



# TRENDER & TENDENSER

Hur ser konferensmarknaden ut idag och vad kan vi vänta oss av framtiden? Kick Off har ätit lunch med tre av de största bokningsbolagens chefer. Målet: en öppenjärtig diskussion om mötesindustrin år 2007. **TEXT** FREDRIK GUSTAFSSON **FOTO** DAVID WALLIN

– Potatis, det är väl inte GI, eller hur Maud?  
– Nej, jag blev lite förvånad när den kom in, svarar hon och ser frågande ner på tallriken.  
– Den är säkert till vår rödspätta, Johan, påpekar Leif medan han brer en liten klick smör på en skiva mörkt bröd.

Vi befinner oss på Långbro Vårdshus, stjärnkocken Fredrik Erikssons ställe, söder om centrala Stockholm. Tillsammans med Maud Wirén från Blick Möteskonsult, Johan Fägerblad, vd på Svenska Möten, och Leif Bergström, verkställande direktör på Bokningsbolaget, har jag nyss slagit mig ned vid ett bord för att avnjuta en avslappnad lunch och diskutera mötesindustrin.

Servitrisen kommer in med det resterande av vår mat och önskar oss smaklig måltid. I samma stund går starskottet för det lunchmöte som jag kallat till. Det bästa sättet att nå utveckling, är att göra det med öppenhet, mod och dialog, gärna i kombination med en god bit mat.

– Jag är ju lite nyfiken på vad ni har för tankar och idéer om mötesindustrin, den bransch som berör oss alla fyra så mycket, säger jag och lägger ned besticken.

– Det är jag också, svarar Leif, och ett försiktigt skratt sprider sig runt bordet.

– Vi arbetar i en väldigt konjunktorkänslig bransch, hävde jag ur mig för att om möjligt gro ett frö.

– Visst är det så, svarar Leif. Förr om åren anser jag nästan att vi låg lite före konjunkturkurvan. Vi var de första som dök, men även bland de första som kom igen ganska omgående. På senare tid tycker jag däremot att det har tagit lite längre tid att följa med konjunkturen upp. Det har ju pratats ett tag om en uppgång men det är först i år som den har märkts av ordentligt i vår bransch.

– Förra året var ett bra år, men det var inte alls ett sådant tempo som det är nu, instämmer Maud.

– Efter den senaste djupa svackan så ändrades mötesbeteendet ganska mycket, säger Johan, och tittar upp mot oss andra. Om man tittar på siffror från objektiva partners, som SHR, så ser man tydligt att mötena har blivit allt kortare och att det som växer kraftigast är dagkonferenser, fortsätter han. Folk upptäckte helt enkelt under svackan att det gick bra att ha kortare möten. Sen tror jag även att det har blivit en effekt av



Maud Wirén från Blick Möteskonsult



Johan Fägerblad, Vd på Svenska Möten



Leif Bergström, Verkställande direktör på Bokningsbolaget,

att många verksamheter krympte sina kontor och tog bort två, tre utav de konferensutrymmen man hade på sina kontor för att spara in hyra. Vi ser en utveckling på båda typerna av konferenser men en betydlig kraftigare ökning på just dagkonferenser.

Hur går man till väga för att skydda sig mot en eventuell lågkonjunktur, frågar jag.

– Som i alla branscher tror jag att det handlar om att ha långsiktiga relationer med sina kunder, riposterar Johan.

– Pratar man ur en anläggnings perspektiv så är ett bra geografiskt läge väldigt viktigt, påpekar Leif och våra blickar vänds mot Maud.

– Förutom det ni redan har sagt handlar det mycket om att förstå vad möten är och att ha personal som kan skapa en bra inramning, lägger hon till.

Jag ser ned på min tallrik med pasta al dente och lammfärs. Uppenbarligen har jag funnit vårt inledande samtal intressant eftersom jag knappt rört vid maten. Ett par hungriga tuggor senare är jag redo att fortsätta dialogen.

Vad är det som efterfrågas av era kunder som ska boka en konferensanläggning, frågar jag och Maud svarar snabbt.

– Man önskar att det efterfrågades om miljötänk, men så är det inte, berättar hon. Många pratar om miljön men det är väldigt sällan ett krav.

– Det kravet märks när det handlar om större upphandlingar. Nere på enskild bokarnivå hör man det väldigt sällan, det är mitt intryck, menar Johan.

– Den enskilda bokaren har kanske inte det kravet eftersom företagsledningen inte har satt en miljöpolicy, replikerar Maud.

– Det har du säkert rätt i, instämmer Johan och tar en liten konstpaus innan han fortsätter. Den stora trenden som jag tror att vi kommer att märka av, är att företag kommer att börja se på möten som en faktisk del av deras budget. Tidigare har man haft fullt fokus på logiavtal, flygpriser, hyrbilar, flygtaxi och kanske tåget, men möten har man varit otroligt lös på, säger han med en nästan allvarlig ton i rösten. Jag tror att vi som aktörer på arenan har stor möjlighet att hjälpa dem att förstå att möten upptar stora pengar, en insikt som skulle få den här branschen att bli än mer effektiv. Jag har varit på stora företag, riktigt stora företag,



tänker inte säga vilka, men där de har trott att när de slår ihop sina utbildningskonton med entertainmentkonton har de sin mötesvolym där. Det är helt barockt att man inte har koll på det, idag, 2007. I framtiden är jag övertygad om att man kommer att göra koncernavtal och konsolidera sitt mötande till färre anläggningar.

