början på, kommer att ge flera aktörer på scenen, ge ökad konkurrens och ökad press på priserna för resetjänster. Det alltmör ökade välståndet kommer också att innebära att resandet ökar kraftigt.

Han menade, att när SAS förverkligat målet, att underlätta för resenärerna genom att erbjuda dem ett globalt system av ett brett spektrum integrerade resetjänster, har SAS lämnat den traditionella flygbolagssynen något. Flygbolaget SAS finns med bara som en viktig del, det är inte helheten som tidigare.

Forssman sade vidare, att SAS numera modifierat sin tidigare något strama strategi till att försöka förverkliga det globala rese-systemet med partnership med andra aktörer:

"SAS har exempelvis fördjupat samarbetet med Thai, All Nippon, Texas Air, Continental och nu senast samarbetet med hoteltedjan Intercontinental."

Mallorca i framtiden

Fritidsresors VD, Bengt Bengtsson, fick frågan vart svensken reser i dag och i framtiden när han tröttnat på de vanligaste resmålen, som Mallorca, Gran Canaria och Rhodos?

Efter diverse olika utläggningar och en del glirningar mot föregående talare blev svaret: Medelhavsområdet.

Där finns tempererat klimat och vatten, det är civiliserat, där finns gott om människor, där finns ett kafé om hörnet och det ligger på ett lagom avstånd, mellan 3-4 timmar. På vintern ligger dessutom Kanarieöarna på bekvämt avstånd, endast ytterliga-

re ett par timmar längre bort.

Han förutspådde att resandet till Mallorca knappast kommer att minska, snarare öka. Ett nytt resmål som Bengt Bengtsson tror på, som kommer stort och rustar sig för ökad turism, är Turkiet.

Maria Lilja, marknadsdirektör inom Nyman & Schultz Resespecialisterna, representerade distributionsledet inom resenäringen.

Resebyrån i framtiden, behövs den mellanhanden, hur ser behovet av kunskap med växande utbud ut? var de frågor hon hade att ta ställning till.

Maria Lilja tog samtliga med på en mycket kvalificerad "tur" genom resebyrån (affärsresebyrån), dess utveckling och framtidsmöjligheter med hjälp av flera bilder.

"Resebyråerna har suttit ganska lugnt på tre monopol: informations-, boknings- och betalströmmonopolen," sa hon.

Men situationen förändras snabbt av framför allt tre faktorer: informationsteknologin, avregleringen (eller liberaliseringen) och nya aktörer på "vår" marknad (betalkortsföretagen).

Sedan fem år tillbaka har resebyråerna börjat agera genom bl a egen utveckling och proffsigare marknadsföring. Då hade resebyråerna samma produkter och samma priser, där de i dag konkurrerar.

I ett skede av koncentration, eller nischer, bestämde sig Nyman & Schultz för att ägna sig åt enbart affärsreseservice. Nästa konkurrenssteg var profilering och produktutveckling.

Maria Lilja redogjorde även för sin syn på affärsresebyråns framtida service, som kan indelas i tre olika nivåer: den enkla bokningen, reseplanering och Travel Management.

"Branschen behöver anställa ytterligare utbildade resetjänstemän, som i dag inte finns."

Äntligen tillbaka

Edgar B. Flinck, American Airlines Skandinavienchef var en mycket glad man denna dag. Han, American Airlines alltså, hade efter så många år äntligen fått en liten kärra på Arlanda och har nu upptäckt - och kommit tillbaka till - Skandinavien! AA var det första amerikanska flygbolaget på Bromma för 39 år sedan.

Han berättade att avregleringen i USA år 1978 innebar en rejäl turbulens och gav AA en hel del erfarenheter som lärt dem hur de ska handskas med omvärlden i dag. I USA fanns det då c:a 500.000 olika prisvariationer, i dag är man uppe i 2,3 miljoner, om man tar endast inrikesflyget.

