



Stockholm, den 22 mars 2012

**Svenska företag kan få ut mer av sin investering i möten och konferenser**  
*Många företag saknar utvecklad strategi och policy för sina mötesaktiviteter.*

Företag och organisationer skulle kunna styra sina kostnader mer effektivt för möten och konferenser. Det bekräftas av en studie som genomförts av det oberoende undersökningsföretaget Resegeometri Nordic AB på uppdrag av American Express Meetings & Events. Undersökningen, som heter *Svenska företags syn på möten och konferenser*, genomfördes i januari 2012 och omfattar beslutsfattare från 281 svenska företag och organisationer. Studien visar att företagen inte tar vara på möjligheten att minska kostnaderna och öka kontrollen. Trots att företagen och organisationerna själva ser att de skulle kunna effektivisera sina möten och konferenser. Det saknas styrning och det är ofta oklart var ansvaret ligger.

- **Mötesstrategi och mötespolicy saknas:** Bland de beslutsfattare som medverkade uppgav 63 % att de inte känner till företagets totala kostnad för möten och konferenser. Hela 47 % av de tillfrågade företagen har inte en utvecklad strategi för möten och 58 % saknar en uttalad mötespolicy.
- **Om det finns en policy är den inte alltid effektiv:** *Val av konferensplats* är den vanligast förekommande komponenten i en mötespolicy och finns hos 61 % av de företag som har en policy. Detta trots att destinationen inte alltid har en avgörande betydelse för kostnaden. *Definierade kostnadsnivåer* finns endast med i 28 % och *Direktiv om vilka arrangörer som ska användas* nämns bara hos 23 % av de företag som har en mötespolicy.
- **Att använda färre antal konferensförmedlare minskar kostnaderna:** Av företag som arbetar med konferensförmedlare anser 40 % att det finns besparingspotential i att konsolidera till färre eller till en förmedlare. Den genomsnittliga besparingspotentialen med att konsolidera till färre konferensförmedlare är 8 %.
- **Besparingspotential hämtas inte hem:** Trots att företag är medvetna om besparingspotentialen anger hela 44 % att möten inte är ett prioriterat område jämfört med andra kostnader. I 39 % av fallen beror det på avsaknad av helhetsansvar i företagen för att arrangera och följa upp just mötesaktiviteter.

- Undersökningen visar att många företag inte inser vilka kostnader man har och vilken besparingspotential som finns för möten och konferenser, säger Michael Schüller som är Vice President för Meetings & Events inom American Express Europa. - Ledningen i varje företag borde utforma riktlinjer för vad möten och konferenser är till för och klargöra vilka budgetramar som gäller, fortsätter Michael Schüller.

### Om American Express Meetings & Events

American Express Meetings & Events, en del av American Express Global Business Travel, har över 1000 medarbetare över hela världen och är sedan drygt 20 år en av marknadens ledande i Skandinavien. Våra erfarna medarbetare är innovativa och besitter en mycket stor kunskap när det gäller att skapa arrangemang som på bästa sätt lever upp till företagets måluppfyllelse och därmed lönsamhet.

### Om American Express

American Express är ett globalt serviceföretag som förser sina kunder med tillgång till produkter, insikter och erfarenheter som berikar livet och bygger affärsframgång. Läs mer på [www.americanexpress.se](http://www.americanexpress.se) och på [www.facebook.com/americanexpress](https://www.facebook.com/americanexpress), [www.twitter.com/americanexpress](https://www.twitter.com/americanexpress) och [www.youtube.com/americanexpress](https://www.youtube.com/americanexpress).

### Kontakt:

Sten Haage, StrandbergHaage +46-709-955275, [sten@strandberghaage.se](mailto:sten@strandberghaage.se)

Fanny Lindquist, StrandbergHaage, +46-701-440430, [fanny@strandberghaage.se](mailto:fanny@strandberghaage.se)