**ETT SNABBT SVEPANDE ÖGA** över bordet avslöjar att vi alla har ätit upp vår mat. Kaffet står på tur, men med det fantastiska vårvädret som lyser i sin fulla prakt utanför värdshusets väggar, vore det idioti att sitta kvar inne. Jag föreslår att vi tar med oss kaffet ut och tar en promenad i den närliggande parken som just börjat återfå sin vårklädsel. Mitt lunchsällskap är inte sen med att nappa på idén och vi beger oss ut i solskenet med våra kaffemuggar.

– När det gäller ekonomibiten har jag lite funderingar, säger Leif, medan vi promenerar mot parken omgivna av nyfödd grönska. När kunder kontaktar oss och vill att vi tar fram förslag på anläggningar åt dem så stirrar de sig oftast blinda på vilken rabatt de erbjuder, istället för vad de egentligen får för pengarna. Jag ser en fara med att företag är för snabba med att ta beslut om sina möten, att de inte får med sig hela biten.

– I väldigt många år har jag varit engagerad i MPI och har upplevt att man internationellt allt som oftast har en meeting manager, berättar Maud. Man har ett helt annat sätt att se på möten och

fokuserar hellre på helheten än bara på prisstrategi. Vi är på väg mot det tänket även i Sverige, men det går alldeles för trögt. Där kan tidningen Kick Off, som optionsbildare och vi som leverantörer, ha en jättepåverkan och utbilda folk i branschen. Det gäller att förankra helhetstänket på högsta nivå hos företagen och inte låta det stanna på inköpsnivå där det mestadels fokuseras på prisstrategi.

– Det har du helt rätt i Maud. Visst är det jätteviktigt att förankra det på högsta nivå hos företagen så att det inte fastnar hos assistenter med inte riktigt rätt kunskap. Problemet är bara att jag inte tror att de på högsta nivån begriper det heller, säger Leif.

– Jag är helt enig, vi har en viktig uppgift att göra där. Att tala om vilka effektiviseringar, besparingar och kvalitetshöjningar som faktiskt kan uppnås genom att man har en professionell mötespartner, säger Johan. Till hundra procent håller jag med om att det finns en inbyggd rädsla hos de gamla traditionella bokarna som tror att deras guldkorn i vardagen ska tas ifrån dem, något som inte riktigt är sant. Det finns väldigt mycket planeringsjobb att göra efter att man funnit en mötesplats, och där kan de vara involverade. Men hela den gamla målgruppen med bokare, assistenter och med sekreterare, som det förr hette, håller på att pensioneras av. Det kommer att bli ytterligare en utmaning för oss, vi kommer helt enkelt att få okunniga kunder.



Är det inte tacksamt med en ny kommande målgrupp, frågar jag medan vi slår oss ned på en bänk längs dammen i parkens mitt.

– Både och. Det ställer större krav på oss och det är bara roligt, men om man ser tio år framåt i tiden, kommer man överhuvudtaget att ha personliga möten då, ställer Johan sig frågande.

– En del hävdar att eftersom allt går så snabbt idag och mycket sköts via Internet och mail, så kommer behovet av just det personliga mötet att öka. Andra hävdar att man inte alls behöver mötas personligen. Se på andra länder, det är ju i princip bara Sverige som konfererar, påpekar Leif. Konferens har ju varit lite av en belöning tidigare. Det har varit möten men också roligare inslag, fortsätter han. Nu och i framtiden är det frågan om man ser på det på samma sett. Man vill helt

enkelt få åka hem till familjen efter arbetsdagens slut. Folk kommer att se det som viktigare och viktigare att ta ett möte på kvällen, kanske med en efterföljande middag, men man undviker nog gärna övernattnig.

– Allt det där kommer med den nya generationen som värderar sin tid på ett helt annat sätt. Bara för 10, 15 år sedan var det status att jobba väldigt sent på kvällarna, något som inte alls finns längre. I viss mån kopplar man upp sig hemma och jobbar, men det är en väsentlig skillnad, menar Johan.

Medan vi promenerar tillbaka mot Långbro Vårdshus för att skiljas åt efter en mycket trevlig lunch ger Leif oss sin syn på långa arbetsdagar.

– När alla berättar hur mycket dom arbetar brukar jag fråga, jobbar ni så långsamt?

---

#### **SVENSKA MÖTEN**

I dag har Svenska Möten mer än 100 anläggningar över hela Sverige knutna till sig. Allt från ståtliga herrgårdar, pampiga slott, välkommande vårdshus och gemytliga gästgifverier är handplockade för att ge bra förutsättningar för möten runt om i Sverige.

#### **BLICK MÖTESKONSULT**

Bolaget startades under namnet Kulan Konferens av Maud Wirén, Susanne Ulltin och Eva Brose Johansson. De tre grundarna finns kvar än i dag men företaget heter sedan år 2000 Blick Möteskonsult AB. Som möteskonsult sköter Blick allt praktiskt kring företagets möten.

#### **BOKNINGSBOLAGET**

BokningsBolaget är ett privat och helt fristående företag, i vilket alla delägare arbetar. De startade 1984 och är idag cirka 40 anställda och bokar ungefär 7 000 konferenser per år. Företaget har som vision att med stor personlig service vara ledande inom mötesindustrin.