Resebyråns insats kommer att i framtiden bli oerhört viktig när det gäller att att reda ut prisdjungeln som kommer att följa i avregleringens spår i Europa, även om det inte blir i samma utsträckning som i USA.

"För AA är det viktigt att vara ett kvalitetsflygbolag," avslöjade Flinck.

Det får inte ta längre tid än ett par minuter att checka in, man ska inte behöva vänta på bagaget längre än sju minuter och amerikanerna kräver en on-time-performance på 85-90 procent.

American Airlines har i dag 70.000 anställda med över 477 plan där Boeing 767 är den viktigaste maskinen. År 1988 transporterade företaget 73 miljoner passagerare, prognosen för 1989 ligger på närmare 73 miljoner.

Köp en jordglob

Eddie Flinck puffade för Chicago som den naturliga "huben" för AA - och USA-resenärerna. Köp en jordglob och se för er själva!, löd hans uppmaning till de församlade.

Sist ut bland dagens aktörer var Christer Magnusson, VD för Stockholm-Saltsjön, som kort svarade på frågan om vem som äger vad i reseindustrin om fem år?

Stockholm Saltsjön har i dag börjat bygga upp en servicekedja med inriktning främst på Skandinavien - på affärsresor på fritidssidan. Målsättningen är att kunna agera inom tjänstesektorn eller inom servicesektorn på produktionsresor där de är verksamma inom flyg, buss och hotell.

"Tanken är att bygga upp ett högkvalitativt företag med synergieffekter," berättade han.

Storskalighet och synergier mellan de olika leden är något för framtiden. Stockholm-Saltsjön satsar på att utforma ett serviceföretag inom Skandinavien och kanske med tentakler utomlands - främst då på hotellsidan.

Föredragen avslutades med en vederkvikande debatt med frågor och inlägg från publiken.

Själva symposiet avslutades med annan vederkvikelse - ett rikt och välsmakande buffettbord.

Det här var första gången Outlook-dagen arrangerades, och gensvaret var mycket positivt. Tanken är att denna dag kommer att följas upp med ett symposium en gång om året med ett nytt, intressant och aktuellt tema.

BIRGITTA GRANSTRÖM
PUBLICISTGRUPPEN

MARJASIN KLIPPTE TILL

på SJR i Örebro

Med ett vant klipp med saxen invigde landshövding Sigvard Marjasin SJ Resebyrås nya utökade resebyrå på Drottninggatan i Örebro. Platschefen Leif Broman och hans personal kunde tillsammans med ett stort antal inbjudna bevittna ceremonien.

SJ RESEBYRÅ I ÖREBRO har funnits på Drottninggatan i tio år och det har nu utökats sin lokalyta från 350 kvadratmeter till 550 kvadratmeter. Dessutom har lokalerna disponerats så att en avdelning tar hand om tågresenärer, en annan flygresor – för privatpersoner och en tredje avdelning sköter företagsresor.

”Företagsresorna är vår största avdelning”, berättar Leif Broman medan han blickar ut över de nya fräscha utrymmena.

För tio år sedan arbetade 13 personer på SJ Resebyrå i Örebro och idag har perso-



STURE FALKENSTRÖM

De inbjudna på invigningen av SJ Resebyrå deltog i en frågetävling och Gunilla Schylander från Posten svrade bäst och vann förstapriset, en resa till USA. Hon gratulerades av platschef Leif Broman.

nalstyrkan ökats till 25 personer.

”Vi var väldigt trångbudda tidigare och det var besvärligt för personalen under ombyggnaden men nu kan vi glädje oss åt att

äntligen få ta våra nya stora lokaler i bruk,” framhåller Leif Broman.

**STURE FALKENSTRÖM
ÖREBROAR'N**

Träff för våra

LEVERANTÖRER

Vår marknadsavdelning hade bråda dagar i maj. Förutom Outlook-dagen arrangerades två välbesökta leverantörsträffar med buffet på Sergel Plaza i Stockholm.

