



Af **Anne Grete Lindberg**, sekretariatschef i Danish Business Travel Association

Hvad sker der med teknologien, politikkerne og miljøet?

Hvordan skal vi fokusere indenfor Meeting & Travel Management de næste 3 år? Dette har man netop diskuteret på DBTA's årlige strategimøde. Formålet var at få afdækket fokus og behov blandt medlemmerne – og dermed sikre, at DBTA fortsat bevæger sig i den retning som medlemmerne ønsker.

Man skal både op i helikopteren og ned på landjorden igen for at finde svar på disse spørgsmål. Der skal med andre ord arbejdes både strategisk og operationelt for at finde bæredygtige løsninger og modeller, som gør det muligt at træffe beslutninger og skabe værdi.

Rigtig mange medarbejdere bruger langt over 50% af deres arbejdstid på at rejse eller sidde i møde - og alt for ofte er disse møder ikke værdiskabende, set i forhold til den mængde af tid der bliver investeret.

Meget sjældent er der defineret både et formål og et forventet output for mødet. Dermed bliver der ikke taget stilling til, om formålet med mødet er opfyldt - og om det gav værdi for alle at bruge tid på. "Hyggeligt nok, men spild af tid" kan nemt blive et resultat af et sådant møde!

Indgår miljø i forhandlingerne?

Hvordan er det gået med miljødebatten? Er det blevet et forhandlingselement, eller er det fortsat noget, man primært snakker om? Så længe det ikke er noget, der indgår som en del af forhandlingen mellem leverandøren og indkøberen, så må det nok desværre betragtes som fortsat værende af mindre betydning. Også selvom der ofte signaleres noget andet.

Som det ser ud pt. er der stort set ingen eller ganske få, der har miljøet som et væsentligt parameter i forhold til aftale indgåelse. Derfor er miljøinddragelse nok fortsat mere en hensigtserklæring end en decideret holdningsændring, som kommer til faktisk udtryk i forbindelse indgåelse af nye kontrakter. Der er dog kommet mere fokus på at bruge web og videomøder, som alternativer til rejser og fysiske møder. Men heller ikke her er der mange, der arbejder med et klart format og en proces omkring, hvornår

man skal benytte de forskellige mødeformer – eller for den sags skyld - hvad der giver det bedste resultat i forhold til mødets formål.

De sociale mediers rolle

Og hvordan går det så med de sociale medier? Der er ganske meget hype om disse og virksomheders anvendelse af dem, som kommunikationsplatforme og hjælpemidler for de rejsende medarbejdere. Kommer man til at se en udvikling her - og hvorledes vil man håndtere dette i forskellige politikker i de enkelte virksomheder? Youtube, Twitter og Facebook bliver ofte nævnt som platforme i forbindelse markedsføring, salg og booking af rejser – kommer dette til at blive en del af virksomhederne's digitale platform? Hvorledes vil man styre og følge op på økonomi, aftaler og på, hvor medarbejderne fysisk befinder sig? Interessante spørgsmål som har mange

forskellige svar. DBTA kommer, sammen med deres nye hjemmeside,, til at få en Facebook profil i forbindelse med etableringen af en ny RISK Portal. Her tages dette medie i brug, og det overvejes også, om der kan være andre medier, der kan være værdiskabende i forbindelse med vidensdeling og intelligente løsninger. Sidst - men ikke mindst - forventer vi, at der kommer til at ske mange ændringer i takt med, at der ansættes yngre medarbejdere, der er vokset op i en digital verden og har nye vaner og rutiner både mht. samarbejdsformer, tekniske værktøjer, arbejdstider og opfattelser af, hvad der kan lade sig gøre.

En spændende udvikling, som kommer til at stille krav til både indkøber og leverandører.