SYFTET MED arrangemangen var att i första hand träffa samtliga SJRs samarbetspartners och även att presentera oss själva. Vi hoppas kunna repetera den här typen av arrangemang, som rönt en mycket god uppskattning av samtliga.

Det var inte bara vi SJR-are som fick träffa och umgås med våra leverantörer, det är inte så ofta de får tillfälle att träffa varandra.

Drygt 100 personer kom till respektive arrangemang: Den första kvällen riktade sig

till rederier, bussbolag, hotell och researrangörer och kväll nummer två var flygbolagens afton.

Från SJR:s sida gav Bertil Hammarberg en detaljerad bild av vår organisation och dess medarbetare. Hans Nohrenius informerade om marknadsavdelningens position på marknaden samt något om framtida planer.

**BIRGITTA GRANSTRÖM
PUBLICISTGRUPPEN**



Bertil Hammarberg hälsar Gullivers Resors VD, "Lalle" Bergenholtz välkommen.



Hans Nohrenius (t v), Bengt Victorin (t h) från SJR:s marknadsavdelning och Europatourings VD Bo Lindblad poserar för fotografen.



Ett annat välbekant ansikte tar för sig bland bordets läckerheter - Bengt Bengtsson, Fritidsresors VD.



Två glada herrar - fr v Ulf Ström, VD för Wasa Försäkring och Åke Larsson, Always marknadschef.

Sällan sjukskrivna i Söderhamn

PERSONKEMIN VIKTIG FÖR TRIVSELN

"Vi har allt som finns i Stockholm", säger Gun Olsson, som är 'lagledare' på SJ Resebyrå i Söderhamn. "Men vi har dessutom mer tid för kunderna och känner dem ofta personligen."

SJ RESEBYRÅ I SÖDERHAMN flyttade in i Segna, nybyggda lokaler på Kungsgatan intill Söderhamns Sparbank i november förra året. Byrån var tidigare Resos, men köptes upp av SJ Resebyrå för ett par år sedan. Då höll man till inne i Sparbankens lokaler.

"Jag 'fuskade' i branschen redan under 60-talet", berättar Gun Olsson, som gått den långa vägen på kontorssidan. "Då var jag anställd på en järnhandel och jobbade åt Reso på sidan om".

Hon blev med tiden kamrer på järnhandeln samtidigt som resebyråverksamheten krävde allt mer tid. Tankar föddes på att starta eget i resebyråbranschen, men innan tankarna blivit till handling kontaktades hon av kamrer Gunnar Palm på Söderhamns Sparbank som undrade om hon ville starta Reso-kontor i bankens nya lokaler på Kungsgatan. Eftersom M:s resebyrå i Söderhamn var på väg att lägga ned slog Gun till. Året var 1975.

Guns "lag" bestod då av Britt Lorendahl, som numera har hand om bokföringen och Ann-Christine "Kina" Johansson, som idag har hand om affärsresor. De är fortfarande kvar.

Idag är arbetsstyrkan dubbelt så stor.

Ann-Charlotte "Lotta" Englund, som kom 1978 säljer också affärsresor, medan de två senast anställda, Monica Sundell (1985) och Lotta Larsson (1986), tar hand om privatresorna.

Personalen trivs

Personalen trivs på kontoret, trots - eller kanske tack vare - att arbetstakten är hög. Det bevisas kanske bäst av att ingen ännu lämnat byrån och att sjukfrånvaron är sällsynt låg.

"Vi har inga problem med sysselsättning under dagarna. Vi har snarare svårt att hinna med," menar Gun Olsson, som inte är helt främmande för att man måste öka ut personalen ytterligare.

Blir det fråga om nyanställning gör man som tidigare gånger. De sökande man tror ska passa in i gänget bjuds in till en träff med hela personalen för att pejla om personkemin stämmer och serviceandan är den rätta.

"Det är viktigt att man trivs med varandra på en arbetsplats", konstaterar Gun Olsson och pekar på att det till exempel inte är någon statuskillnad mellan affärs- och privatsidan, utan att alla hjälps åt med resul-



Här är det inga sura miner, trots att regnet öser ned och termometern visar på tolv grader plus mitt i sommaren. Sälj det med ett leende, kan man säga om flickorna på SJ Resebyrå i Söderhamn.

tatet, på SJ Resebyrå i Söderhamn.

Kunderna kommer från hela Hälsingland. På affärssidan ligger tyngdpunkten på de södra delarna av landskapet. Där är STORA störst, följt av NCB Vallvik, Bergvik Kemi och Söderhamns Verkstäder i Söderhamn med omnejd. Bruks Mekaniska i Arbrå, FMG i Alfta och Sandvik/Windsor i Edsbyn är andra stora affärskunder.

Eftersom bordtennislandslaget ledare Glenn Östh bor i Söderhamn blir det dessutom en del bokningar åt pingislandslaget för flickorna på SJ Resebyrå där.

ULF SCHÖNING

Halvtidsresultat för

PRIVATFÖRSÄLJNINGEN

Privatreseförsäljningen är mycket glädjande. Det säljs som aldrig förr. Chartern går mycket bra och långresorna bra. Bussresandet ökar explosionsartat.

DET ÄR GLÄDJANDE siffror som marknadsgruppen på huvudkontoret presenterar. Det privata resandet ökar och SJ Resebyrå erövrar helt klart nya och viktiga marknadsandelar.

Under första halvåret sålde vi på SJR exempelvis inte mindre än 10 000 Always-resor. Detta motsvarar 34 procent av den totala Always-försäljningen via resebyråer. Även Royal Tours har gått mycket bra.

"Resebyråerna har nu fått belöningen för den goda Royal-försäljningen under första kvartalet", säger Bengt Victorin. "Det blev 285 000 kronor som kommer att fördelas på grundval av resebyråns försäljningsandel".

Gullivers är en annan bra produkt i bas-

sortimentet med gott rykte. Har vi ökat med 32 procent. Även lågresorna från Globetrotter har ökat - noteringen lyder upp 12 procent.

Utropstecken

Bland alla utropstecken finns det även några områden där vi ytterligare kan förbättra resultatet. Fritidsresor ligger fortfarande lite lågt, även om det skett en betydande upphämtning sedan årets första kvartal. "Fritte" ställer upp, enligt Bengt och det ska vi naturligtvis också göra.

Trivselresor går vare sig bra eller dåligt. Kommer att kopplas samman med Atlasresor och kallas Grand Tours, vilket innebär vissa frågetecken inför framtida satsningar. Plus World är en ny och exklusiv produkt där runt 100 passagerare bokats. SJR-andelen är inte känd för dagen.

Försäljningen av Plusresor har minskat. Konkurrensen från bland annat ett allt mer avreglerat flyg är hård. Strategin inför framtiden utreds.

"Några som verkligen upplever ett bok-

ningstryck utan like är SJR Tours", berättar Bengt Victorin också.

En ny telefonväxel håller på att installeras, vilket kan göra framkomligheten dålig under ett övergångsskede. Tips: använd telefaxen om du har problem att nå SJR Tours.

Fler glädjande noteringar. Europabuss upp 45 procent. Europa Touring har ökat med 11 procent. Scandorama plus 27 procent. Enligt Bengt är bonusmålet för Scandorama 17 miljoner och dit när vi.

Bussresandet har - som sagt - gått en ny vår till mötes under 1989. Rekordet slås väl av Ölvemarks som vi ökat försäljningen av med imponerande 227 procent. SJR har lyckats bäst i Smålands-regionen.

Ser vi till den egna produktionen går Storstadsresor bra (upp 70 procent). Särskilt glädjande är försäljningen av CPH-produkten.

"Gör inga egna grupparrangemang", påpekar Bengt. "Kontakta Specialresor som oftast har det bästa leverantörspriset".

PER ERIKSSON



MIKAEL STENBERG

SJR Användarservice är till för dig! Skulle det köra ihop sig med dator eller terminal är det bara att ringa. Från vänster: Lasse, Sophia och Stefan.

Användarservice

LÖSER DINA PROBLEM

Datorer är till för att göra livet enklare. Men ibland kan man kanske undra om de inte sänts till jorden av någon högre intelligens för att testa oss och vårt tålamod. SJR satsar nu på att göra livet enklare för alla datoranvändare.

NUMERA HAR SJ Resebyrå sin egen problemlösaravdelning för datatekniska problem. Där tar man hand om alla möjliga och omöjliga problem och frågor som rör SJR:s datasystem.

SJR Användarservice kallas den nya enheten och består idag av tre personer. Vi har ett väldigt avancerat och bitvis komplext datasystem där många problem kan uppstå.

Från en terminal inom SJ Resebyrå kan man nå många olika funktioner och datorsystem. Ett av dessa är SMART, som används för biljettbokning.

Det finns en särskild avdelning som har hand om att hjälpa SMART-användare till rätta som kallas SMART Help-Desk. Nu är problemet det att folk ringer till dem också med fel som inte alls rör SMART-funktionerna.

För att råda bot på detta har en egen avdelning inrättats som skall hjälpa de cirka 1.100 användarna av våra egna system. Verksamheten sparkades igång i januari i år och kommer att vara fullt bemannad i september.

Behovet av en användarservice aktualisera-

des också av de inköp av ny utrustning (datorer och skrivare mm) som gjordes inom ramen för CC-projektet under våren. Det är många nya funktioner som tillkommit eller ändrats och många nya program som skall fungera i den gamla organisationen.

Fel som uppstår är kostsamma och innebär att maskiner och personal "står stilla". Krånglar saker till sig kan man ringa till SJR Användarservice och få hjälp direkt på telefon.

"Vår främsta uppgift är att strukturera vad som egentligen är problemet," berättar Stefan Nyberg som arbetat på användarservice allt sedan starten i januari i år.

"När vi har klart för oss vad som strular kan vi antingen ge direkta råd till användaren eller så slussar vi vidare till rätt instans."

"Först och främst handlar det om att bestämma om det är de egna systemen det är fel på eller om det är SMART som krånglar. Om det är vårt system ska SJR Användarservice ta reda på om det är ett hårdvarufel, mjukvarufel eller om det är handhavandefel och åtgärda det."

Stefan berättar att det kan vara nog så krångligt att konstatera vad som inte fungerar när en användare ringer och säger:

"Det skrivs inte ut några biljetter!".

Felet kan ligga i själva skrivaren, terminalen, SMART eller att användaren helt enkelt gett fel kommandon.

"Vi är medvetna om att det kan vara svårt för användare att säga vad som är fel och bestämma vart de skall ringa. Som grundregel kan man dock säga att de alltid skall

ringa hit vid tveksamhet. Efter ett par frågor vet vi ganska väl om felet finns i våra system eller hos SMART," säger han.

Tre telefonlinjer

Telefonerna kan gå varma hos Användarservice och det är ju precis det som de är till för. Mellan 30-50 samtal per dag brukar man kunna räkna in. Hitills har det bara funnits en ingående linje, men nu får man tre nummer att ta emot samtal på. Numren är 08-762 4565, 08-762 4566 och 08-762 5444.

"Vi vill kunna ta emot och hjälpa alla som ringer hit," säger Stefan.

Dock efterlyser han lite felsökande på plats innan man lyfter luren och ringer. Det har exempelvis hänt att användare inte fått igång sin terminal på morgonen. Vederbörande ringer till Användarservice som först frågar om nätsladden sitter i:

"Det är klart den sitter i," säger luren.

När man i alla fall insisterar på att detta skall kollas visar det sig kanske att sladden halkat ur väggurtaget. Stefan menar att sådana elementära fel kan lösas utan att Användarservice behöver peka på dem.

Tiderna man passar telefonerna är kontorstid. Då är det meningen att det alltid skall finnas två personer som kan ge svar på frågor.

Drygt dagsverke

SJR Användarservice sysslar inte bara med att hjälpa användare tillrätta. De skall också utbilda dem på persondatorer och de olika

Ryska tips

HYR YUSUPOV-PALATSET i Leninograd för en sällan skådad firmaprest! Palatset är byggt på 1800-talet och har en magnifik balsal med bladguld och förgyllda stora speglar. Betjäningen har tidsenliga kläder.

Artister från Maly-teatern och dansare från Kirovs balett uppträder. På ekgolvet i biblioteket dansar zigenare. Beställ minst sex veckor i förväg.

Stanna inte kvar i Moskva under veckoslutet. Gör en individuell utflykt till Suzdal och Vladimir. Med egen Intourist-bil och guide blir priset 1.600 kr (per bil). Det går även att ansluta sig till en grupp och få utflykten billigare. Dessa båda fornryska städer är verkliga skattkammare vad gäller rysk byggnadskonst.

Dansa natten lång i Moskva. Sojuz, en futuristisk skrapa i utkanten av Moskva, kan rekommenderas. Beställ bord i förväg. Discot vid Taganka-teatern på Ulitsa Tjalova inne i staden är också bra. På Blå Fågeln, Ulitsa Tjechova 23, blandas Donna Summer med tangotoner. Störst är Arbat på Kalinin Prospekt och där dansas det till storband.

Mer information om Sovjet i all dess skepnader (turism, affärer, jakt och fiske mm...) får du via Affärsresor Sovjet AB.

Sovjet öppnar sig allt mer. För turister, affärsmän och nyfikna. Lettiska Riga lockar många besökare med sin arkitektur.



systemen. De skall skriva dokumentation på nya program och funktioner och de skall ta emot och bearbeta förslag på förbättringar. Som om inte detta vore nog skall de också se till att de datasystem som finns inom SJR används och används på ett rationellt sätt.

"Det är en diger arbetsuppgift och fyra personer är kanske i minsta laget, det får framtiden utvisa", säger Stefan. Han menar att man borde vara några till för att kunna hålla full bemanning hela tiden.

"Vi vill kunna vara minst två personer som kan svara i telefon under kontorstid", säger han. "Det kan bli lite tunt med folk när vi kanske måste hålla kurser ute i Tumba, besöka en resebyrå och någon kanske är sjuk eller har semester."

Trots arbetsbelastningen är det inget fel på optimismen och arbetsviljan. När det ringer blir det kapplöpning till telefonen för att hjälpa ännu en datoranvändare in på den rätta vägen.

LENNART HÅKANSSON

ANSLAGSTAVLAN

Om du har något som du vill ska "sättas upp" på anslagstavlan, slå en signal till Per, telefon 08-31 45 00 eller skriv ett par rader till Publicistgruppen, Per Eriksson, Drottninggatan 108, 113 650 Stockholm.

Tyck om din tidning

Fortsätt att tycka om din tidning! Med förra numret av Inblick skickade vi med en enkät. Vi har fått in en mängd svar, men processen att förbättra och utveckla tidningen slutar naturligtvis inte i och med detta.

Dialogen med sig som läsare sker kontinuerligt. Vill du fylla i och sända in enkäten - eller ta kontakt med redaktionen på annat sätt - så går det givetvis fortfarande bra.

SJR Direkt

Tillsammans med denna utgåva av Inblick distribueras en broschyr om SJR Direkt. Detta är ett självboknings- och informationssystem för resebeställare. Läs igenom broschyren - SJR Direkt kan kanske vara en kostnadseffektiv lösning för någon av dina kunder!

Många har uppfattat systemet som svårt, ja till och med som en konkurrent till den egna verksamheten. Detta vill vi ändra på med bifogade broschyr. SJR Direkt ökar tillgängligheten, ger ekonomi och underlättar arbetet.

Varför inte själv prova SJR Direkt? Slå Smod 20 och sedan enter igen och ni är inne.

Använd denna broschyr på samma sätt som vår "Handbok för nittiotallets affärsresande".

Hjälp!

Bostad sökes i Stockholms-området av skötsam tjej, 22 år, med fast anställning på resebyrå. Söker i första hand en etta med kokvrå. Ej främmande för att eventuellt dela lägenhet med lämplig person. Kontakta Anna snarast. Telefon på arbetet: 08-723 02 22.

Koppla av med mord

Nu ska man lösa mordgåtor över en helg. Dessa mord är en växande industri i England där det heter Murderweekends och liknande.

På lämpligt pensionat, värdshus eller hotell hyr arrangörerna in en fullständig mordgåta. Med mordoffer, dramatik, spår och annat som kan hjälpa till att lösa mordgåtan.

Hotellgästerna befinner sig mitt i dramatiken och blir också de som ska lösa gåtan. Lämpligen i klassisk biblioteksmiljö å la Agata Christie.

Det enda område som är fritt från mordoffer och spår och spejande detektiver är hotellgästernas egna rum. THF hör till en av de hotellkedjor som är med och arrangerar morden.

Vi som hjälper dig

Lars Johansson

Med meriter som bland annat tio år som affärsansvarig i Luleå och resebyråchef på Electrolux är Lars veteranen i gänget. Han sitter på enorma kunskaper om hur en resebyrå drivs, förutom att han är bra på budgetarbete och andra ekonomiska frågor.

Det är naturligt att Lars är funktionsansvarig för SJR Användarservice.

Stefan Nyberg

Detta är gävlegrabben som kan förklara vad som helst för vem som helst och skam vore väl annat med de tretton års erfarenhet av radio & TV-branschen som han har. Stefan är en handlingens man som inte är rädd för att kavla upp skjortärmarna och dyka ner bland sladdar och kretskort med lödkolven i högsta hugg.

Hans dataerfarenhet kommer från en tid som kursledare i data på ABF. Som så

många andra i branschen är han till största del självlärd.

Sophia Danielsson

Som anställd den första augusti har Sophia gjort ett Herkulesarbete med att sätta sig in i de system och rutiner SJ Resebyrå har. Tidigare har hon jobbat på andra - konkurrerande - resebyråer, så hon har perspektiv på verksamheten.

Datorer började hon på allvar med först när hon jobbade på Röda Korset.

Förutom dessa tre skall ytterligare en person anställas under hösten.

SJR Användarservice

Ring till oss om du har problem med SJR:s datasystem!

Nummer: 08-762 4565, 08-762 4566 och 08-762 5444.

Lasse, Stefan och Sophia.

200 SJR-are reste

MER ÄN 1000 MIL

Amerika är ett viktigt resmål. Under våren arrangerades en omfattande USA-utbildning för SJR-are i Stockholm. Sammanlagt 200 säljare åkte till Chicago.

UNDER VÅREN och försommaren ordnade SJR-STO och American Airlines ett utbildningsprogram om USA bestående av två delar.

Den första delen gick av stapeln i SJ:s stora hörsal. Under två helgseminarier presenterades massor av fakta om det stora landet. AAs chef i Sverige, Eddie Flinck talade om avregleringen i USA och Europa, flygsäkerhet m m. Gamla ishockeyproffset Anders Hedberg talade om människorna, stämningarna och landet som amerikanen ser det. Vidare bjöds det en hel del produkt-kunskap av bl a Hertz, Best Western och Sheraton.

De som hade deltagit i den första delen blev kvalificerade till nästa del som var förlagd till Chicago.

Meningen med utbildningen var att snabbt öka kunskapen om USA. Även om vi åkte dit i grupp så var tanken att så mycket som möjligt skulle företas på egen hand för att öka förståelsen för våra kunders resande.

Alla resor hade nästan samma innehåll men programmet kunde vara omstuvat från helg till helg.

Den första resan såg ut så här:

Avresa 5 maj: 9.00 samling Arlanda för avprickning och in-checkning med säkerhetskontroll. 10.50 Take off med AAB1 non stop Chicago. AA var/är en trevlig bekantskap. Till skillnad från SK, PA m fl gör AA ingen skillnad mellan affärs- och turistklass vad beträffar hörlurar, tidningar och dryck - allt fritt.

Väl framme i Chicago fick de, som någon gång har landat i New York, vara med om ett smärre under. *Ingen kö. Trevliga passkontrollanter.* Hela AA-maskinen var igenom på mindre än 10 minuter. 5 minuter senare var bagaget upphämtat och vi var på väg mot city. En del tog taxi eller buss, men de flesta tog tåget för en dollar.

En dollar

Vårt hotell var Best Western Inn of Chicago, ett mycket prisvärt hotell i mellanklass med bästa tänkbara läge i city.

07.00 nästa morgon hade vi en liten genomgång av dagens program. Stämningen var lite låg, för utanför fönstret rasade den värsta snöstorm. Enligt lokal TV var det första gången på nästan 100 år som det snöade i maj. Vilken tur att vi fick vara med!

Dagens första uppgift var att med karta i handen titta på staden och dess höga hus för att lite senare ta sig med kommunala medel till Museum of Science and Industry. Detta museum är ett måste. Här kan man gå in i rymdfärjor, se bilens historia, gå omkring i ett jättehjärta, ner i gruvor, in i utbåtar. Man skulle behöva ett par dagar för att se allt.



I Al Capones fotspår. Mats och Mertan försöker se coola ut.

Efter muséet var det dags att lära sig hitta bland affärerna. Detta till glädje för gruppen, men även för att kunna tala om för kunder var de billigaste jeansen till ungarna finns i city.



Skyskrapor på Chicagos Michigan Avenue. Detta är i sanning en högväxt stad.

17.00 Litet party på reseledarens rum. (45 personer går in i ett enkelrum om alla står).

18.00 Mån i randigt kidnappade oss i hissen ner från just nämnda rum och tog oss på en gangster-rundtur till historiskt viktiga platser t ex Al Capones hotell, blomsteraffären, ja, ni vet. Bussen tog oss till en ruffig byggnad där vi beordrades att knacka på en dörr. Beväpnad vakt tittade ut och väste: hoo sent ya. Vi replikerade lydigt JOE och blev därefter insläppta på Joes Garage där personalen langade ut mat och sjöng om vartannat.

08.00 Åt vi frukost och hoppade sedan på en buss som tog oss till kyrkan för högmässa. När vi klev av bussen insåg vi att vi var mycket vita. Församlingsborna sneglade på oss och trodde nog vi var jänkare. Vi hade blivit inbjudna av kyrkan men p g a missförstånd blev vi visade till församlingshemmet där vi fick titta på storbilds-TV. Snopet, man missar mycket av känslan i sången men vi kunde se pastorn mycket bra. Vilken talare! Våra politiker av alla de färger framstod som nybörjare vid sidan av denne man. De som åkte de följande resorna kom in i kyrkorna och fick där uppleva underbar sång, ibland på gränsen till extas.

Rasande fart

Efter högmässan bar det i rasande fart av till O'Hare flygplatsen där vi efter incheckningen kunde kontrollera om Eddie Flinck talat sanning om dess förträfflighet.

När vi skulle gå ombord fick vi veta att planet hade ett tekniskt fel. Efter 40 minuter hade AA-folket plockat fram en ny kär-ra ur gömmorna som flög in större delen av förseningen.

Väl framme på Arlanda var det en samling trötta men nöjda resenärer som åkte "hem" till sina kontor.

CHICAGO-KOMMITTÉN